DIRECTORIO CON LOS DATOS DE 214 EMPRESAS FRANQUICIADORAS

Número 149 • enero de 2013

EnFranquicia

SECTORES • NEGOCIOS • OPORTUNIDADES • IDEAS

Elige tu negocio

58 entre marcas

COCINA

hokiba

COCINAS SCHMIDT

MOBILIARIO-DECORACIÓN

ART MODUL

merKmueble

MOBLERONE MUEBLES PARA VIVIRLOS

TEXTIL Y COMPLEMENTOS DEL HOGAR

KA International

mi casa cosas de casa

Auge de los conceptos en los que el asociado trabaja en el negocio

100 ofertas de autoempleo en franquicia

Información de contacto y webs de todas las cadenas

Estrategia

Crepes enrolladas

Momi & Toy's

Raúl Sueiro, administrador

Entrevista

VINCENT MELICE

DIRECTOR GENERAL DE YVES ROCHER

La mercancía en depósito ha levantado los ánimos y las ventas

BARBADILLO ASOCIADOS

LA CONSULTORA **MÁS INTERNACIONAL** Y CON **MAYOR EXPERIENCIA** EN EL MERCADO ESPAÑOL

PROYECTOS DE FRANQUICIA

EXPANSIÓN DE REDES

EXPANSIÓN INTERNACIONAL

COMUNICACIÓN Y MARKETING

MARKETING 2.0 Y REDES SOCIALES

PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

SERVICIO INVESFRANQUICIA

Oficinas en España

Madrid
Barcelona
Bilbao

Oficinas Internacionales

Alemania
Brasil
Estados Unidos
Finlandia
Francia
Holanda
Italia
India
Marruecos
Méjico
Portugal
Reino Unido
Suecia

www.bya.es

BARBADILLO ASOCIADOS
asesores en franquicia

Miembro fundador de:
IFCN
International Franchise Consultants Network

C/ Alcalá, 128 - 1ª Planta • 28009 Madrid
Tel.: 91 309 65 15
Fax: 91 309 28 48 • E-mail: a.cliente@bya.es
www.quefranquicia.com • www.bya.es

EnFranquicia

Sectores • Ideas
Oportunidades • Negocios

Ediciones de Franquicia, S.L.
C/ Alcalá, 128, 1º - 28009 Madrid
Tno.: 91 309 65 14
Fax: 91 309 28 48
comunicacion@bya.es
redaccion@bya.es

Director general
Santiago Barbadillo
s.barbadillo@bya.es

Director
Antonio Sánchez Lorenzo
antonio.sanchez@bya.es

Secretaria de Redacción
Pilar Rodríguez Fernández
pilar.rodriguez@bya.es

Diseño y maquetación
Javier Peinado
javier.peinado@bya.es

Fotografía
Óscar Elías, Thor Castro,
Rosmi Duaso, Laura Martínez Lombardía

Redactores y colaboradores
Nieves García Bautista
(nieves.garcia@bya.es),
Patricia Paradelo Bruña,
Catalina Mahón, Fernando Martín,
Jesús Rica (infografía), Juan Ulloa

Directora de Publicidad
Pilar Adeva
Tno.: 91 444 81 61 / 91 309 65 15
pilar.adeva@bya.es
publicidad@bya.es

Números atrasados en papel
Rosa Bocanegra
rosa.bocanegra@bya.es

Depósito legal: M-19582-1998
ISSN: 1139-000X

Buena praxis… siempre

Frente a la crisis, inspiración, buenas ideas y, sobre todo y como siempre, buenas prácticas. Esta es la filosofía que expertos, asociaciones, compañías e instituciones debemos fomentar en medio de la complejidad que estamos viviendo, poniéndonos en la piel del emprendedor e impulsando prácticas empresariales éticas.

En el ámbito que nos compete, debemos remar todos en la misma dirección concienciando a las centrales de franquicia de la necesidad de hacer planes de negocio coherentes y mejorar los procesos, con el fin de que no se produzcan conductas deshonestas con los emprendedores.

Para ello, a la hora de franquiciar un negocio, hay que tener en cuenta aspectos tan importantes como partir siempre de un modelo probado durante el tiempo suficiente con resultados satisfactorios, ya que esta es una condición indispensable sin la que no es posible llevar adelante un proyecto de este tipo.

Es preciso que el diseño de la franquicia constituya una garantía de permanencia en el mercado, estableciendo todas las condiciones necesarias para que esa continuidad sea un hecho. Y tras determinar cómo será, es decir, después de trazar la estructura del edificio, será imprescindible definir la base documental que toda empresa que opera en franquicia debe tener y que, básicamente, va a estar constituida por el contrato entre franquiciador y franquiciado, y por los manuales operativos del sistema.

Hay que evitar que se produzcan conductas deshonestas con los emprendedores

Un aspecto fundamental es que la búsqueda y selección de candidatos, esto es, el proceso de expansión, se lleve a cabo con criterios exigentes, tanto en lo relativo a los futuros asociados como con respecto a la ubicación del establecimiento en ciernes. Y, a partir de ahí, quedan particularidades que son las que otorgan a la franquicia su especial idiosincrasia y que pasan por la transmisión de una formación inicial exhaustiva para que el franquiciado asimile el saber hacer del franquiciador de forma correcta e íntegra, tanto a nivel teórico como, fundamentalmente, práctico. El franquiciador deberá, asimismo, ayudar a su franquiciado en el momento de la apertura y llevar a cabo, además, un apoyo y control posterior permanente para garantizar que logrará la gestión más eficiente de su negocio, en su propio beneficio e, indirectamente, en pro de la marca a la que representa.

Para finalizar, dos aspectos clave, sin los cuales la franquicia perdería parte de su sentido: por un lado, que el franquiciado se vea favorecido del hecho de pertenecer y operar dentro de una red, beneficiándose de las economías de escala que esta genere; y, por otro, que el franquiciador realice las inversiones necesarias para la actualización y mejora permanente del concepto, adaptándolo a los cambios de la demanda.

Es tiempo de inspiración, pero también de concienciación y buenas prácticas.

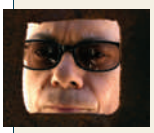
De nada nos sirve disponer de un buen sistema si luego se utiliza de forma torticera, buscando únicamente el propio beneficio, sin tener en cuenta los intereses de la *sociedad* que franquiciador y franquiciado conforman.

COSAS DEL DIRECTOR

Felices veinte

Por motivos laborales, suelo hablar con franquiciadores. Si se escarba un poco y se consigue rebasar la fachada de vendedor, común a casi todos, suelen mostrar una visión atinada de la coyuntura. Al fin y al cabo viven muy de cerca la microeconomía –la economía real– con la gestión de sus unidades de negocio y a través de los franquiciados.

Antes me sorprendía su buen ánimo en circunstancias adversas, su optimismo de cara al porvenir frente al incierto presente. En fechas como estas me asombraba que, después de 2 o 3 diciembres diciéndose que ahora sí, que el año que viene veríamos la famosa luz del final del túnel, y que después de 2 o 3 noviembres comprobando que no, que afuera sigue siendo noche cerrada y hace frío, mantuvieran las esperanzas en el siguiente año nuevo.



Antonio Sánchez Lorenzo
antonio.sanchez@bya.es

Ya no. Ya no me sorprenden ni me asombran. Y no porque me haya acostumbrado a su confianza en el futuro. Ahora da igual que la franquicia sea de bares de tapas, de moda, de transporte, de agencias de viajes, de gimnasia, de formación o de estética; de servicios, de venta minorista o de hostelería. Los franquiciadores han dejado de creer en una

Empiezan a pensar que esto va a seguir así durante mucho tiempo

mejora del consumo y empiezan a pensar que tenemos que habituarnos a que esto va a seguir así –los optimistas–, si no peor, durante mucho, mucho tiempo.

Que conste que, por motivos laborales, suelo hablar con los franquiciadores a los que les va bien o a los que no les va mal del todo, porque hace tiempo que los demás ni se ponen al teléfono. EF

SUMARIO

ENERO 2013 Nº149

3 **Editorial**

4 **Carta del director**

6 **En cadena**
Novedades. *¿Y por qué no...*
Internet.

EN PORTADA

12 **100 ofertas de autoempleo en franquicia** ¿Se ha quedado sin trabajo? ¿Consulta las ofertas de empleo sin éxito? Si tiene recursos suficientes y ganas de emprender, hay otra alternativa.

ESTRATEGIA DE ÉXITO

24 **Momi & Toy's:** Las crepes enrolladas que gustan en Japón.

ENTREVISTA

26 **Vincent Melice,** director general de **Yves Rocher,** llegó a España en septiembre de 2009 con un encargo difícil: enderezar el rumbo de una cadena que había entrado en crisis de facturación y rentabilidad en el años 2006, justo cuando la economía del país alcanzaba la cima. Tres años después se han vuelto las tornas.

30 **En Breve**
Aperturas y otras noticias relacionadas con el día a día.

ELIGE TU NEGOCIO

entre 58 marcas que buscan asociados

31 Índice.
32 **Equipamiento del hogar:** El arte de hacer negocio en el desierto.

33 Entrevista: **Mariam Reis,** directora de Expansión de **Mi Casa Cosas de Casa.**
35 Entrevista: **Julien Sallier,** director para España y Portugal de **Schmidt Cocinas.**
57 Más contactos.

DIRECTORIO

59 Fichas técnicas con los datos económicos y de contacto de una selección de 214 franquicias activas.

74 **Consultorio**
Santiago Barbadillo responde a las preguntas de los lectores.
75 **Completa tu colección**
76 **Avance**
76 **En fin**
Por **Nieves García Bautista.**

Infografía de portada: **Jesús Rica.**

ORGANIZA

Feria de Madrid

TU ENCUENTRO

9-11 MAYO **2013**

19ª edición

EXPO FRANQUICIA

Salón Internacional de la Franquicia

Preparados para crecer

www.**expofranquicia.ifema**.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA	
INFOIFEMA	902 22 15 15
EXPOSITORES	902 22 16 16
LLAMADAS INTERNACIONALES	(34) 91 722 30 00

expofranquicia@ifema.es

Un gigante duplicado

Si el Servicio de Defensa de la Competencia no lo impide, **Globalia** creará antes de la primavera de 2013 la cadena de franquicias española de mayor tamaño tras la de **DIA.** Esta es una de las implicaciones de la anunciada adquisición de **Orizonia** por parte del grupo que preside **Juan José Hidalgo,** y la que afecta a más personas, entre franquiciados y empleados.

Los propietarios, los fondos de inversión y capital riesgo **Carlyle** y **Vista Capital,** pusieron en venta Orizonia porque el grupo corría el riesgo de entrar en concurso de acreedores, y los bancos apremiaban para recuperar una parte de los créditos que les habían concedido.

Barceló, que posee la red franquiciada **Barceló Viajes,** anunció la adquisición, pero finalmente fue Globalia la que

convenció a las entidades financieras con una inyección de 60 millones de euros y la asunción de 140 millones de los 620 de deuda de Orizonia. Pese al enorme volumen de la quita, entendieron que era la mejor opción.

Orizonia, que integra mayoristas, hoteles y una aerolínea, posee la mayor cadena minorista del sector turístico, **Vibo Viajes** (antes, **Viajes Iberia),** que suma alrededor de 900 locales. Por su parte, Globalia, además de **Air Europa** y **Travelplan,** engloba la segunda franquicia del sector, **Halcón Viajes,** y la quinta, **Viajes Ecuador,** con más de un millar de oficinas entre ambas. Si la compra se consuma, en torno a 6 de cada 10 agencias dependerán directamente del grupo de Hidalgo.

Lo que no está claro es qué pasará con las duplicidades que se derivarían de la

unión. Los puntos de venta de Halcón Viajes y de Viajes Ecuador compiten con los de Vibo en las mismas zonas de las mismas ciudades, y el sector en su conjunto está reduciendo el número de unidades desde hace varios años. Además, Globalia ha puesto en marcha un ERE temporal, lo que añade más incertidumbre a sus intenciones.

Los expertos del sector consultados no tienen ninguna duda de que habrá cierres. La única incógnita es la dimensión que alcanzarán y cómo se repartirán entre las tres marcas. Los franquiciados, como sucedió con el fiasco de **Viajes Marsans,** seguramente podrán optar por entrar en enseñas que están ganando cuota, como **Viajes Carrefour, Almeida Viajes** o por el gran derrotado de la operación, **Barceló Viajes.**

En *parrilla* de salida

The Knife ha puesto toda la carne en el asador y se ha animado a expandir con franquicias su concepto de bufé libre de carnes a la parrilla. La enseña de origen argentino opera en Estados Unidos desde 2002 y cuenta con 5 locales propios en Miami. En 2009 la central instaló un restaurante en Madrid y ahora planea crecer con asociados en municipios con más de 80.000 habitantes. Unirse a The Knife supone abonar un derecho de entrada de 20.000 euros más IVA.

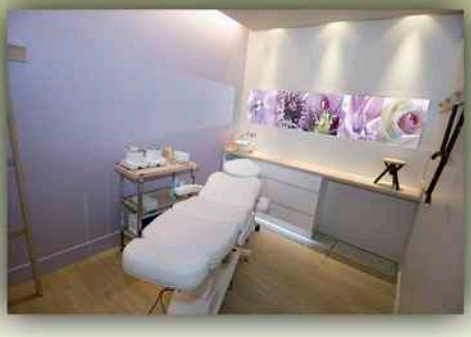
➔ www.theknife.es

Niños clásicos y elegantes

Después de 15 años fabricando moda infantil y vendiéndola a tiendas multimarca en España y el exterior, **Pilar Batanero** estrena un canal propio, que impulsará con franquicias. La central, ubicada en Bollullos de la Mitación (Sevilla), diseña ropa, complementos y accesorios de estilo clásico y elegante, para niños de hasta diez años. La firma prevé abrir 10 establecimientos en el plazo

de un año en localidades con más de 40.000 habitantes. El negocio precisa una superficie mínima de 40 metros cuadrados y un desembolso inicial de alrededor de 900 euros por metro cuadrado, sin contar la obra civil. El derecho de entrada asciende a 6.000 euros más IVA.

➔ www.pilarbatanero.es



YVES ROCHER
FRANCE

LÍDER EN COSMÉTICA NATURAL CON MÁS DE 180 TIENDAS EN ESPAÑA

CREADOR DE LA COSMETIQUE VEGETAL®,
UNA COSMÉTICA MUY EFICAZ A PRECIOS SIN INTERMEDIARIOS

INTERESANTE NEGOCIO: CON BUEN NIVEL DE RENTABILIDAD
INVERSIÓN SIN RIESGOS

SOLICITE INFORMACIÓN SIN COMPROMISO:

www.yves-rocher.es

e-mail: expansion@yrnet.com

Teléfono: 916788484

¿Y por qué no…

…sembrar la semilla de un negocio dorado?

Nadie, hasta ahora, ha encontrado Eldorado, ese lugar mítico con ingentes reservas de oro, pero sí hay lugares con semillas doradas que pueden dar sus frutos. Son las tiendas de **Semilla Dorada**, una enseña de Segorbe (Castellón) que en 2011 puso en marcha una tienda de comercialización de productos para el cultivo del cáñamo. "Después de mucho tiempo de investigación y desarrollo, ideamos un negocio exclusivo para el autocultivo de cannabis, que da solución al elevado precio que suelen tener algunos de estos productos", destaca **Carlos Garzón**, gerente de Semilla Dorada. "Además, ofrecemos un modelo de establecimiento funcional, estudiado, atractivo y discreto para el cliente".

El catálogo de la enseña incluye semillas, sustratos, abonos, iluminación, sistemas de riego, macetas e invernaderos, además de otros artículos complementarios, entre ellos camisetas, cachimbas, pipas de fumar o malabares.

En 2012 la central comenzó a franquiciar, y ahora cuenta con 5 establecimientos (1 propio) en Valencia, Murcia, León y Cáceres.

Los planes para 2013 contemplan el lanzamiento de marcas propias de fertilizantes y sustratos y un banco de semillas, además de potenciar la expansión a razón de 1 o 2 tiendas mensuales en localidades con más de 50.000 habitantes.

Semilla Sorada es un negocio pensado para el autoempleo. "Es la franquicia ideal para personas con iniciativa y con vocación por la atención al público", explica Garzón.

Una tienda de la marca levantina se monta en una superficie mínima de 50 metros cuadrados y se emplaza en una zona urbana con facilidad de aparcamiento.

La central calcula que se necesita un presupuesto del orden de 18.000 euros –obra civil aparte– para abrir la tienda, a lo que hay que sumar un capital circulante de 10.000 euros. "El negocio no está sujeto a cánones y tiene una buena rentabilidad. La inversión se puede recuperar durante el segundo año", destaca Garzón.

Más información: Departamento de Expansión · 91 318 50 65 · info@erpasaconsulting.com · www.semilladorada.com

COMUNIDADES 'online'

Las comunidades de vecinos también se modernizan. **SotoFinka** presta un servicio de gestión mediante una plataforma *online* que facilita el control de las cuentas y documentos, y además favorece el ahorro. La enseña de La Línea de la Concepción (Cádiz) se fundó en 2008 y desarrolla este concepto en 3 establecimientos (1 propio). La central, que empezó a franquiciar en 2011, planea impulsar su expansión en 2013, con una previsión de 24 aperturas en poblaciones de más de 10.000 habitantes. El negocio se puede montar en una superficie mínima de 20 metros cuadrados y precisa el pago de un derecho de entrada de 2.500 euros más IVA.

www.sotofinka.com

La frase

"Hay que equivocarse sin mitificar el error: quien se equivoca demasiado no sirve".

Josep Arroyo
Fundador de Quiterian y vicepresidente de Actuate

A tapear al Parlamento

Para disfrutar de las tapas andaluzas en un ambiente distendido, nada mejor que ir a **Parlamento, La Catedral del Tapeo.** Desde 1994, la enseña se ha especializado en tapas y bocadillos, y ahora planea desarrollar su concepto con franquicias. La marca murciana, que abandera 3 tabernas propias, puede ser viable en ciudades de más de 80.000 habitantes. Para poner en marcha una taberna se necesita un local con una superficie de 70 metros cuadrados como mínimo y hay que realizar una inversión inicial de unos 100.000 euros, incluido un derecho de entrada de 12.000 euros más IVA.

www.parlamentoandaluz.es

leader MOBILE

Miembro asociado

ASOCIACION ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES

MOBILE MARKETING ASSOCIATION

CONVIÉRTETE EN UN PROFESIONAL DEL DIGITAL & MOBILE MARKETING:

SMS | COUPONING | SMS + | PROGRAMA DE FIDELIDAD FIDELITY POINT

SITIOS WEB & MOBILE | DESARROLLO APPS | SOCIAL GAMES

INFO FRANCHISING

93 419 78 54

www.leadermobile.es

10 AÑOS DE KNOW-HOW EN DIGITAL & MOBILE MARKETING CON LOS MEJORES PROFESIONALES

Que no falten las patatas

La patata suele ser el complemento de muchas comidas, pero en **PatatayOlé!** el tubérculo es la base del menú, al que se le añaden otros ingredientes hasta formar una carta con 14 variedades que se completa con ensaladas y tostas. La central toledana fundó este concepto en 2012 y ahora lo propone a futuros franquiciados. Su plan para 2013 es sumar 10 locales al establecimiento propio que actualmente funciona en la capital manchega, en localidades con más de 50.000 habitantes. La marca se instala en una superficie mínima de 50 metros cuadrados y requiere una inversión aproximada de 36.700 euros más obra civil.

www.patatayole.es

Bar de sonrisas blancas

Llegar a la barra y pedir una sonrisa blanca es algo habitual en otros países. **Sonrisa Blanca** ha traído a España este concepto de "bares de sonrisas" para ofrecer un servicio de blanqueamiento dental con gel cosmético a un precio accesible. La firma madrileña se fundó en 2011 y en 2012 se unió el primer establecimiento franquiciado. La central, que ya cuenta con 6 locales (5 asociados), planea impulsar su expansión durante 2013, en localidades con más de 40.00 habitantes. Un negocio de la marca necesita una superficie mínima de 40 metros cuadrados y una inversión entre 17.500 y 23.000 euros, aproximadamente, obra civil aparte.

www.blanqueamientomadrid.com

El número

15ª

Madrid fue la 15ª mejor ciudad del mundo para hacer negocios en 2012, según el estudio *Cities of opportunity*, de PricewaterhouseCooper. El *ranking* lista 27 ciudades que suponen casi el 8% del PNB mundial y el 2,5% de la población. El podio está ocupado por Nueva York, Londres y Toronto.

Internet

Web de capricho

Entrar en la página web de **Don Gofre** es un placer para los ojos y una tortura para el estómago. El sitio está repleto de sugerentes imágenes de gofres con chocolate, nata, frutas o mermelada, que componen la oferta principal de la enseña alicantina. Además de poner los dientes largos, la web informa de las diferentes maneras de unirse a la franquicia.

www.dongofre.es

Un mundo por descubrir

¡Eureka! Aquí sí que hay multitud de juguetes, libros y artículos de puericultura para regalar a los pequeños de la casa. Es la web de **Eurekakids,** que muestra un extenso catálogo con su oferta, organizada por edad, precio, actividad y marca. Además de adquirir productos *online*, la web está pensada para informar sobre la enseña y la franquicia.

www.eurekakids.es

Soluciones 'online'

Ante los desperfectos y problemas que suceden en el hogar, **Reparalia** tiene la solución. A través de su web, el cliente puede encontrar una amplia red de profesionales que prestan un servicio con garantía durante todo el año, a cualquier hora. Además, el sitio incluye consejos de actuación ante los accidentes del hogar y cómo prevenirlos.

www.reparalia.com

Un modelo a la moda

En realidad, no se trata de uno, sino de varios. La web de **Félix Ramiro** cuenta con varios modelos que visten la moda masculina que diseña y distribuye la enseña. Imágenes de las colecciones, los desfiles y las tiendas ilustran este negocio al que pueden adherirse nuevos franquiciados. Para ellos se ha habilitado el apartado Franquicias, que los pone en contacto con la central.

www.felixramiro.com

Chicco,

la marca de referencia del mundo infantil, continúa su expansión en franquicia

Chicco, empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de productos infantiles, continúa su exitosa expansión en España a través del sistema de franquicia. Posicionada en el mercado internacional y nacional como marca especialista en el niño y tras más de 40 años desarrollando su actividad en nuestro país con excelentes resultados, la compañía brinda la oportunidad a todos aquellos interesados en su marca de participar en un concepto de negocio probado y rentable.

¿Cuál es la clave del éxito de Chicco?

Gracias a su larga tradición y a su dedicación y cercanía a las necesidades del niño, Chicco se ha convertido en la marca de referencia del mundo infantil. Diseña, produce y comercializa productos sencillos, seguros y adecuados a cada etapa del crecimiento del niño. Precisamente, su amplia diversificación de producto (para dar respuesta a todas las necesidades de los más pequeños) ha llevado a esta empresa a consolidarse en el mercado como la marca especialista en el niño por excelencia.

¿Cuáles son los valores de la marca?

Crecimiento, Seguridad y Espontaneidad son los valores de referencia de Chicco, marca experta en el niño a 360º ya que desarrolla productos en muy diversas áreas: textil, calzado, puericultura, juguetes... Esto la convierte en la enseña de referencia infantil que dispone de multitud de productos que necesita un niño de 0 a 8 años.

¿Cuál es el perfil del franquiciado Chicco?

La prestigiosa marca Chicco está interesada en incorporar a su red de franquicias a personas emprendedoras, que sientan verdadera ilusión por entrar a formar parte de su proyecto y que tengan una especial sensibilidad hacia el mundo infantil. Aunque el perfil inversor también tendrá cabida en la red, el perfil idóneo será el de un franquiciado-gestor que tome las riendas del negocio en el día a día. Se requiere orientación comercial e interés por el mundo infantil y por el universo Chicco.

¿Cómo son las tiendas Chicco?

Los Tiendas Chicco son espacios modernos y funcionales que invitan a recorrer el mundo infantil a través de las edades de crecimiento del niño. Tienen aproximadamente 125 m^2 con una fachada y escaparate amplios desde donde el cliente percibe el universo Chicco que se ofrece en el interior. Para garantizar la notoriedad del negocio es preferible que las Tiendas Chicco se ubiquen en Centros Comerciales o bien en zonas comerciales de primer orden.

¿Qué inversión se necesita afrontar para poner en marcha una tienda Chicco?

El franquiciado deberá realizar una inversión inicial de 100.000 euros con un canon de entrada de 15.000 euros ya incluido. El canon de publicidad es de un 2% sobre la facturación.

Más información:
91 444 81 64 / 91 309 65 15
franquiciaschicco@bya.es
www.chicco.es

¿Se ha quedado sin trabajo? ¿Consulta las ofertas de empleo sin éxito? Si tiene recursos suficientes y ganas de emprender, hay otra alternativa. Existen decenas de conceptos ideados para que sus franquiciados se empleen en ellos. Además, las centrales aseguran que cuando los dueños se ponen al timón, sus negocios ganan más

Texto: **Catalina Mahón**

Don Ulpiano

● **Actividad:** Tiendas-degustación de ibéricos y productos *delicatessen*
● **Web:** www.donulpiano.com
● **Tno:** 923 30 10 34

En Don Ulpiano se considera esencial la atención del franquiciado a su negocio. "Es necesaria una implicación total para un adecuado funcionamiento y rendimiento, lo que no significa estar al pie del local toda la jornada. También hay asociados con otras actividades que atender", explica Joaquín Palacios, responsable de Expansión. "El franquiciado debe velar por que todas las piezas del engranaje funcionen correctamente, desde la atención al cliente, pasando por el personal, los proveedores, la limpieza del local, la calidad de los productos, el cumplimiento del protocolo de actuación y el flujo de caja".

A juicio de Palacios, que el propietario se autoemplee no conlleva asumir una mentalidad de asalariado. "Si eso fuese así, no tendría ningún sentido invertir un capital y contraer una deuda. Los emprendedores que deciden montar una franquicia no lo hacen pensando en un salario mensual, sino en un concepto que les permita crecer profesional y personalmente, y desarrollar una empresa rentable".

La central de Don Ulpiano ha notado un aumento de candidatos que proceden del paro. "Muchos de esos desempleados buscan en la franquicia una huida hacia delante. Los hay que desconocen el sistema y el desembolso que conlleva, e incluso piensan que es la central quien realiza la inversión y que ellos solo aportan la carga laboral", señala Joaquín Palacios. "Al final, la inmensa mayoría no ➤

> **El asociado debe velar por que todas las piezas del engranaje funcionen**

Diez Euros

● **Actividad:** Moda y complementos al precio único de 10 euros
● **Web:** www.10euros.info ● **Tno:** 91 134 16 99

"Sin la implicación directa del asociado, su negocio no sale adelante". Noelia Martín García-Zarco, gerente de Diez Euros, es tajante respecto a cómo deben llevarse las tiendas de esta cadena. "Es imprescindible que el propietario se sienta parte de la gestión de su local y del proyecto de Diez Euros en general".

En el último año, Diez Euros ha crecido fundamentalmente con emprendedores que se han quedado sin trabajo. "La lacra del desempleo ha favorecido que la franquicia sea la mejor alternativa", destaca la gerente de la cadena.

Diez Euros fundó en 2008 un concepto original en el campo de la moda y los complementos, al ofrecer un amplio surtido, de tendencia, con elevada rotación de artículos, al precio único de 10 euros.

La marca, con sede en Alcalá de Henares (Madrid), abrió la primera franquicia en 2011 y ahora cuenta con 28 establecimientos (1 propio), en Andalucía, Cataluña, Canarias, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Madrid, Melilla, País Vasco, Extremadura, Valencia y Asturias. La central, que planea la entrada en Portugal, quiere potenciar su expansión en 2013.

El concepto cabe en una superficie de 55 metros cuadrados como mínimo y se emplaza en una calle comercial de primer orden o en un centro comercial. "Una franquicia Diez Euros es la solución ideal para el autoempleo, pero dependiendo de las dimensiones del local será necesario el apoyo de más personal", advierte Martín.

La inversión de puesta en marcha alcanza unos 23.000 euros. A esta cantidad hay que sumar la obra civil, las instalaciones, licencias, tasas e IVA.

Cómo ponerse en contacto

100 franquicias de autoempleo

100 Montaditos
Sector: Cervecerías **Contacto:** Curi Gallardo **Sede:** Pozuelo de Alarcón **Teléfono:** 91 351 90 01 **Correo:** curi.gallardo@gruporestalia.com **Web:** www.gruporestalia.com

5àSec
Sector: Tintorerías **Contacto:** Francisco Portillo **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 902 341 / 91 131 74 00 **Correo:** nes@5asec.com **Web:** www.5asec.com

Activ Web Design
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Pozuelo de Alarcón **Teléfono:** 91 297 97 19 **Correo:** info@activwebdesign.es **Web:** www.activwebdesignfranquicia.es

Almeida Viajes
Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Inmaculada Almeida **Sede:** Málaga **Teléfono:** 902 99 60 19 / 952 21 22 00 **Correo:** expansion@almeidaviajes.com **Web:** www.almeidaviajes.com

Amichi
Sector: Moda genérica **Contacto:** Guillermo de Oya Jiménez **Sede:** Las Rozas **Teléfono:** 91 636 31 80 **Correo:** gdeoya@amichi.es **Web:** www.amichi.es

Amorino
Sector: Heladerías **Contacto:** Daniel Díez **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 902 115 000 **Correo:** info@amorino.es **Web:** www.amorino.es

Animal Party
Sector: Ocio **Contacto:** Elena Nieto **Sede:** Madrid **Teléfono:** 608 92 62 99 **Correo:** e.nieto@animalparty.es **Web:** www.animalparty.es

Arreglaria
Sector: Servicios a domicilio **Contacto:** Pepe Martínez Rubio **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 193 464 / 608 37 97 17 **Correo:** franquicia@arreglaria.es **Web:** www.arreglaria.es

Autobuga
Sector: Negocios del automóvil **Contacto:** José Antonio Guerra **Sede:** Elche **Teléfono:** 902 875 479 / 966 161 000 **Correo:** info@autobuga.com **Web:** www.autobuga.com

Ben & Jerry's
Sector: Heladerías **Contacto:** Luis Quílez **Sede:** Viladecans **Teléfono:** 93 681 27 00 **Correo:** luis.quilez@unilever.com **Web:** www.ben-jerrys.es

Bijou Siglo XXI
Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Bilbao **Teléfono:** 944 114 358 **Correo:** compras@bijousiglo21.com **Web:** www.bijousigloxxi.com

Biothecare Estética
Sector: Estética **Contacto:** María José Vargas Espínola **Sede:** Ogíjares **Teléfono:** 958 257 957 **Correo:** expansion@biothecareestetika.com **Web:** www.biothecareestetika.com

Bluguía
Sector: Servicios especializados **Contacto:** Pablo Conde Barreras **Sede:** Vigo **Teléfono:** 986 120 128 **Correo:** bluguia@bluguia.com **Web:** www.bluguia.com

Bottega Verde
Sector: Cosmética **Contacto:** Michele Ingala **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 61 04 04 / 952 30 24 16 **Correo:** info@bottegaverde.es **Web:** www.bottegaverde.es

Bymovil-Yoigo
Sector: Telecomunicaciones **Contacto:** Isvett Montes Cavalieri **Sede:** Torrelavega **Teléfono:** 902 82 00 11 **Correo:** info@bymovil.com **Web:** www.bymovil.com

Canada House
Sector: Moda infantil **Contacto:** Jordi Bachs Boix **Sede:** Cabrera de Mar **Teléfono:** 93 750 07 79 **Correo:** anagonzalo@canadahouse.es **Web:** www.canadahouse.es

Casa Camu
Sector: Bares de tapas **Contacto:** Javier Herrero **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 530 04 91 **Correo:** franquicias@casacamu.com **Web:** www.casacamu.com

CE Consulting Empresarial
Sector: Asesoría-Consultoría **Contacto:** Javier García **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 529 777 **Correo:** informacion@ceconsulting.es **Web:** www.franquiciasasesoriasconsulting.es

CeX-Complete Entertainment eXchange
Sector: Segunda mano **Contacto:** Sami Sarkis **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 429 43 72 **Correo:** es.franchisingteam@webuy.com **Web:** www.webuy.com

➤ puede llevar a cabo el proyecto por falta de dinero".

Don Ulpiano es un concepto de tienda-degustación de ibéricos y otros productos de calidad, como quesos, legumbres, patés, vinos o aceites. El surtido y los precios los elige el franquiciado, de acuerdo a las características locales donde se ubique cada establecimiento.

La marca, fundada en 2007 y en franquicia desde 2008, es el resultado de la experiencia de la central, dedicada a la charcutería desde los años 50, con dehesas y crianza porcina propias.

La enseña de Alba de Tormes (Salamanca) abandera 20 establecimientos (1 propio) en Madrid, Cataluña, Galicia, País Vasco, Andalucía, Canarias, Extremadura, Comunidad Valenciana y Castilla y León. "Ahora estamos en negociaciones para entrar en Aragón, Cantabria, Asturias, Navarra y Baleares", señala Palacios. La central salmantina prevé tener 50 establecimientos en 2015. La marca puede ser viable en municipios poblados por más de 20.000 habitantes.

> El franquiciado se pone su sueldo, que debería estar en torno a 1.500 euros al mes

Don Ulpiano también tiene proyectos de internacionalización. La enseña, que tuvo 2 tabernas en Bulgaria –abiertas en 2009 y ahora cerradas–, planea instalar master-franquicias en diversos países de la Unión Europea, especialmente Reino Unido, Alemania, Francia y los países nórdicos.

Una taberna Don Ulpiano se monta en un local de 80 metros cuadrados como mínimo, pero si el franquiciado prefiere un restaurante, necesita una superficie a partir de 120 metros. Buenos enclaves para la marca son las principales avenidas comerciales, los centros urbanos, las zonas de oficinas y los centros comerciales.

Dependiendo del tipo de negocio elegido, el horario y la ubicación, las necesidades de personal varían. "Hay locales que se bastan con 3 o 4 empleados y otros que necesitan entre 8 y 10", afirma el responsable de Expansión. "El franquiciado determina su sueldo, pero debería estar en torno a 1.500 euros netos".

La enseña cobra un derecho de entrada de ➤

Da Pizzo

La Vera Pizzeria al taglio Italiana

Una cadena innovadora, consolidada y rentable busca franquiciados que quieran formar parte de la revolución de la restauración rápida con sabor italiano.

- Un saber hacer único y secreto desde 1936
- Recetas tradicionales italianas e ingredientes de primera calidad
- Ocho establecimientos operativos en España
- Locales desde 30 m² en zonas comerciales y de ocio

Rentabiliza cada porción
24 horas al día
365 días al año

Desde 125.000 euros

Solicite pinchando aquí información sin compromiso

Círculo Gacela
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Estefanía Castro **Sede:** A Coruña **Teléfono:** 902 922 212 **Correo:** ecastro@circulogacela.com **Web:** www.circulogacela.com

Coto
Sector: Calzado **Contacto:** Alberto Ramón Gimeno **Sede:** Magallón **Teléfono:** 976 85 82 48 / 659 09 19 13 **Correo:** albertoramon@amdecora.com

Createsse
Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Javier Paniello Salinas **Sede:** Murcia **Teléfono:** 968 35 56 09 **Correo:** info@createsse.es **Web:** www.createsse.es

Credo
Sector: Moda genérica **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Palma de Mallorca **Teléfono:** 679 38 07 12 **Correo:** contabilidad@credomoda.com **Web:** www.credomoda.com

Cuplé
Sector: Calzado **Contacto:** Francisco Sánchez Pastor **Sede:** Elche **Teléfono:** 96 665 56 52 **Correo:** info@cuple.com **Web:** www.cuple.com

Di Piú Milano
Sector: Complementos de moda **Contacto:** Adriana Gómez **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 287 76 89 **Correo:** info@dipiumilano.com **Web:** www.dipiumilano.com

Diez Euros
Sector: Complementos de moda **Contacto:** Miguel Ángel Muñoz **Sede:** Alcalá de Henares **Teléfono:** 91 134 16 99 **Correo:** franquicias@diezeuros.info **Web:** www.10euros.info

Don Ulpiano
Sector: Tiendas-Degustación **Contacto:** Manuel J. Santamaría Martín **Sede:** Alba de Tormes **Teléfono:** 923 30 10 34 **Correo:** santamariamj@donulpiano.com **Web:** www.donulpiano.com

El Lagarto Está Llorando
Sector: Moda infantil **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Santander **Teléfono:** 942 22 65 86 **Correo:** franquicias@ellagartoestallorando.com **Web:** www.ellagartoestallorando.com

Electrolux Tintorerías Ecológicas
Sector: Tintorerías **Contacto:** Àlvar Thomàs i Pellicer **Sede:** Barberà del Vallès **Teléfono:** 608 620 500 **Correo:** info@franquiciaselectrolux.es **Web:** www.franquiciastintorerias.org

Elefante Azul
Sector: Negocios del automóvil **Contacto:** Loli Valenzuela **Sede:** Molins de Rei **Teléfono:** 93 680 21 44 **Correo:** loli.valenzuela@hypromat.com **Web:** www.elefanteazul.com

Etam
Sector: Moda íntima **Contacto:** José María García **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 506 24 48 / 629 55 14 61 **Correo:** josemaria.garcia@etam.fr **Web:** www.etam.es

Extensionmania
Sector: Estética **Contacto:** José Antonio Honrado **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 473 60 91 **Correo:** antoniohonrado@extensionmania.com **Web:** www.extensionmania.com

Farmatural
Sector: Parafarmacias **Contacto:** Rosa María Villa **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 381 33 13 **Correo:** info@farmatural.com **Web:** www.farmatural.com

Fashion Biker
Sector: Moda deportiva **Contacto:** Juan Antonio Tasso **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 423 21 94 **Correo:** info@fashionbiker.info **Web:** www.fashionbiker.info

Femxa for Business
Sector: Formación para empresas **Contacto:** María José Rodríguez **Sede:** Vigo **Teléfono:** 900 102 101 / 91 299 49 77 **Correo:** informacion@femxaforbusiness.com **Web:** www.femxaforbusiness.com

Fotoprix
Sector: Tiendas de fotografía **Contacto:** Carles Fabregà **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 902 50 06 00 **Correo:** fotoprix@fotoprix.com **Web:** www.fotoprix.com

Geswebs
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Antonio Muñoz **Sede:** Elche **Teléfono:** 902 88 23 71 / 646 05 49 55 / 665 87 83 41 **Correo:** franquicias@geswebs.com **Web:** www.geswebs.com

Gocco
Sector: Moda infantil **Contacto:** Departamento de Franquicias **Sede:** Alcobendas **Teléfono:** 91 728 04 30 **Correo:** franchise@gocco.es **Web:** www.gocco.es

Goldenpoint
Sector: Moda íntima **Contacto:** Eva Tobías **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 303 77 80 **Correo:** franquicias@goldenpointonline.es **Web:** www.goldenpointonline.com

Golo/Golo
Sector: Moda genérica **Contacto:** Sergio Díaz **Sede:** Esplugues de Llobregat **Teléfono:** 629 93 47 64 **Correo:** golo@gologolo.es **Web:** www.gologolo.es

➤ 18.000 euros más IVA, y estima el coste del negocio para un local en bruto ronda los 1.000 euros por metro cuadrado. "El retorno de la inversión se produce a los 2 o 3 años", dice Palacios.

Cada mes, el franquiciado paga a la central un canon de publicidad de 150 euros más IVA.

El compromiso del franquiciado con su negocio empieza en sus gustos e inclinaciones. Por ello, los responsables de Cuplé analizan el perfil de los candidatos que se interesan por la enseña de calzado. "Deben ser personas amantes de la moda y que disfruten con este sector, lo que ayuda en gran medida a garantizar la satisfacción del cliente y a conocer de primera mano sus necesidades", explica Francisco Sánchez, director de Marketing y Expansión. "El asociado se convierte en nuestro primer cazador de tendencias a la hora de crear las futuras colecciones de calzado, ropa o complementos más adecuados para el público de cada ciudad".

> **"El emprendedor es el primer cazador de tendencias para crear nuestras colecciones"**

El aumento del desempleo no ha repercutido en la lista de interesados en la marca ilicitana. "No estamos notando un crecimiento de candidatos que vienen del paro. Normalmente son personas a las que les gusta la moda y que tienen en mente montar algo propio desde hace mucho tiempo", señala Sánchez.

Cuplé se fundó en 1987 como una marca de calzado y complementos. "Nuestras ventajas competitivas son que ofrecemos moda hecha en España, un diseño exclusivo y accesible a cualquier persona, y una relación moda-calidad-precio altamente competitiva".

Después de probar el concepto durante 11 años, la central de Elche (Alicante) puso en marcha la expansión con franquiciados en 1998, lo que le ha permitido formar ➤

Parlamento

La Catedral del Tapeo

Parlamento La Catedral del Tapeo, está buscando socios-compadres que, como tú, quieran implicarse en un negocio con mucha solera.

FÁCIL GESTIÓN Y ALTA RENTABILIDAD

INVERSIÓN APROXIMADA: 100.000 EUROS

Solicita información sin compromiso 91 444 61 63 maria.gallego@bya.es

Harvey & Liuch Consultores
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 225 70 71 **Correo:** expansion@harveylluch.com **Web:** www.harveylluch.com

Helen Doron Early English
Sector: Educación infantil **Contacto:** David Laszlo Conhaim **Teléfono:** 900 99 18 68 **Correo:** conhaim@helendoron.com **Web:** www.helendoron.es

Hello Pretty
Sector: Moda genérica **Contacto:** Paola López **Sede:** Madrid **Teléfono:** 675 254 641 **Correo:** hellopretty7283@yahoo.es **Web:** www.hellopretty.es

Hierro y Albero
Sector: Moda genérica **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 535 79 19 **Correo:** comunicacion@hierroyalbero.es **Web:** www.hierroyalbero.es

Hobby Zoo
Sector: Tiendas de mascotas **Contacto:** Antonio Castaño Carranza **Sede:** Torre de la Reina **Teléfono:** 95 578 53 06 / 95 578 68 86 **Correo:** antonio@hobbyzoo.es **Web:** www.hobbyzoo.es

Igual
Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Carlos Fajardo/Davinia Rodrigo **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 976 730 646 / 682 688 682 **Correo:** contacto@tiendasigual.com **Web:** www.tiendasigual.com

Imayin
Sector: Publicidad **Contacto:** Susana Portillo **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 02 40 83 **Correo:** franquicias@imayin.com **Web:** www.imayin.com

i-Neumáticos.es
Sector: Negocios del automóvil **Contacto:** Íñigo Diego Cavero **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 902 332 123 **Correo:** info@i-neumaticos.es **Web:** www.i-neumaticos.es

Istanbul Auténtico Döner Kebap
Sector: Comida rápida **Contacto:** Hasso Schmidt **Sede:** Casarrubios del Monte **Teléfono:** 902 431 577 **Correo:** info@dk-istanbul.com **Web:** www.donerkebapistanbul.com

Join Us
Sector: Moda infantil **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Cornellà **Teléfono:** 93 377 20 38 **Correo:** joinus@gruptextildl.com **Web:** www.joinus.es

La Chinata
Sector: Alimentación **Contacto:** Fernando Oliva **Sede:** Plasencia **Teléfono:** 927 41 79 58 **Correo:** franchise@lachinata.es **Web:** www.lachinata.es

La Jabonería Galesa
Sector: Cosmética **Contacto:** David Sáinz **Sede:** Alcalá de Henares **Teléfono:** 91 880 72 59 / 91 747 26 28 **Correo:** dsainz@jaboneriagalesa.com **Web:** www.jaboneriagalesa.com

La Mafia se Sienta a La Mesa
Sector: Restauración italiana **Contacto:** Noelia Palma/Pablo Martínez **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 976 79 46 75 **Correo:** noelia@lamafia.es **Web:** www.lamafia.es

La Sureña
Sector: Cervecerías **Contacto:** Curi Gallardo **Sede:** Pozuelo de Alarcón **Teléfono:** 91 351 90 01 **Correo:** attcliente@gruporestalia.com **Web:** www.gruporestalia.com

La Ventana Natural
Sector: Dietética-Herboristerías **Contacto:** Roberto Bullido Muñoz **Sede:** Leganés **Teléfono:** 91 683 83 06 **Correo:** roberto.bullido@ynsadietsa.com **Web:** www.ynsadiet.com

Laormiga
Sector: Moda infantil **Contacto:** José Luis Herráinz Hidalgo **Sede:** Écija **Teléfono:** 954 83 17 19 / 691 429 815 **Correo:** laormigainfo@gmail.com **Web:** www.laormiga.com

Laser Space
Sector: Ocio **Contacto:** Bas Zwartendijk **Sede:** Jerez de la Frontera **Teléfono:** 956 30 75 45 / 956 18 49 41 **Correo:** comercial@laserspace.es **Web:** www.laserspace.es

Leader Mobile
Sector: Publicidad **Contacto:** Massimiliano Brigida **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 419 78 54 **Correo:** info@leadermobile.es **Web:** www.leadermobile.es

Ler Librerías
Sector: Librerías **Contacto:** Francisco J. Fernández **Sede:** Santa Comba **Teléfono:** 986 11 33 04 / 669 189 909 **Correo:** fjfernandez@lerlibrerias.com **Web:** www.lerlibrerias.com

Little Kings Boutique Infantil
Sector: Moda infantil **Contacto:** Francisco Benítez **Sede:** Andújar **Teléfono:** 953 50 45 00 **Correo:** central@littlekings.es **Web:** www.littlekings.es

➤ una red de 89 tiendas (64 asociadas), operativas en todas las comunidades autónomas excepto Cantabria.

La enseña también está presente en el exterior desde 2009, y ahora cuenta con 5 establecimientos (1 propio), en Holanda, Marruecos, Suiza, Hungría y Rusia.

"Durante 2013 planeamos alcanzar la cifra de 100 puntos de venta entre España y el extranjero", anuncia el director de Marketing y Expansión. La marca puede ser viable en capitales de provincia y ciudades con más de 50.000 habitantes.

Una tienda abanderada por Cuplé se monta en un local con una superficie mínima de 80 metros cuadrados, y se emplaza en una zona céntrica y comercial.

La inversión inicial oscila entre 60.000 y 80.000 euros aproximadamente, incluido un derecho de entrada de 9.000 euros más IVA.

Cada mes, el franquiciado tiene que pagar a la central un canon de mantenimiento de 20 euros y otro de publicidad del 1% de las ventas, IVA aparte.

Una franquicia Biothecare Estética es, "en cierto modo, similar a tener un hijo", según Cristina Jiménez Alguacil, directora de Marketing y Comunicación. "Si no le prestas atención ni le dedicas el tiempo necesario, el resultado no puede ser positivo".

> **Sin dedicar el tiempo necesario al negocio, el resultado no puede ser positivo**

La forma de involucrarse puede variar, desde el autoempleo a media jornada o completa, hasta un seguimiento diario del negocio. "Pero está más que comprobado que si el dueño del centro no se involucra, nunca conseguirá explotar el 100% de su potencial".

Cuando un asociado se autoemplea, compra su sueldo. "Pero también el control sobre las decisiones de su negocio, sus responsabilidades y, por supuesto, el orgullo de la superación personal. En los negocios no hay éxito ➤

PASTA CORNER
FRESCA Y AL DENTE

Una propuesta de restauración innovadora y de futuro desde sólo 97.300 euros (obra civil incluida)

Pasta fresca de primera calidad servida en un práctico cornetto

EL TAKE AWAY DE LA PASTA EN FRANQUICIA

Solicita información 91 444 81 67 www.pastacorner.es

Lizarran
Sector: Bares de tapas **Contacto:** Gonzalo Juliani **Sede:** Pozuelo de Alarcón **Teléfono:** 91 490 28 05 **Correo:** expansion@comessgroup.com **Web:** www.comessgroup.com

Lollipops Paris
Sector: Complementos de moda **Contacto:** Alicia Mardones Labanda **Sede:** Bilbao **Correo:** alicia@lollipops.fr **Web:** www.lollipops.fr

Mail Boxes Etc
Sector: Servicios especializados **Contacto:** Bárbara G. Basora **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 362 47 30 **Correo:** expansion@mbe.es **Web:** www.mbe.es

Manicurart
Sector: Estética **Contacto:** Nuno Alexandre Cordeiro Barradas **Sede:** Badajoz **Teléfono:** 924 22 53 45 **Correo:** nbarradas@manicurart.es **Web:** www.manicurart.es

Masai Barefoot Technology (MBT)
Sector: Calzado **Contacto:** José Montero **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 900 106 801 **Correo:** info@es.mbt.com **Web:** www.mbt.com

McDonald's
Sector: Hamburgueserías **Contacto:** Teresa Rincón **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 566 41 00 **Correo:** teresa.rincon@es.mcd.com **Web:** www.mcdonalds.es

Meigallo
Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Pablo Rodríguez Reino **Sede:** Meaño **Teléfono:** 902 02 71 35 **Correo:** franquicias@meigallo.com **Web:** www.meigallo.com

Metro Kids Company USA
Sector: Moda infantil **Contacto:** Pentuca Puerta Montes **Sede:** Madrid **Teléfono:** 699 70 69 24 **Correo:** pentuca@metrokidscompany.es **Web:** www.metrokidscompany.com

Mister Minit
Sector: Servicios especializados **Contacto:** Xavier Altarriba **Sede:** Cornellà de Llobregat **Teléfono:** 93 475 16 33 / 93 475 10 69 **Correo:** franquicias@minit.es **Web:** www.minit.es

Mundoguia.com
Sector: Publicidad **Contacto:** Juan Beltrán **Sede:** Calahorra **Teléfono:** 941 145 057 / 677 300 132 **Correo:** larioja@mundoguia.com **Web:** www.mundoguia.com

Mundopán a Domicilio
Sector: Servicios a domicilio **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Rivas-Vaciamadrid **Teléfono:** 91 444 81 63 / 91 309 65 15 **Correo:** mundopan@bya.es **Web:** www.mundopan.es

Normandie
Sector: Moda infantil **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 215 54 56 **Correo:** info@normandie.es **Web:** www.normandie.es

Nutri10 Nutrición y Estética
Sector: Estética **Contacto:** Mar Díaz **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 193 130 / 91 528 00 29 **Correo:** mardiaz@escuelamardiaz.com **Web:** www.nutri10.es

O'neal
Sector: Moda deportiva **Contacto:** Emilio Aguilera Santiago **Sede:** Heras **Teléfono:** 942 260 752 **Correo:** oneal@oneal.es **Web:** www.oneal.es

Oro Cash
Sector: Compraventa de oro **Contacto:** Llatzer Morote **Sede:** Churriana de la Vega **Teléfono:** 902 09 06 27 **Correo:** info@orocash-orobank.com **Web:** www.orocash-orobank.com

Paco Martínez
Sector: Complementos de moda **Contacto:** Elena Gallego Tierno **Sede:** Pedreguer **Teléfono:** 902 10 24 10 **Correo:** franquicias@pacomartinez.com **Web:** www.pacomartinez.com

Pelostop
Sector: Estética **Contacto:** Luis Jonama Fernández de Sevilla **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 176 34 14 **Correo:** luis.jonama@pelostop.com **Web:** www.pelostop.com

Poète
Sector: Moda femenina **Contacto:** Berta Martín Sainz **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 523 80 09 / 660 42 14 52 **Correo:** expansion@tiendapoete.com **Web:** www.tiendapoete.com

Protocolo
Sector: Moda nupcial **Contacto:** Mariano García Forcada **Sede:** La Cartuja Baja-Zaragoza **Teléfono:** 976 13 34 64 **Correo:** info@protocolonovios.com **Web:** www.protocolonovios.com

Publimedia
Sector: Formación para empresas **Contacto:** Verónica Martín **Sede:** Parets del Vallès **Teléfono:** 93 188 88 00 / 93 870 80 48 **Correo:** expansion@publimedia.es **Web:** www.publimediaformacion.com

➤ sin riesgo, pero los beneficios pueden ser muy gratificantes", destaca Jiménez.

La central de Ogíjares (Granada) ha notado un aumento de los candidatos que proceden de las listas del Inem. "En 2009, el 40% de los interesados venía del paro; a día de hoy, la cifra ha aumentado hasta sobrepasar el 70%".

Biothecare Estética se fundó en 2008 en propiedad y en franquicia, con la idea de reunir en un espacio los servicios de estética más demandados, apoyados por un servicio médico. Con el lema "no más arrugas, celulitis ni vello", la enseña ha abierto 122 centros en España (118 franquiciados), operativos en todas las comunidades autónomas excepto La Rioja y Baleares.

"Desde que comenzó la crisis, hemos notado un aumento del 15% en la afluencia de público masculino que además ha resultado muy fiel a todo tipo de tratamientos. Los servicios que ellos más demandan son fotodepilación y cavitación", señala Cristina Jiménez.

La marca también está presente en el exterior desde 2009, con 48 establecimientos asociados en Portugal, Reino Unido, Rumanía, México, Chile, Colombia, Bolivia, Perú, Catar, Libia, Venezuela y Angola.

Para 2013 la central se ha propuesto un objetivo de 20 aperturas entre España y el extranjero. La marca puede funcionar en localidades con más de 7.000 habitantes.

Un Biothecare Estética cabe en un local desde 35 metros cuadrados y se emplaza en una zona comercial de primera o segunda línea, a pie de calle o en un centro comercial.

Dependiendo de los servicios que el franquiciado vaya a prestar en su local, los puestos de trabajo varían. En la actividad básica, la central aconseja contar con 2 empleados (esteticista y recepcionista comercial), mientras que en una oferta completa resulta conveniente ampliar el personal con otro puesto de esteticista.

La dedicación del asociado es una de las ➤

Avalada por el éxito cosechado en sus restaurantes operativos en Florida (EEUU) y Madrid, una dilatada experiencia en el sector y unas atractivas cifras de facturación, **The Knife** inicia su plan de expansión en franquicia en España para implantarse en las principales ciudades del país.

Más información aquí o en:
maria.gallego@bya.es
91 444 81 63

EXPERTOS EN PARRILLA ARGENTINA DESDE 1986

Pulsazione
Sector: Estética **Contacto:** Felipe Sánchez-Capitán **Sede:** Villanueva de la Cañada **Teléfono:** 902 11 07 64 **Correo:** info@pulsazione.es **Web:** www.pulsazione.es

PuntoBilë
Sector: Servicios especializados **Contacto:** María Calleja **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 902 909 505 **Correo:** franquicia@puntobile.com **Web:** www.puntobile.com

Rentaplant
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Vicente Mocholí Lázaro **Sede:** Bonrepòs i Mirambell **Teléfono:** 902 888 120 **Correo:** info@rentaplant.es **Web:** www.rentaplant.es

Santiveri
Sector: Dietética-Herboristerías **Contacto:** Mario Antón/Manuel Fernández **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 298 68 07 / 91 692 62 08 **Correo:** franquicias@santiveri.es **Web:** www.santiveri.es

Siempreesviernes
Sector: Moda femenina **Contacto:** Pablo José Rodríguez Reino **Sede:** Valladares-Vigo **Teléfono:** 902 02 71 35 **Correo:** franquicias@siempreesviernes.com **Web:** www.siempreesviernes.com

Stickhouse
Sector: Heladerías **Contacto:** Conxa Puig **Sede:** Terrassa **Teléfono:** 607 94 86 95 **Correo:** info@stickhousebcn.com **Web:** www.stickhouse.es

SubastaFacil.com
Sector: Servicios especializados **Contacto:** Manuel González Betancor **Sede:** Las Palmas de Gran Canaria **Teléfono:** 902 009 565 **Correo:** info@subastafacil.com **Web:** www.subastafacil.com

Tailor & Co-Arregla y Personaliza tu Ropa
Sector: Arreglos de ropa **Contacto:** Alexia Porqueras/Jordi Vallverdú **Sede:** Sant Cugat del Vallès **Teléfono:** 93 583 95 67 / 626 73 97 30 **Correo:** aporqueras@tailor.es **Web:** www.tailor.es

Tea Shop
Sector: Alimentación **Contacto:** Neus Mateu **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 434 26 60 **Correo:** expansion@eastwestcompany.com **Web:** www.teashop.es

Telepóliza
Sector: Servicios financieros **Contacto:** Iván Novo Castro **Sede:** Monforte de Lemos **Teléfono:** 902 41 15 11 **Correo:** telepoliza@telepoliza.com **Web:** www.telepoliza.com

Ticket Com España
Sector: Publicidad **Contacto:** Isabelle Defévère **Sede:** El Campello **Teléfono:** 965 94 53 27 **Correo:** idefevere@ticket-com.com **Web:** www.ticket-com.com

Titto Bluni
Sector: Moda masculina **Contacto:** Juan Manuel Pernia **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 639 81 44 **Correo:** expansion@tittobluni.es **Web:** www.tittobluni.es

Tradlandia
Sector: Servicios a empresas **Contacto:** Jesús García **Sede:** Els Pallaresos **Teléfono:** 676 98 59 46 **Correo:** info@tradlandia.com **Web:** www.tradlandia.com

Triumph
Sector: Moda íntima **Contacto:** Pau Lumbreras **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 304 52 00 **Correo:** pau.lumbreras@triumph.com **Web:** www.triumph.com

Undercolors of Benetton
Sector: Moda íntima **Contacto:** Albert Boada Casternado **Sede:** Sant Just Desvern **Teléfono:** 93 480 99 81 **Correo:** expansion.undercolors@olsol.com **Web:** www.olsol.com/undercolors

Valor Chocolaterías
Sector: Chocolaterías **Contacto:** Lisa Cano **Sede:** Villajoyosa **Teléfono:** 96 589 09 50 / 96 589 09 54 **Correo:** chocolaterias@valor.es **Web:** www.valor.es

Vilma Stoned
Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 521 03 63 **Correo:** franquicias@vilmastoned.com **Web:** www.abalorios.com

Vision Lent
Sector: Ópticas **Contacto:** José Luis Serrano Moreno **Sede:** Gavà **Teléfono:** 93 638 46 01 **Correo:** info@visionlent.com **Web:** www.visionlent.com

vistaÓptica
Sector: Ópticas **Contacto:** Elisabeth Barbero **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 481 71 81 **Correo:** ebarbero@vistaoptica.com **Web:** www.vistaoptica.com

Yorky's
Sector: Tiendas de mascotas **Contacto:** Roger Freixenet **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 589 14 53 **Correo:** franquicias@yorkys.com **Web:** www.yorkys.com

claves del éxito del concepto abanderado por la enseña italiana Bottega Verde. "El dueño del negocio podrá sacar adelante su tienda dependiendo en gran medida de su actitud. No obstante, esto no significa que el franquiciado, como emprendedor que es, no esté sometido a unos factores de riesgo", aclara Michele Ingala, director comercial internacional.

A diferencia de lo que detectan otras centrales de franquicia, Ingala señala que los candidatos de Bottega Verde no proceden tanto del paro como de "empleos a tiempo parcial".

> "Como empresario que es, el franquiciado está sometido a unos riesgos"

La cadena se dedica a la venta de cosméticos naturales para toda la familia, con un modelo de *marketing* directo, y está respaldada por una experiencia de 40 años, cuando se fundó la empresa matriz en Italia.

En 1996 la central aprovechó su saber hacer y sus productos para poner en marcha una red de tiendas con la marca Bottega Verde, y en 2004 inició la exportación del concepto, al instalar una tienda propia en nuestro país. La cadena española, con sede en Málaga, comenzó a franquiciar en 2005 y actualmente gestiona 12 puntos de venta asociados, que operan en las comunidades autónomas de Andalucía, Murcia, Cataluña, Navarra, Castilla y León, Galicia y Canarias.

En el ámbito internacional, Bottega Verde abandera 400 establecimientos (140 propios) en 12 países.

Una tienda de la marca italiana se instala en un local de 30 metros cuadrados de superficie comercial mínima y un escaparate a partir de 2,5 metros. La ubicación idónea es una zona de alto paso peatonal en un centro urbano, o un centro comercial con suficiente afluencia.

Si el local se sitúa a pie de calle, el negocio puede funcionar solo con el franquiciado, pero en un centro comercial se emplea a una media de 2,5 personas.

Del presupuesto para poner en marcha un Bottega Verde, la central detalla el mobiliario (15.000 euros, con la posibilidad de tener los muebles en depósito), y la mercancía e implantación (15.000 euros). EF

BARBADILLO ASOCIADOS
asesores en franquicia

barbadillo.asociados

@BarbadilloAsoc

MOMI & TOY'S

Las crepes enrolladas que gustan en Japón

La enseña japonesa de restauración traslada a España un modelo de negocio experimentado durante la última década en Asia, donde opera con un centenar de establecimientos. Su oferta estrella son unos originales cucuruchos

La restauración hoy en día está prácticamente copada por los conceptos de yogur helado, hamburgueserías y productos ibéricos. Así opina Raúl Sueiro, administrador de Momi & Toy's, una enseña de origen japonés que ofrece crepes enrolladas. "Nuestro producto llega como una novedad a un mercado altamente competitivo con ofertas muy similares, lo cual implica cierto riesgo, pero, por la experiencia que tenemos en Asia, esta es una propuesta que crece en los países donde se ha introducido".

"El concepto se fundamenta en procesos sencillos que se aprenden rápidamente", explica Raúl Sueiro.

Fotos: Óscar Elías

Sueiro, que ha desarrollado su carrera fundamentalmente en el exterior, señala que las tendencias en restauración pasan inevitablemente por una mayor especialización y una elevación de los estándares de excelencia. "El público viaja y sabe más, y por eso pide una mayor calidad. Ya no se trata solo de servir un producto, sino que el negocio lo abarca todo, como la decoración, el trato del personal, la presentación, los colores, olores y sabores, la música. Al final, cuenta la experiencia global que el cliente haya tenido con la marca".

En cuanto a la comida japonesa, Raúl Sueiro destaca que las grandes ciudades son más receptivas. "La gente se está abriendo a nuevos sabores y experiencias diferentes".

Momi & Toy's abrió en 2003, en Tokio, un concepto de restauración basado en la oferta de crepes dulces y saladas, enrolladas sobre sí mismas, como si fueran cucuruchos, y 4 años más tarde comenzó la expansión con franquicias en Japón, donde actualmente operan 80 establecimientos.

La cadena saltó al exterior en 2009, cuando el concepto se exportó a Taiwán. Ahora la marca

abandera 18 puntos de venta en Taiwán, China e Indonesia.

El paso más reciente de esta expansión internacional ha sido la entrada de la enseña en España. En diciembre se ha estrenado el primer Momi & Toy's en Barcelona, al que se unirán otros 2 en enero, también en la ciudad condal.

Mezcla de colores y sabores

La peculiar forma de presentación de estas crepes japoneses es una de sus marcas distintivas. "Las capas del cucurucho favorecen una mezcla de colores y sabores muy especial. De este modo, el cliente también puede llevarse el producto fuera del local y tomárselo mientras pasea, como si fuera un helado", destaca el administrador de la enseña en España.

Esa no es la única diferencia de la crep de Momi & Toy's con la típica de la cocina francesa, que se presenta en el plato y se come con cubiertos. "La masa también es distinta porque utilizamos más ingredientes, está más elaborada y es de mayor calidad", asegura Sueiro.

La carta de la enseña se completa con bebidas, cafés y *frutté*. "Es té con fruta natural cortada. Su éxito es tal que vendemos más *frutté* que café".

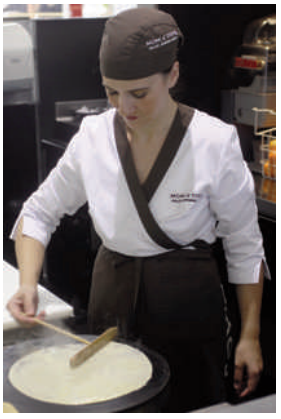
El administrador de Momi & Toy's en España espera abrir 25 establecimientos durante los próximos 5 años, en localidades con más de 50.000 habitantes, preferentemente en ciudades grandes, como Madrid, y expandir la marca en los alrededores.

La enseña japonesa es idónea para dos tipos de perfil. "Por un lado, puede interesar al inversor que quiere diversificar con un negocio de buena rentabilidad, y por otro, el concepto es ideal para el autoempleo, ya que se fundamenta en procesos sencillos, que se aprenden rápidamente y no requieren experiencia ni conocimientos previos", explica Sueiro.

Cucuruchos sobre ruedas

¿Le falta el local adecuado? ¿Le gustaría aprovechar las zonas de éxito de la ciudad? ¿No se quiere arriesgar con costes fijos? Momi & Toy's ofrece la posibilidad de desarrollar el negocio en un carrito móvil. Se trata de un vehículo que se entrega llave en mano, preparado para servir las crepes de la marca japonesa. "El franquiciado se ocupa de hablar con los centros comerciales y los ayuntamientos para acordar la instalación de su vehículo durante un tiempo determinado", señala Raúl Sueiro, administrador de la enseña en España. "De este modo, se beneficia siempre de zonas de alto tráfico y se ahorra los gastos derivados de mantener un establecimiento abierto".

La inversión es la misma que en un local, excepto por la partida de la obra civil, que se sustituye por la adquisición del vehículo. El total suma en este caso 60.000 euros más IVA.



La marca está pensada para un local con una superficie mínima de 50 metros cuadrados, ubicado en una zona peatonal, de afluencia turística y actividad alta durante la tarde.

La inversión inicial comprende las siguientes partidas: derecho de entrada (9.000 euros), obra civil (40.000 euros), equipamiento y maquinaria (10.000), sistema informático de gestión (6.000), mercancía inicial (5.000), *merchandising* y campaña de lanzamiento (4.000), proyectos y licencias (4.000), y varios (2.000). El total asciende a 80.000 euros más IVA.

Cada mes, el franquiciado tiene que abonar un canon de mantenimiento del 5% y otro de publicidad del 2%, ambos calculados sobre las ventas.

Nieves García Bautista

Más información: Departamento de Expansión. 607 494 779. barcelona@bya.es
www.momiandtoy.com

DIRECTOR GENERAL DE YVES ROCHER EN ESPAÑA

La crisis enseña que hay que trabajar de forma diferente

Texto: Antonio Sánchez Lorenzo / Fotos: Laura Martínez Lombardía

Llegó a España en septiembre de 2009 con un encargo difícil: enderezar el rumbo de una cadena que había entrado en crisis de facturación y rentabilidad en 2006, justo cuando la economía del país alcanzaba la cima. Tres años después, cuando es el país el que sufre el azote más virulento de la recesión, se han vuelto las tornas.

Dos medidas tomadas por el director general de Yves Rocher explican en buena medida la recuperación de la enseña francesa en España: la reducción a la mitad de la superficie de venta y la introducción, en 2011, de la mercancía en depósito. De este modo, "y sobre todo gracias a la dinámica del trabajo en equipo", que Vincent Melice transmite desde que llegó, la cadena ha conseguido conservar sus 180 tiendas de cosmética vegetal en España, 149 de ellas franquiciadas –en el mundo se acerca a las 2.000 unidades– , y espera mantener un ritmo de 5 aperturas al año durante los próximos ejercicios.

¿ESTÁ ORGULLOSO DE LOS RESULTADOS QUE HA OBTENIDO EN ESTOS TRES AÑOS?

Evidentemente, lo que necesita una empresa para salir adelante son resultados. Y aunque no podemos competir en valor absoluto

"La central valora mucho nuestra situación actual, porque tuvo miedo al ver lo que pasaba en España"

Vincent Melice

“Creo que en 2012 seremos una de las filiales de Yves Rocher con la mayor mejora en valor relativo”

con otros países, como Rusia, creo que en 2012 vamos a ser una de las filiales del grupo Yves Rocher con la mejora más importante en valor relativo. Claro que estoy contento del resultado, tengo que lograrlo sí o sí, porque si no ponen a otro en mi lugar. Pero lo más importante para mí es que la gente que hay en España esté orgullosa de su marca, y eso es algo que hoy percibo.

¿Qué opina de la situación económica?

Esta mañana he estado hablando por teléfono con Jacques Rocher, uno de los hijos del fundador de la cadena, que sigue con mucha atención la situación de España. Al comparar los dos países te das cuenta de que la crisis de Francia no tiene nada que ver con lo que ocurre aquí. En España los planes de despidos no afectan a 50 personas; son masivos, con 4.500 trabajadores en Iberia o 5.000 en Bankia, y toda esta gente todavía no ha llegado al mercado del desempleo. Por eso creo que a nivel global todavía no hemos acabado de ver el fondo del pozo, y que proseguirá esta bajada enorme del consumo. Es horroroso.

¿Tanto se ha reducido el consumo?

Nosotros manejamos un indicador interesante de la actitud del público, que es el número de conteos que calculamos con las células instaladas en las tiendas. En 2012 ➤

“Cada local que adaptamos al nuevo modelo genera un 10% de venta adicional el año del cambio”

el tráfico ha caído un 10%. Es decir, que la gente, para empezar, sale menos. Otro indicador significativo del comercio minorista es el del INE, que lleva un lustro de descenso. En 2012 será del 8 o 9%, no lo sabemos todavía, pero será catastrófico. Pienso que ahora nos encontramos en el peor momento de esta crisis, pero, probablemente, en los próximos meses todavía será peor.

"Estamos en la fase peor de esta crisis, pero, probablemente, en los próximos meses todavía será peor"

¿Pese a todo, Yves Rocher se mantiene.

Si miro solamente nuestras cifras, creo que de momento somos unos privilegiados, porque sufrimos mucho menos que otras marcas. En un periodo de crisis siempre hay firmas que consiguen evitar los obstáculos, especialmente las accesibles, y una de nuestras ventajas es la accesibilidad. Por eso terminaremos 2012 al nivel del año pasado, de modo que no vamos a perder volumen de negocio. En consecuencia, como el mercado decrece, estamos ganando posiciones. Nuestro accionista valora mucho la situación, porque ha tenido miedo al ver todo lo que pasaba, y hoy este dato le da seguridad.

¿Cuáles son los números de la red?

Mantenemos estable el número de locales desde hace 4 años. Son 180 tiendas que nos posicionan como una enseña muy potente en el sector. En el segmento de cosmética natural estamos muy por delante de las demás cadenas: tenemos 3 veces el tamaño de The Body Shop, 4 o 5 veces el de L'Occitane en Provence, y 7 u 8 veces el de Rituals. Si incluimos todas las redes de productos químicos, figuramos entre las 10 primeras, y en una categoría que para nosotros cuenta mucho, que son los faciales, nos encontramos en el *top* 5.

Entre mujeres

Vincent Melice vive rodeado de mujeres. Casado, con tres hijas, en la sede central de la enseña, en San Fernando de Henares (Madrid), la inmensa mayoría de las 80 personas que componen la plantilla es femenina, al igual que en la propiedad de las franquicias y en la red de tiendas, integrada por "850 consejeras de belleza". "Aparentemente es algo que sé manejar", sonríe Melice, que llegó a España procedente de Italia, donde dirigió una división de la marca, Stanhome, que empleaba a más de 25.000 vendedoras. A sus 50 años, este belga criado en Francia lleva más de una década en el grupo Yves Rocher, para el que ha trabajado en otros países como México o Estados Unidos. A pesar de la abrumadora presencia femenina en la red, en el comité de dirección no ocurre lo mismo –"está equilibrado"–, algo que Melice reconoce como un defecto "no solo nuestro, sino de la mayoría de las empresas del mundo". "Es un problema que hay que superar", afirma, no porque crea en el sistema de cuotas, que le parece "una estupidez", sino porque piensa que, "en muchos casos, las mujeres lo pueden hacer mejor que los hombres". "Tengo contacto con muchas de ellas para saberlo a ciencia cierta", remacha.

¿Qué actitud adoptan frente a la coyuntura? ¿Hay que resistir o hay que innovar?

La innovación nos permite afrontar una situación difícil. Es ser diferente de un pasado que nos ha metido en esta crisis. Nosotros tenemos la posibilidad de ofrecer productos con un contenido de innovación muy fuerte. La cosmética vegetal es un concepto inventado por el fundador de nuestra marca, Yves Rocher, y hoy está muy de moda, no solo en España, sino en todo el mundo.

¿Cómo afrontan la crisis las asociadas?

En un periodo como este la gente sufre, porque mantenerse está bien, pero esta cadena ha conocido días de gloria. Algunas franquiciadas me dicen que se acuerdan de que hace diez años el público hacía cola delante de la tienda. Pero los tiempos han cambiado. Quiero decir que estas señoras necesitan mucha fuerza y que nuestro papel, a través de la formación que impartimos como media dos veces al año, consiste en transmitir mucha motivación, mucho orgullo.

"Hay un millón y medio de clientas en nuestro fichero, que nos asegura más del 70% de la facturación"

¿Cómo combaten la caída del consumo?

Yves Rocher siempre ha destacado por su política promocional. Tenemos un sistema de fidelización por el que las clientas que se inscriben en nuestro club reciben cada mes un correo para que vaya a buscar un regalo o una oferta personalizada a la tienda. Eso, hoy, nos ayuda mucho. Porque si yo solo dependiera de la gente que pasa delante de mi local, al caer un 10% el tráfico en las calles,

"Hemos comprobado que la mercancía en depósito nos genera 8 puntos de incremento en las ventas"

mi cifra de negocio se resentiría. Pero la gran mayoría de nuestras ventas no proviene de ahí, sino del tráfico que generamos nosotros con las clientas que están en nuestro fichero, casi un millón y medio en España, y que captamos gracias a los correos que mandamos. Eso nos asegura más de un 70% del volumen de facturación.

¿Y qué me dice de los precios?

Nuestra estrategia de precios consiste en distinguirnos de los demás. Hoy todos proclaman menos 30%, menos 50%, o me compras uno y te regalo otro. Son las mismas técnicas que nuestra marca utilizaba hace 10 o 15 años. Ahora hemos elegido otro camino, que es vender el precio Yves Rocher como el precio sin intermediarios. Este es un grupo totalmente integrado, pues es recolector, fabricante y distribuidor, algo único en el mercado. Al hacerlo todo, podemos ofrecer un precio muy ajustado. No hay intermediarios, no hay subcontratación.

¿Cómo ayudan a las franquiciadas?

A escala macroeconómica, la crisis nos enseña que nos hemos equivocado y que hay que hacer otras cosas, pero a escala microeconómica también. Es preciso trabajar de manera diferente. Es un mensaje que repito desde que he llegado. Nosotros lo hacemos con más formación, más animación, más presencia en el terreno. Yo visito regularmente las tiendas de la cadena; eso antes no se hacía, y ahora es necesario. Pero la gran novedad ha sido la introducción, desde finales de 2011, de un sistema de mercancía en depósito para ayudar a las franquiciadas con dificultades de tesorería.

Un error de concepto

En los tres años que lleva en España, Vincent Melice ha logrado que la mitad de la cadena se haya adaptado a un nuevo modelo de tienda, el Taller de Cosmética Vegetal. Tiene entre 35 y 40 metros cuadrados de superficie de venta, con dos cabinas detrás y un pequeño almacén, hasta sumar 70 u 80 metros.

El Taller sustituye al causante de la crisis que sufrió Yves Rocher en España, "la quinta generación de tiendas", puesta en marcha en los años 2000, que califica como un error de concepto. "España era el país piloto para probar el modelo", explica Melice, "y más de la mitad de la cadena cambió aquí para adaptarse a la quinta generación, que requería el doble de superficie que la anterior y unos muebles muy costosos. Un problema añadido fue que, mientras duplicábamos el tamaño, entre 2000 y 2008 también se doblaba el precio de los alquileres. Como consecuencia, la inversión se multiplicó por más de 2, pero no aumentó ni un euro la cifra de ventas. Al contrario, en 2006 y 2007 empezó a disminuir la facturación y a degradarse la rentabilidad. Y la coyuntura económica no nos ayudó precisamente".

El Taller ha invertido la situación. "La imagen es muy moderna, y el concepto está siendo un éxito: cada establecimiento que transformamos nos genera un 10% de facturación adicional el año del cambio. Esto nos ha ayudado a volver a la normalidad y a recuperar las ventas y la rentabilidad perdidas".

¿Por qué implantó este método?

El grifo de los bancos se ha cerrado de una manera brutal, han pasado de un extremo al otro. Antes te daban sin control y hoy no te apoyan nada. Muchas de nuestras franquiciadas nos decían que empezaban a tener problemas de tesorería durante los bajones derivados la actividad. Un diciembre fuerte te va a generar una buena cantidad de circulante en enero, pero para preparar diciembre hay que meter mucho dinero en octubre, y después de agosto la caja está vacía. Entonces pensamos en este modelo, muy implantado en el textil; lo probamos en 10 tiendas y el efecto fue inmediato porque así se llenan los locales, que no sufren nunca huecos al no tener que pagar el pedido, y eso para vender es importante.

"El grifo de los bancos se ha cerrado de forma brutal. Antes daban sin control, y hoy no apoyan nada"

¿Qué resultados ha tenido?

Una parte del impacto ha sido psicológico. Una señora que está inquieta por problemas de tesorería, que no sabe cómo va a hacer para pagar el pedido, o la factura de la luz, no se concentra en su negocio, no motiva a su equipo. Hemos visto a mujeres que han cambiado radicalmente de espíritu, que han salido de un bajón para entrar de nuevo en una dinámica comercial. Como consecuencia de ello, las franquiciadas que han elegido esta fórmula han crecido de nuevo, y bastante. Hemos hecho comparaciones y comprobamos que generaban 8 puntos de incremento más que el resto. Así que presentamos el sistema a toda la cadena, y la gran mayoría lo ha elegido. De las 149 franquicias, 90 ya lo han implantado. EF

www.yves-rocher.es

MCDONALD'S recauda 300.000 euros para su fundación

McDonald's ha recaudado 300.000 euros en la jornada McHappy Day, celebrada en los 440 restaurantes de la cadena en España. El dinero irá a la Fundación Infantil Ronald McDonald, para construir y mantener las casas que la organización pone a disposición de las familias con niños enfermos y que tienen que desplazarse lejos de sus hogares para recibir el tratamiento.

Según Ángel Bataller, gerente de la fundación, el dinero recaudado permitirá "atender las necesidades de un año en una Casa Ronald McDonald, y sumar 2 Casas Ronald McDonald –en Valencia y Madrid– a las que ya funcionan en Barcelona y Málaga". Bataller añade que estas 4 casas cubren la demanda anual de unas 1.000 familias con niños enfermos.

Más información: 91 566 41 00
Internet: www.mcdonalds.es

SEUR reparte en motos eléctricas

Los mensajeros de Seur que reparten pequeños paquetes en zonas urbanas ahora van montados en motos eléctricas. La cadena de transporte urgente y logística ha incorporado estos vehículos con el fin de reducir las emisiones de carbono y como una medida dentro de su apuesta por la movilidad sostenible iniciada en 2006. Esta moto eléctrica es el modelo E-Max 120SD de V-Moto, diseñada para hacer más cómodo y rentable el trabajo diario. Esta nueva forma de distribución no solo reduce gases contaminantes, sino que también contribuye a una mejor calidad del aire –9 de cada 10 españoles respiran aire contaminado– y ayuda a aligerar el tráfico.

Más información: 91 322 25 00
Internet: www.seur.es

Las tiendas BEEP renuevan su imagen

Beep se moderniza. La cadena de tiendas de informática ha estrenado una nueva imagen, adaptable a la existente, con el fin de "mejorar la comunicación visual y de los productos, y aumentar la facturación", según Alfonso Ruiz, director comercial y de Marketing.

Para que los clientes puedan experimentar, el establecimiento ofrece una amplia exposición de productos, acompañados de su correspondiente ficha técnica. Otros cambios son la rotulación exterior –que ahora resulta más corporativa– y la colocación de diferentes paneles informativos en el interior.

Más información: 902 11 69 62/ 977 30 91 03
Internet: www.franquicias.beep.es

MACSON cierra el año con 12 aperturas

Macson ha despedido 2012 con la apertura de 12 nuevos establecimientos. Las tiendas recién inauguradas se ubican en las ciudades de Madrid, Barcelona, Alicante y Tenerife. Para 2013, la enseña de moda masculina prevé sumar otros 10 puntos de venta, uno de ellos en el aeropuerto de Barajas (Madrid), además de buscar oportunidades para abrir mercado en el ámbito internacional.

Más información: 902 488 088
Web: www.macson.es

MASQMENOS se prepara para el salto exterior

El año 2013 está lleno de proyectos para MasQMenos. La central de la enseña planea 13 aperturas, 5 de ellas fuera de España, lo que da comienzo a la expansión internacional de este concepto de venta y degustación de productos ibéricos de bellota, acompañados de ensaladas, postres y vinos.

La marca, que pertenece al grupo Cacheiro Restaurants, abandera 17 establecimientos actualmente, operativos en Madrid, Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca, Zaragoza y Lleida. Sus locales se distinguen por una decoración cuidada y acogedora, y resultan cómodos, cálidos y agradables.

Más información: 607 494 779
Web: www.masqmenos.com

EnFranquicia
ENERO 2013 Nº149

Elige tu negocio

58 entre marcas

Índice

	Ficha	Más pistas	Contactos
Cocina			
Cocinas.com	39	37	
Cuisine Plus	41		
Hokiba	44	43	
Küchen House	45	45	
Schmidt Cocinas	54		
Studium Bosküchen	55		
The Singular Kitchen	56	55	
Mobiliario-Decoración			
Art Modul	36	35	
Artikel	36		
Babyroom			57
Becara	37		
Bed's			57
BoConcept	37		
Camino a Casa	38		
Colchonalia	39		
Deka Mobiliario-Decoración	42	39	
Dormitienda			57
Dormity.com	42	41	
El Guardabosques	43	41	
Ensueños	43		
Expo Mobi			57
Hipermueble Max'Descuento	44		
Interni Armarios			58
Kolonial Home			58
La Carpa de Pórtico			58
La Mueblería	46		
La Oca	46		
Le Grenier	47	48	
Lúzete	48	49	
Merkamueble	48	50	
Metropolitan Closet Company	49		
Mia Home Trends	50	51	
Moblerone	50	53	
Muebles El Rebajón de La Ardilla	51		
Muebles La Factoría	51		
Muebles Rey/Tuco	52		
Natura Selection			58
Natuzzi			58
Noctalia	53		
Roche-Bobois			58
Tifón Hipermueble	56		
Tu Descanso			58
Textil y complementos del hogar			
Aira Home			57
Casa	38		
Casa Joven			57
Cortinaplus	40		
Crack	40	38	
DeCosas, Hogar y Moda	41		
El Rincón de María			57
Hogaria Casa con Todo			57
KA International	45	44	
Laura Ashley	47	47	
Lienzo de Los Gazules			58
Mi Casa Cosas de Casa	49		
Muy Mucho	52		
Revitex	53		
Sancarlos	54		
Textura	55		

• Recogida de datos: del 13 de julio al 15 de octubre de 2012 •

Informe sobre 42 cadenas de equipamiento del hogar que suman 1.058 establecimientos (687 franquiciados) y 114 rincones ❍ es líder Textura con 94 puntos de venta ❍ inversión mínima entre 24.000 euros + obra civil y 400.000 euros ❍ superficie mínima entre 40 y 2.500 m² ❍ población mínima entre 10.000 y 300.000 habitantes

Equipamiento del hogar: El arte de hacer negocio en el desierto

Pilar Rodríguez Fernández

Las franquicias de equipamiento del hogar que se mantienen activas están convencidas de que, si han resistido hasta ahora, al salir de la crisis estarán mejor posicionadas que nunca. ¿Pero cuándo ocurrirá tal cosa?

Los más optimistas creen que en este recién estrenado 2013, "tras los ajustes y cierres que se han producido, tanto de tiendas como de fabricantes, el mercado va a comenzar a estabilizarse", en palabras de Mariano Muñoz Sánchez, vicepresidente de Merkamueble (ver *Tendencias).* Una idea que repite el director general de Moblerone, Juan Acosta Pérez, aunque reconoce, con realismo, que "no hay ningún indicador macroeconómico que invite a pensar en una pronta recuperación del consumo".

Frente a una caída del sector del 50% desde 2007, las franquicias en su conjunto se mantienen

La tercera parte de las marcas ha crecido en los 2 últimos años, algunas con alzas significativas

Lo que parece indudable es que, después de un lustro de caída ininterrumpida de las ventas, las cadenas están ganando cuota en un mercado decreciente, tanto por el retroceso o la desaparición de los competidores como por el crecimiento que está experimentando la tercera parte de ellas, en determinados casos con alzas significativas de la facturación que casi se podrían calificar de extraordinarias, dados los tiempos que corren.

Ambiente competitivo. La gran ventaja de las franquicias de equipamiento del hogar frente

MARIAM REIS
DIRECTORA DE EXPANSIÓN DE MI CASA COSAS DE CASA

"Averiguamos qué quiere el público y se lo facilitamos lo más pronto posible"

–¿Cómo está evolucionando la red de Mi Casa?
–En 2011 tuvimos un alza del 13% y 11 aperturas, pero 2012 ha sido un año más complicado. Esperamos terminarlo con un crecimiento de la facturación del 10 al 11%, hasta superar los 10 millones de euros. El número de tiendas llegará a 44, después de incorporar 8, y también reformamos 4 y reubicamos 1 en una calle más céntrica. En 2013 contamos con sumar 12 puntos de venta, y de momento ya tenemos 2 inauguraciones para finales de enero.

–¿Cómo afrontan la crisis los asociados?
–Nuestras franquicias tienen mucho mérito, porque no se han dedicado a lamentarse por lo que han dejado de facturar, sino que han intentado vender lo máximo posible. Han dejado de mirar al pasado y se han centrado en el futuro. Para nosotros es una satisfacción que ninguna haya tenido pérdidas.

–¿Qué aporta la central?
–Estamos mejorando la fuerza de la marca y la estructura interna, aumentando el diseño de producto propio. Seguimos muy al día las tendencias de decoración para crear los artículos que demanda más la gente. Así conseguimos que haya más novedades y más rotación. Hemos creado un comité de compras que pulsa la opinión de las tiendas y de sus clientes, con un flujo de comunicación semanal. Averiguamos qué es lo que quiere el público y se lo proporcionamos lo más pronto posible. Va todo muy rápido.

–¿Y el precio?
–El precio tiene que ser muy bueno, pero la calidad no puede resentirse porque la gente busca cosas baratas, pero no quiere bajar el nivel. Por eso todo el textil de las secciones de cama, cocina y baño proviene de España y Portugal. Así el artículo es mejor, pero también nos peleamos por el precio, para que sea más económico. Además, al fabricar en la península, entre el diseño y la colocación en la tienda pasa muy poco tiempo.

–¿Para montar un comercio hay que tener experiencia?
–El requisito fundamental es que al candidato le guste la decoración, que esté cómodo en la tienda –porque se que pasan muchas horas en ella–, y en el trato con el cliente. El resto lo ponemos nosotros. Impartimos un exhaustivo curso de formación y luego, cada dos o tres meses, nos pasamos unos días en el comercio verificando que se están aplicando bien los conocimientos, corrigiendo fallos y retocando el local. Creo que una de las claves de nuestro éxito es esa, que estamos muy encima.

–¿Le va mejor al franquiciado si trabaja en el punto de venta?
–Sí, ahora mismo lo recomendamos. Que trabaje en la tienda o que, por lo menos, le dedique 2 o 3 horas al día, pero todos los días. Y que sepa hacer las cosas igual que sus empleados

Antonio S.L.

al comercio independiente –el gran damnificado de la recesión– es su capacidad de negociación con los proveedores, que les da aire para competir en un aspecto del negocio insoslayable en la actualidad, los precios. Al mismo tiempo, en un ambiente tan competitivo, destacan las centrales que no descuidan las inversiones en innovación y desarrollo, imprescindibles para adaptarse continuamente a unas circunstancias que cambian casi cada día.

Los comercios independientes tienen más dificultades para innovar y competir en precios

Los datos de consultorías como DBK indican que, frente a una caída del mercado superior al 50% desde 2007, tanto en facturación como en número de puntos de venta, el sistema de franquicia se mantiene. De las 30 marcas que facilitaron información hace dos años a esta revista, 10 han aumentado el tamaño de la red, 8 permanecen estables y 12 han perdido unidades. Pero, en conjunto, el resultado es plano, pues las aperturas se compensan con los cierres.

Las enseñas que declaran un mayor crecimiento son Moblerone, Schmidt Cocinas y Mi Casa Cosas de Casa, que han ganado 24, 13 y 10 unidades respectivamente en el periodo. En el otro extremo, La Oca, BoConcept y KA International han perdido 11, 10 y 10.

Tres segmentos de negocio. Las 42 franquicias de equipamiento del hogar activas se pueden dividir en tres segmentos por su negocio principal: mobiliario y decoración, muebles de cocina y textil-hogar. El más concurrido es el primero, con 24 marcas que se dedican principalmente a la venta de muebles para la casa. Está encabezado por la zaragozana Muebles Rey/Tuco (76 establecimientos) y por la sevillana Merkamueble (75).

En este grupo hay 4 enseñas especializadas en sistemas de descanso (Colchonalia, Dormity.com, Ensueños y Noctalia, que es líder con 70 locales), 1 de venta de lámparas (Lúzete) y 1 de armarios a medida (Metropolitan Closet Company).

El segundo subsector por número de franquicias, y el que ha sufrido menos la crisis, es el de artículos de textil para el hogar, menaje, regalos y complementos. Como se puede ver en el *ranking*, está integrado por 11 cadenas capitaneadas por la barcelonesa Textura (94 tiendas) y la belga Casa (82).

Por último, el mobiliario de cocina es el eje de la actividad de 7 enseñas, 3 de las cuales utilizan la fórmula de concesionarios a semejanza de los fabricantes de coches. Son líderes la vallisoletana The Singular Kitchen (70 puntos de venta) y la francesa Schmidt Cocinas (28).

Un millar de locales. En conjunto, las 42 redes de franquicia de equipamiento del hogar abanderan 1.058 establecimientos, de los que 687 pertenecen a inversores independientes (el 65%), y 114 rincones. 37 de ellas son españo-

La capacidad de negociación con los proveedores cobra mayor importancia durante la crisis

Nombre de la enseña	Unidades operativas (*)	Aperturas en un año	Primer asociado	Fondos necesarios (euros)	Superficie (m^2)	Población mínima (habitantes)
C O C I N A						
1 **The Singular Kitchen**	70	7/9	2004	30.000(1) + obra civil (mercancía en depósito)	Mínima: 150 - Recomendable: 200	50.000/100.000
2 **Schmidt Cocinas**	28	12	1989	800(1) por m^2	Mínima: 100/300	50.000
3 **Küchen House**	11 (+ 31 rincones)	3	2008	55.000(1) + obra civil (para 120 m^2)	Mínima: 100 - Recomendable: 180	50.000
4 **Cocinas.com**	10	15	2010	Desde 30.000(2) + obra civil (para 200 m^2)	Mínima: 150 - Recomendable: 200/250	50.000
4 **Cuisine Plus**	10	5	2011	30.000(1) + obra civil (para 100 m^2)	Mínima: 80 - Recomendable: 100	50.000
6 **Hokiba**	6	15	2010	30.000(2) + obra civil (para 50 m^2)	Mínima: 40 - Recomendable: 50	20.000
6 **Studium Bosküchen**	6	4/5	2006	50.000(1) + obra civil (para 100 m^2)	Mínima: 100 - Recomendable: Desde 150	50.000
M O B I L I A R I O - D E C O R A C I Ó N						
1 **Muebles Rey/Tuco**	76 (+ 53 afiliadas)	6	1994	Desde 100.000(1) + obra civil	Mínima: 1.300 m^2 (Tuco)/2.000 (Muebles Rey)	50.000/150.000
2 **Merkamueble**	75	4	1996	No facilitada	Mínima: 2.500	200.000
3 **Noctalia**	70	5	2005	40.000(1) + obra civil (para 100 m^2)	Mínima: 100 - Recomendable: 150	50.000
4 **Moblerone**	60	5	2000	No facilitada (variable según tamaño)	Mínima: 600 - Recomendable: 1.500	50.000
5 **Tifón Hipermueble**	40	5	1997	No facilitada	Mínima: 700 - Recomendable: 1.000	50.000
6 **La Oca**	30	4	1982	150.000(1)	Mínima: 400 - Recomendable: 600	50.000
7 **Lúzete**	29 (+ 2 rincones)	5	2003	358.000 (para 300 m^2)	Mínima: 300 - Recomendable: 700	50.000
8 **BoConcept**	15		1998	180.000 + obra civil + IVA (para 400 m^2)	Mínima: 350 - Recomendable: 450	250.000
9 **Dormity.com**	14		2011	100.000 (para 200 m^2)	Mínima: 150 - Recomendable: 150/200	50.000
10 **Artikel**	12	3 franquicias	2005	72.000(2) + obra civil (para 200 m^2)	Mínima: 200/400 - Recomendable: 200/600	50.000
11 **Muebles La Factoría**	10		2005	Desde 75.000(2) + obra civil (para 500 m^2)	Mínima: 500 - Recomendable: 1.000	50.000
12 **Muebles El Rebajón de La Ardilla**	9		2004	Desde 75.000(2) + obra civil (para 500 m^2)	Mínima: 500 - Recomendable: 1.000	50.000
13 **Becara**	8 (+ 7 rincones)	5	2005	600(1) por m^2 (para 500 m^2)	Mínima: 300 - Recomendable: 500	100.000
13 **Hipermueble Max'Descuento**	8		2006	Desde 190.000(2) (para 1.500 m^2)	Mínima: 1.500 - Recomendable: 2.000	100.000
15 **El Guardabosques**	7 (+ 2 rincones)	4	1997	Desde 55.000(2) + obra civil (para 300 m^2)	Mínima: 250 - Recomendable: 400	30.000
16 **Art Modul**	6		2011	Desde 42.500(2) + obra civil (para 100 m^2)	Mínima: 100 - Recomendable: 200	100.000
17 **Camino a Casa**	5 (+ 54 rincones)	4	2005	140.000/450.000 + obra civil	Mínima: 250/1.500 - Recomendable: 350/2.500	No facilitada
18 **Deka Mobiliario-Decoración**	4		2012	Desde 54.000 + obra civil (para 200 m^2)	Mínima: 200 - Recomendable: 250	60.000
18 **Ensueños**	4 (+ 26 distribuidores)	2	2000	170.000 (para 150 m^2)	Mínima: 150	80.000
20 **La Mueblería**	3			190.000(2) (para 1.500 m^2)	Mínima: 1.500 - Recomendable: 2.000	100.000
20 **Le Grenier**	3 (+ 2 rincones)	4		75.000(1) (para 80 m^2)	Mínima: 80	75.000
22 **Colchonalia**	2	5		No facilitada	Mínima: 60 - Recomendable: 150	10.000
22 **Mia Home Trends**	2 (+ 1 rincón)	2	2006	No facilitada	Mínima: 400	50.000/100.000
24 **Metropolitan Closet Company**	1	3		150.000(1)	Mínima: 70 - Recomendable: 85/150	300.000
T E X T I L Y C O M P L E M E N T O S D E L H O G A R						
1 **Textura**	94	5	1999	115.000(1) (para 120 m^2)	Mínima: 85 - Recomendable: 100/120	35.000
2 **Casa**	82		1993	400.000(1)	Mínima: 500	60.000
3 **KA International**	78 (+ 15 rincones)	15	1986	Desde 60.000(1) + obra civil	Mínima: 70 - Recomendable: Más de 100	50.000
4 **Mi Casa Cosas de Casa**	43	8	2005	62.000(2) + obra civil (para 130 m^2)	Mínima: 90 - Recomendable: 140	10.000
5 **Revitex**	40	4	1989	24.000(2) + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m^2)	Mínima: 100 - Recomendable: 150	10.000
6 **Sancarlos**	23 (+ 1 *online*)	3	1997	900(1) por m^2	Mínima: 200	75.000
7 **Crack**	20	5	2006	100.000/150.000 (para 350 m^2)	Mínima: 350	30.000
8 **DeCosas, Hogar y Moda**	19	8	2001	35.000(2) + obra civil + IVA (para 70 m^2)	Mínima: 70 - Recomendable: 150	20.000
9 **Laura Ashley**	15	4	2004	43.000/61.000 + obra civil + IVA	Mínima: 65 - Recomendable: 100	50.000
10 **Muy Mucho**	10	3	2011	180.000(1) (para 250 m^2)	Mínima: 250 - Recomendable: 350	60.000
11 **Cortinaplus**	1	5		30.000(2) + obra civil (para 60 m^2)	Mínima: 50 - Recomendable: 50/60	15.000

(*) A 1 de octubre de 2012. (1) La central de franquicia no ha desglosado este dato. (2) Desglose parcial.

JULIEN SALLIER
DIRECTOR PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE SCHMIDT COCINAS

"Siempre hemos ganado cuota en épocas de crisis"

–¿Cómo está afrontando la recesión el segmento del mobiliario de cocina?

–Según los datos que se manejan en el sector, hace 5 años había cerca de 14.000 comercios de muebles de cocina, y el año pasado quedaban unos 7.000. Tanto en locales como en volumen de ventas ha habido una contracción del 50%. Nosotros, en cambio, en 5 años hemos abierto 28 concesionarios exclusivos y no hemos cerrado ninguno.

–¿Cómo le ha ido 2012 a Schmidt Cocinas?

–Estamos muy contentos, porque a finales de noviembre llevábamos un 30% de crecimiento total y un 17% a superficie constante. Acabaremos 2012 con 6 concesionarios nuevos, y, de acuerdo con lo que ya hemos firmado, 2013 será mejor, pues vemos muy factible sumar 12 aperturas. El mercado está difícil, pero trabajando de ciertas formas se obtienen grandes resultados.

–Van a contracorriente.

–En épocas de crisis, tanto en Francia –el país de origen de la marca– como en el resto de Europa, siempre hemos ganado cuota, y en esta ocasión también. Eso demuestra que el modelo de negocio funciona no solamente en los otros 25 países en los que estamos, sino también en España en el peor momento de su historia económica.

–¿Qué caracteriza su concepto?

–Ofrecemos un modelo distinto, consistente en concesionarios exclusivos que únicamente se dedican al mueble de cocina con una sola marca, Schmidt Cocinas. Es una fórmula muy parecida a la del mundo del automóvil. Nosotros exigimos una serie de condiciones de imagen corporativa, plantilla, ubicación y superficie, al igual que un concesionario de coches, y a cambio de ello ayudamos en la puesta en marcha del negocio, antes de abrir y después.

–¿Por qué siguen el modelo automovilístico?

–Porque, como en ese sector, nosotros somos a la vez fabricantes y grupo de distribución, con una integración vertical de I+D, atención al cliente y encuesta de satisfacción del consumidor.

–¿Por qué no tienen unidades propias?

–Nosotros invertimos en nuestras fábricas. Acabamos de inaugurar una que ha supuesto 60 millones de euros. Hay que tener en cuenta que abrimos una tienda a la semana desde hace varios años, y es fundamental tener músculo financiero para modernizar y aumentar la capacidad productiva, porque somos el único proveedor de la cadena.

–¿El asociado tiene que autoemplearse?

–Este concepto tiene un potencial muy importante no como autoempleo, sino como empresa. De las 28 tiendas abiertas, 13 pertenecen a dueños que han repetido con 2 o 3, y alguno va a abrir la cuarta.

Antonio S.L.

las, y el resto procede de Francia (Cuisine Plus y Schmidt Cocinas), Bélgica (Casa), Dinamarca (BoConcept) y Reino Unido (Laura Ashley). La española con más presencia en el extranjero es la madrileña KA International, que cuenta con una cadena de 143 comercios (141 son franquicias) en 42 países.

Los emprendedores interesados en montar alguno de estos negocios pueden hacerlo en localidades o zonas de exclusividad con una población mínima entre 10.000 habitantes (Colchonalia, Mi Casa Cosas de Casa, Revitex) y 300.000 (Metropolitan Closet Company). La superficie mínima también ofrece una horquilla muy amplia –lo que indica la diversidad de los conceptos implicados–, entre los 40 metros cuadrados de Hokiba y los 2.500 que precisa Merkamueble.

Con estas diferencias es lógico que la inversión inicial mínima aproximada varíe enormemente entre la más reducida, 24.000 euros más obra civil (Revitex, que deja la mercancía en depósito) y los 400.000 euros de Casa, aunque hay que tener en cuenta que no facilitan este dato algunas marcas que requieren grandes superficies, como Merkamueble o Tifón Hipermueble.

"Colchón" de seguridad. Asimismo, es necesario disponer de un fondo de maniobra hasta que se alcanza el punto de equilibrio, un "colchón" que puede alcanzar los 100.000 euros, aunque las cifras más repetidas varían entre 20.000 y 30.000. En algunos casos también hay que aportar un aval bancario (entre 10.000 y 90.000 euros).

De los pagos al franquiciador, el primero es el derecho de entrada –incluido en la inversión–, que fluctúa, IVA aparte, entre 3.000 euros (Colchonalia, Deka Mobiliario-Decoración, Laura Ashley) y 40.000 (Becara). 5 marcas no cobran nada por este concepto.

Como se puede ver en las fichas de las enseñas, una vez que el negocio está en funcionamiento hay que abonar una cuota de mantenimiento en 24 de ellas, que aplican un porcentaje sobre la facturación (del 1 al 6,5%) o un fijo (entre 60 y 420 euros más IVA al mes o 1.500 euros al año). El canon de publicidad es obligatorio en la mitad de las cadenas, que detraen, según la marca, entre el 1 y el 4% de las ventas, entre el 3,5 y el 5% de las compras o entre 200 y 400 euros mensuales.

La madrileña KA International está en 42 países con una cadena de 143 comercios

14 de las 42 firmas que se analizan en este informe empezaron a franquiciar en España antes de 2001 (La Oca, la primera, en 1982); 23 lo hicieron en este siglo (Deka Mobiliario-Decoración, la última, en 2012) y 5 todavía carecen de asociados (Colchonalia, Cortinaplus, La Mueblería, Le Grenier y Metropolitan Closet Company).

Se pueden ver algunos datos adicionales de 29 de estas enseñas en la web del Registro de Franquiciadores, en www.mcx.es/Franquicias/principal.asp.

ART MODUL

Art Modul diseña, fabrica a medida e instala mobiliario para el hogar como dormitorios de matrimonio, juveniles e infantiles;

Art Modul. En 2011, cuando tenía 5 locales propios en Barcelona, la marca incorporó la primera franquicia.

armarios, vestidores o comedores. "Trabajamos con carácter de exclusividad unos muebles de gran calidad y con diseños personalizados, que solo distribuimos nosotros", subraya Emma Quelart, responsable de Franquicias.

Trayectoria. La marca barcelonesa comercializa mobiliario desde 1995. En 2011, cuando contaba con 5 establecimientos propios, incorporó la primera franquicia. Todos sus puntos de venta se encuentran en Barcelona.

Perfil del asociado. Persona que se quiera involucrar en el proyecto, a la que le guste el mundo de la decoración y que desee emplearse como autónoma.

Ubicación. Un comercio Art Modul se tiene que emplazar en una zona céntrica. El local, con una superficie mínima de 100 metros cuadrados, debe ser diáfano.

Desglose de la inversión. La central calcula que se puede abrir una tienda de 100 metros cuadrados y 10 muebles de exposición con un presupuesto aproximado a partir de 42.500 euros más obra civil. El fondo de maniobra adicional que se recomienda se mueve entre 10.000 y 15.000 euros.

"El alquiler supone alrededor

ART MODUL

Central	Art Modul Arrieta, S.L.
Actividad	Diseño, fabricación a medida e instalación de mobiliario para el hogar
Contacto	Emma Quelart
Dirección	C/ Valencia, 202
Código Postal - Localidad	08011 Barcelona
Teléfono	615 96 03 30 / 93 424 81 14 / 93 453 56 67
Fax	93 453 12 08
Internet	www.artmodul.es
Correo	expansion@artmodul.es
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	6
asociadas	1
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 42.500 euros + obra civil (para 100 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	No facilitado (gratuito 6 primeros meses)
Canon de publicidad	No facilitado (gratuito 6 primeros meses)
Superficie	Mínima: 100 m² - Recomendable: 200 m² (diáfano)
Población mínima	100.000 habitantes

Tendencias

El futuro es de las centrales de compras

Eduardo Moreno Junco, responsable de Expansión de Crack (regalos y decoración)

"Teniendo en cuenta que todo el comercio en general se está viendo perjudicado por la actual crisis económica, debemos estar satisfechos, ya que a nuestros locales sigue asistiendo gran cantidad de público. Respecto al futuro, creo que las tiendas que no tengan capacidad de negociación con los proveedores deberán cerrar, ya que no serán competitivas. Solo podrán mantenerse las que estén en una central de compras".

Adaptación a los mercados locales

Manuel Gulias, director de Ventas y Marketing de KA International (telas, muebles tapizados y complementos para decoración)

"A pesar de los indicadores de los últimos años, nadie podía prever el calado de esta crisis, que ha perjudicado seriamente el consumo en general y muy especialmente en el sector de la decoración. El número de competidores en este mercado es hoy muy inferior al de años anteriores, dado que cada vez más agentes, distribuidores, fabricantes e intermediarios están cerrando sus puertas. Nuestra cadena está trabajando

Sigue en la página 38 •••

ARTIKEL

Central	Artikel Franquicias, S.A.
Actividad	Decoración, textil, mobiliario y regalos para la casa y el jardín
Contacto	Víctor Beltrán Aparici
Dirección	C/ Campellos, 23. P.I. Fuente de Muza
Código Postal - Localidad	46450 Benifayó (Valencia)
Teléfono	96 176 74 76
Fax	96 176 72 14
Internet	www.artikel.es
Correo	victorbeltran@artikel.es
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	12
asociadas	8
Aperturas previstas en un año	3 franquicias
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	72.000 euros + obra civil (para 200 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	2% sobre ventas
Superficie	Mínima: 200 m² (modelo A)/400 (modelo B) - Recomendable: 200 m² (modelo A)/600 (modelo B)
Población mínima	50.000 habitantes

BECARA

Central	BZ Asuntos de Familia, S.L.
Actividad	Mobiliario y decoración
Contacto	Alfonso García-Valdés
Dirección	Avda. Andalucía, 208
Código Postal - Localidad	28343 Valdemoro (Madrid)
Teléfono	91 296 66 66
Fax	91 296 66 00
Internet	www.becara.com
Correo	alfonso.gv@becara.com
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	7 (+ 7 rincones + 1 tienda en T4 Barajas)
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	8
Inversión aproximada	600 euros por m² (para 500 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	40.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	3,5% sobre compras
Superficie	Mínima: 300 m² - Recomendable: 500 m² (a pie de calle, con amplio escaparate)
Población mínima	100.000 habitantes

BOCONCEPT

Central	Bo Concept Ibérica, S.L.
Actividad	Muebles y complementos del hogar
Contacto	José Ramón Garde
Dirección	C.C. Parquesur. Avda. Gran Bretaña, s/n, buzón 45
Código Postal - Localidad	28916 Leganés (Madrid)
Teléfono	902 22 50 05
Fax	91 680 82 87
Internet	www.boconcept.es
Correo	jrg@boconcept.es
Primer franquiciado en España	1998
Unidades en España	15
asociadas	10
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	335
Inversión aproximada	180.000 euros + obra civil + IVA (para 400 m²)
Derecho de entrada	25.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 350 m² - Recomendable: 450 m²
Población mínima	250.000 habitantes

de 2.500 euros, de manera que 4 meses de depósito y 1 de adelanto requieren 12.500 euros", explica Emma Quelart. El mobiliario y la decoración suman otros 30.000 euros.

> **"Trabajamos en exclusiva unos muebles que diseñamos y fabricamos a medida"**

La responsable de Franquicias de Art Modul indica que "la obra civil dependerá del estado del local, pero un techo nuevo y la iluminación cuestan del orden de 8.000 euros".

Plantilla. Entre 1 y 2 empleados.

COCINAS.COM

Cocinas.com es una enseña especializada en mobiliario de cocina que se basa en la comercialización en exclusiva zonal por sus franquiciados, que "reciben el pedido a las 24 o 48 horas en cualquier punto de la península".

"Debido a nuestro volumen de negocio, podemos conseguir elevados descuentos y competir así con las grandes superficies, como Ikea o Leroy Merlin", afirma Arnaldo Urrutia, director de proyectos de Cocinas.com. "Nuestro producto no solo rivaliza en precio con estos establecimientos, sino que ofrece un nivel de calidad muy superior, pues proviene de los fabricantes más importantes del sector, como Logisiete y Blum".

Trayectoria. Cocinas.com se fundó en 2010 en la localidad navarra de Viana con la inauguración de los primeros puntos de venta propio y asociado. Desde entonces la enseña ha formado una red de 10 centros (8 franquiciados), que se ubican en Vitoria, Azpeitia, Navarra, Logroño, Valencia, Palma de Mallorca, Madrid, Toledo y Bilbao.

"La expansión en nuestro país es lenta, y por eso nos estamos apoyando mucho en la exportación del modelo de negocio", señala Urrutia. "Francia está recibiendo muy bien nuestro producto, y actualmente contamos con más de 15 distribuidores en todo el país y con una franquicia central en Burdeos, que tiene casi 450 metros cuadrados de exposición". Además, la enseña dispone de 1 comercio en Jordania.

> **"Por nuestro volumen de negocio podemos competir con grandes superficies como Ikea"**

Perfil del asociado. Persona con conocimientos del sector, por las necesidades técnicas que se requieren. El franquiciado debe tener experiencia en la gestión y organización de equipos, ➤➤

Cocinas.com. Los asociados reciben el pedido a las 24 o 48 horas en cualquier punto de la península.

además de capacidad económica y financiera.

- **Ubicación.** El negocio se monta en un local de al menos 150 metros cuadrados situado en una zona de afluencia de público, preferiblemente junto a un área comercial y de paso.
- **Desglose de la inversión.** La central presupuesta una tienda de 200 metros cuadrados en 30.000 euros aproximadamente, obra civil aparte. Se recomienda, además, contar con un fondo de maniobra del orden de 18.000 euros.

"Si se dispone de un local acondicionado, los gastos de establecimiento se centrarán en el mobiliario y el equipamiento de exposición, que suponen 22.000 euros con diseño de tienda, y en los equipos audiovisuales, que cuestan 3.000 euros", explica el director de proyectos de Cocinas.com. "La publicidad de lanzamiento y otros gastos de apertura y constitución ascienden a 5.000 euros".

- **Plantilla.** El franquiciado y un empleado.
- **Duración del contrato.** 5 años.

CRACK

Crack ofrece un modelo de negocio especializado en regalos y equipamiento del hogar, y "caracterizado por productos funcionales, modernos, de diseño atractivo y muy asequibles", indica el franquiciador. La enseña,

Especializada en artículos de bajo precio, renueva el 60% de la mercancía cada semana

CAMINO A CASA

Central	Funami Internacional, S.L.
Actividad	Equipamiento para el hogar
Contacto	Fernando García Osorio
Dirección	Autovía de Toledo, km. 19
Código Postal - Localidad	28946 Fuenlabrada (Madrid)
Teléfono	91 642 23 39 / 91 639 81 32
Fax	91 642 28 07
Internet	www.caminoacasa.es
Correo	fgo@caminoacasa.es
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	5 (+ 54 rincones)
asociadas	0 (+ 54)
Aperturas previstas en un año	3 tiendas pequeñas, 1 grande y 30 rincones
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	140.000/450.000 euros + obra civil
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA (formato pequeño)/18.000 euros + IVA (formato grande)
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	2% sobre ventas netas + 2% para publicidad local
Superficie	Mínima: 250 m² (formato pequeño)/1.500 (formato grande) - Recomendable: 350 m² (formato pequeño)/2.500 (formato grande)
Población mínima	No facilitada

CASA

Central	Casa International N.V. (Blokker Holding)
Actividad	Comercio minorista de artículos de regalo y para el hogar
Contacto	Hilde Ruttens/Marian Heylen/Els Van der Roost/Sarah Van Herck
Dirección	Karel Govaertsstraat, 14
Código Postal - Localidad	2222 Itegem (Amberes)
Teléfono	91 751 80 85
Fax	91 751 80 56
Internet	www.casashops.com
Correo	info@casashops.com - info@casa.be
Primer franquiciado en España	1993
Unidades en España	82
asociadas	41
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	436
Inversión aproximada	400.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 500 m²
Población mínima	60.000 habitantes

Tendencias

••• Viene de la página 36

en la optimización del modelo de negocio y en su adaptación a los mercados locales, porque estamos convencidos de que esa es la única garantía de éxito en un mundo cada vez más exigente".

5 años de retrocesos

Mariano Muñoz Sánchez, vicepresidente de Merkamueble (mobiliario y electrodomésticos)

"El descenso generalizado del consumo en España afecta de manera especial al segmento del mobiliario, que lleva 5 años con fuertes retrocesos. Nuestra cadena, como organización franquiciada líder del sector, no es ajena a este hecho, por lo que hemos tenido que adecuar nuestras estrategias a este entorno para convivir con las dificultades generadas.

Pensamos que tras los ajustes y cierres que se han producido, tanto de tiendas como de fabricantes, el mercado va a comenzar a estabilizarse. No obstante, será cada vez más heterogéneo debido a las diferencias económicas de las regiones y al proceso liberalizador o desregulador en asuntos como las rebajas, que van a generar una ava-

"Las estrategias de las marcas van a tener que ser más complejas y proactivas"

Sigue en la página 40 •••

COCINAS.COM

Central	Cocinas On Line, S.L.
Actividad	Mobiliario de cocina
Contacto	Cristina Amutio
Dirección	P.I. AU-17-1.1. Ctra. Mendavia, s/n
Código Postal - Localidad	31230 Viana (Navarra)
Teléfono	948 44 66 31
Fax	
Internet	www.cocinas.com
Correo	info@cocinas.com
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	10
asociadas	8
Aperturas previstas en un año	15
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	Desde 30.000 euros + obra civil (para 200 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 150 m² - Recomendable: 200/250 m² (a pie de calle)
Población mínima	50.000 habitantes

COLCHONALIA

Central	Colchonalia, S.L.
Actividad	Venta al por menor de colchonería y descanso
Contacto	Carlos Periañez
Dirección	C/ Cárdenas, 2
Código Postal - Localidad	06800 Mérida (Badajoz)
Teléfono	902 875 210
Fax	924 30 24 51
Internet	www.colchonalia.com
Correo	colchonalia@colchonalia.com
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	2
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	3.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	1% sobre facturación
Superficie	Mínima: 60 m² - Recomendable: 150 m² (con escaparate)
Población mínima	10.000 habitantes

que comercializa artículos con precios un 40% por debajo del mercado, renueva el 60% de la mercancía semanalmente.

Crack. El asociado debe tener experiencia comercial y ser un apasionado por el mundo de la decoración.

Trayectoria. El fundador de la marca, Eduardo Moreno, comenzó en 1992 comprando partidas sobrantes en el extranjero para distribuirlas entre empresas españolas. Con el tiempo fue almacenando restos que no conseguía vender, y en 1999 decidió, junto con sus socios, abrir una tienda para liquidarlos. La idea de cambiar la distribución por la franquicia no surgió hasta 2006, cuando "la estructura de la empresa ya estaba consolidada", y desde aquel año la enseña de Montcada y Reixac ha formado una cadena de 20 puntos de venta (15 asociados) que se encuentran en las regiones de Cataluña, Baleares, Galicia, Asturias y Castilla y León.

Zonas preferentes. En la etapa inicial, Cataluña, Levante, Aragón y Galicia, y, posteriormente, Madrid.

Perfil del asociado. Persona con experiencia comercial, que quiera montar su propia tienda compartiendo la filosofía de Crack y que sea una apasionada del mundo de la decoración.

Ubicación. El negocio se emplaza en un entorno comercial de primer orden, en un local con una superficie mínima de 350 metros cuadrados.

Desglose de la inversión. El coste aproximado de un comercio de 350 metros cuadrados puede variar entre 100.000 y 150.000 euros, y se aconseja disponer de un fondo de maniobra adicional de 14.000 euros, correspondientes al 50% de la mercancía inicial. Asimismo hay que aportar un aval bancario de 15.000 euros.

Eduardo Moreno Junco, responsable de Expansión de Crack, facilita un presupuesto de 132.000 euros que se distribuye entre los gastos de constitución (10.950 euros); publicidad de lanzamiento (1.000); otros gastos de apertura (2.100); mobiliario, equipamiento y enseres (17.000); adecuación y decoración del local (58.800); derecho de entrada (9.000 euros más IVA); fianzas depositadas para arrendamientos (7.000 euros), y mercancía (26.250).

Plantilla. El asociado y un empleado.

Duración del contrato. 5 años.

DEKA MOBILIARIO-DECORACIÓN

Deka Mobiliario-Decoración vende al por menor muebles y artículos de decoración, electrodomésticos y despacho. "Ofrecemos un servicio de amueblamiento integral junto con el asesoramiento de interioristas y ➤➤

Deka Mobiliario-Decoración. La firma jiennense comenzó la expansión en franquicia el pasado año 2012.

la posibilidad de tener en el hogar una pieza exclusiva", dice Julio Ocaña Hornos, gerente de la marca.

Trayectoria. La firma de Torredonjimeno (Jaén) comenzó la actividad en 2006, y el pasado año 2012 puso en marcha la expansión con franquicias. En la actualidad abandera 4 puntos de venta (1 asociado) en Torredonjimeno, Linares (Jaén), Antequera (Málaga) y Sevilla.

> **"Asesoramos con interioristas y damos la posibilidad de tener una pieza exclusiva en el hogar"**

Perfil del asociado. Persona con iniciativa, confianza en sí misma y carácter comercial. Asimismo, el franquiciado debe contar con capacidad de organización de un equipo. "El proceso de formación lo capacitará para la gestión de su centro, de modo que podrá resolver cualquier problema o duda que se le plantee a través de la asistencia telefónica, informática y personal que se le prestará", subraya el gerente de Deka.

Ubicación. El local, con un escaparate de 6 a 10 metros y lo más diáfano posible, debe ocupar al menos 200 metros cuadrados y situarse en una zona comercial de un centro urbano.

Desglose de la inversión. El presupuesto mínimo aproximado para abrir un comercio de 200 metros cuadrados es de 54.000 euros más obra civil, y el fondo de maniobra recomendado hasta que se alcanza el punto de equilibrio se mueve entre 20.000 y 24.000 euros.

Julio Ocaña desglosa la inversión entre los gastos de consti-

Tendencias

••• Viene de la página 38

lancha de promociones y liquidaciones. Todo esto hace que las estrategias de las marcas van a tener que ser más complejas y proactivas, reinventándose continuamente para adaptarse a un sector tan competitivo".

El primer precio, solo para especialistas

Fernando Carranza, director de Marca de Tifón Hipermueble (decoración y mobiliario para el hogar, segmento bajo)

"El mueble de primer precio se está convirtiendo en un segmento de especialistas. Solo ellos podrán operar con beneficios, porque el mercado se está depurando continuamente, eliminando las fórmulas erróneas.

En el último año nuestro sector se ha desbordado ante la entrada de muchas firmas que operaban en otras franjas más altas, y que debido a la crisis han creído que podrían encontrar una solución reconvirtiéndose en tiendas de primer precio. Esto, lejos de suponerles una solución, les ha complicado aún más la viabilidad, ya que no saben operar en nuestro segmento, no saben

> "El mercado se está depurando continuamente, eliminando las fórmulas erróneas"

Sigue en la página 42 •••

CORTINAPLUS

Central	Cortinaplus, S.L.
Actividad	Decoración textil
Contacto	Antonio Javier Pérez Ruiz
Dirección	C/ Los Robles, 42. P.I. Granda II
Código Postal - Localidad	33199 Siero (Asturias)
Teléfono	650 142 302 / 985 985 640
Fax	985 98 56 37
Internet	www.cortinaplus.com
Correo	info@cortinaplus.com - franquicia@cortinaplus.com
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	1
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (para 60 m^2) <desglose parcial>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	300 euros al mes
Canon de publicidad	2,5% sobre ventas
Superficie	Mínima: 50 m^2 - Recomendable: 50/60 m^2
Población mínima	15.000 habitantes

CRACK

Central	Crack Rompemos Precios, S.L.
Actividad	Regalos y decoración
Contacto	Eduardo Moreno Junco
Dirección	Avda. Ferrería, 84. Polígono Ferrería
Código Postal - Localidad	08110 Montcada y Reixac (Barcelona)
Teléfono	93 572 69 93
Fax	93 564 23 42
Internet	www.crackhogar.com
Correo	crack@crackhogar.com
Primer franquiciado en España	2006
Unidades en España	20
asociadas	15
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	100.000/150.000 euros (para 350 m^2)
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 350 m^2
Población mínima	30.000 habitantes

CUISINE PLUS

Central	Plus International, S.A.S.
Actividad	Venta de muebles de cocina, electrodomésticos y accesorios
Contacto	Marco Antonio Cuenca Vizán
Dirección	C/ Alfonso XII, 8, bajo
Código Postal - Localidad	28014 Madrid
Teléfono	660 751 317
Fax	
Internet	www.cuisine-plus.es
Correo	mcuenca@plusint.fr - marco.cuenca@plus-international.fr
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	10
asociadas	10
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	85
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (para 100 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	8.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2% sobre ventas
Canon de publicidad	400 euros al mes
Superficie	Mínima: 80 m² - Recomendable: 100 m² (a pie de calle, en una planta, con fácil aparcamiento y acceso)
Población mínima	50.000 habitantes

DECOSAS, HOGAR Y MODA

Central	DeCosas, Hogar y Moda, S.L.
Actividad	Hogar, complementos y regalos
Contacto	Antonio de Silóniz
Dirección	Vía de las Dos Castillas, 9 A, p1A, 1ºK
Código Postal - Localidad	28224 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Teléfono	91 799 43 20
Fax	91 799 43 20
Internet	www.grupodeeuroycia.com
Correo	administracion@euroycia.com
Primer franquiciado en España	2001
Unidades en España	19
asociadas	19
Aperturas previstas en un año	8
Unidades en el extranjero	5
Inversión aproximada	35.000 euros + obra civil + IVA (para 70 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	10.800 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 70 m² - Recomendable: 150 m² (fachada amplia)
Población mínima	20.000 habitantes

tución (de 1.000 a 3.000 euros), la publicidad de lanzamiento (1.000), mobiliario y equipamiento (4.000 euros para mesas, confidentes, sillón del gerente, armarios y mostradores), derecho de entrada (3.000 euros más IVA), proyecto técnico de adecuación (3.000 euros), aplicaciones informáticas (1.700 euros) y existencias (200 euros por metro cuadrado). "Dependiendo de su estado, la adecuación del local puede suponer entre 3.000 y 30.000 euros", añade el gerente de Deka.

- **Plantilla.** 2 o 3 trabajadores.
- **Duración del contrato.** 5 años.

Dormity.com. Se puede abrir una tienda de 200 metros con un desembolso del orden de 100.000 euros.

DORMITY.COM

Dormity.com es una franquicia especializada en la venta de sistemas de descanso, como colchones, bases y sus complementos. David Sánchez, gerente, destaca que la enseña ha introducido en sus tiendas "un espacio Antonio Miró, que sorprenderá por unir a la moda y al diseño el sentido práctico".

"Hemos introducido un espacio Antonio Miró que une la moda y los sistemas de descanso"

- **Trayectoria.** Con sede en la localidad barcelonesa de Rubí, Dormity.com franquicia desde 2011 un concepto que abrió sus puertas por primera vez en 1996. En estos momentos la cadena está presente en Barcelona, Girona y Alicante con 14 establecimientos, 2 de ellos asociados.
- **Perfil del asociado.** Inversor o gestor del negocio con la capacidad de desarrollo y crecimiento de una zona.
- **Desglose de la inversión.** La enseña considera que se puede poner en funcionamiento una tienda de 200 metros cuadrados con un desembolso del orden de 100.000 euros. El gerente de Dormity.com desglosa este monto, IVA aparte, entre el derecho de entrada (12.000 euros), mobiliario y adecuación (40.000 euros), existencias iniciales (17.000), aplicaciones informáticas (3.000) y otros gastos como fianzas o depósitos (10.000 euros).
- **Plantilla.** Un vendedor.

EL GUARDABOSQUES

La oferta de los establecimientos integrados en la marca El Guardabosques está compuesta principalmente por muebles de estilo rústico exclusivo que se completa con una pequeña gama en complementos para la decoración del hogar y regalos. La enseña destaca que utiliza madera maciza "proveniente de talas controladas y tratada con productos que no alteran el equilibrio ecológico".

- **Trayectoria.** Varios empresarios del sector del mueble constituyeron en 1995 un grupo de compras que dos años más tarde

El Guardabosques. Galicia, Andalucía, Asturias y el País Vasco son sus zonas de expansión prioritaria.

propiciaría la creación de las primeras tiendas franquiciadas El Guardabosques. Ahora la enseña, cuya sede está en Madrid, tiene 7 establecimientos asociados y 2 rincones emplazados en la capital y en Castilla y León.

Zonas preferentes. Galicia, Andalucía, Asturias y País Vasco.

Perfil del asociado. Inversor entusiasta, con habilidades comerciales y de organización, o minorista del sector que apueste por la marca y reconvierta su negocio.

Ubicación. El Guardabosques se instala en zonas comerciales de tránsito fluido, aunque no necesariamente de primer orden, en locales con una superficie a partir de 250 metros cuadrados.

Desglose de la inversión. El coste mínimo aproximado de un punto de venta de 300 metros cuadrados es de 55.000 euros más obra civil, y el fondo de maniobra adicional que se aconseja representa un 20% adicional sobre el total de los fondos.

Mar Vivó Subijana, encargada del Departamento Técnico de Gestión y Decoración de El Guardabosques, explica que el dere-

DEKA MOBILIARIO-DECORACIÓN

Central	Julio Ocaña Hornos
Actividad	Venta al por menor de muebles y artículos de decoración, electrodomésticos y despacho
Contacto	Julio Ocaña Hornos
Dirección	Ctra. Jaén, s/n
Código Postal - Localidad	23650 Torredonjimeno (Jaén)
Teléfono	953 57 16 25
Fax	953 57 16 25
Internet	www.dekamobiliario.com
Correo	info@dekamobiliario.com
Primer franquiciado en España	2012
Unidades en España	4
asociadas	1
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 54.000 euros + obra civil (para 200 m²)
Derecho de entrada	3.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	200 euros al mes
Superficie	Mínima: 200 m² - Recomendable: 250 m² (escaparate de 6 a 10 m y lo más diáfano posible)
Población mínima	60.000 habitantes (o menos en localidades con interés turístico)

Tendencias

••• Viene de la página 40

competir en él, no saben gestionar este tipo de negocios ni conocen las necesidades de su público. Todo esto se ha traducido en que muchos de estos comercios se han visto obligados a cerrar, dejando un montón de clientes insatisfechos. Solo los especialistas, como nuestra enseña, son capaces de vender a los precios más atractivos para el consumidor y a la vez generar interesantes beneficios para sus franquiciados".

Clientes muy exigentes

Borja Atutxa, gerente de Le Grenier (mobiliario y realización de proyectos integrales de decoración)

"La situación del sector es complicada, y quien diga lo contrario no es realista. A las dificultades propias de la crisis económica se une un nivel de exigencia muy alto por parte del consumidor, no solamente con la calidad de lo que compra, sino con el precio que está dispuesto a pagar. Vivimos en una coyuntura en la que la demanda es tremendamente elástica con relación al precio, pero también lo es a la calidad y a las particularidades y a la diferenciación que el consumidor percibe de lo que recibe".

> "La demanda es tremendamente elástica con relación al precio, pero también lo es a la calidad"

Sigue en la página 44 •••

DORMITY.COM

Central	Sueños Logística, S.L.
Actividad	Sistemas de descanso: colchones, bases y todos sus componentes
Contacto	Xavier Vilà Porté
Dirección	C/ Compositor Shumann, 25. P.I. Can Gerri
Código Postal - Localidad	08191 Rubí (Barcelona)
Teléfono	93 637 15 32
Fax	93 637 15 32
Internet	www.dormity.com
Correo	vilax@vilax.es
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	14
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	100.000 euros (para 200 m²)
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 150 m² - Recomendable: 150/200 m²
Población mínima	50.000 habitantes

EL GUARDABOSQUES

Central	Comercio Unido del Mueble Español, S.L.
Actividad	Venta de mobiliario en madera maciza y complementos de decoración
Contacto	Mar Vivó Subijana
Dirección	C/ Travesía del Conde, 4, 1º C
Código Postal - Localidad	28005 Madrid
Teléfono	91 547 44 34
Fax	91 547 58 72
Internet	www.elguardabosques.com
Correo	central@elguardabosques.com
Primer franquiciado en España	1997
Unidades en España	7 (+ 2 rincones)
asociadas	7 (+ 2)
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 55.000 euros + obra civil (para 300 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	9.015 euros + IVA
Canon de mantenimiento	420 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento
Superficie	Mínima: 250 m² - Recomendable: 400 m²
Población mínima	30.000 habitantes

ENSUEÑOS

Central	Sistemas de Descanso de Guipúzcoa, S.L.
Actividad	Sistemas de descanso y accesorios
Contacto	Miguel Ángel Calle
Dirección	P.I. Leizotz, parcela F, letra A
Código Postal - Localidad	20140 Andoain (Guipúzcoa)
Teléfono	902 364 818
Fax	943 30 04 69
Internet	www.tiendasensuenos.com
Correo	miguelangel@tiendasensuenos.com
Primer franquiciado en España	2000
Unidades en España	4 (+ 26 distribuidores de sistemas de descanso)
asociadas	0 (+ 26)
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	170.000 euros (para 150 m²)
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	4% sobre facturación sin IVA
Canon de publicidad	4% sobre facturación
Superficie	Mínima: 150 m²
Población mínima	80.000 habitantes

cho de entrada supone 9.015 euros más IVA; la mercancía, 40.000 euros, y el alquiler, 1.500. "La obra puede requerir unos 30.000 euros adicionales", agrega.

> **"Utilizamos madera maciza de talas controladas que no alteran el equilibrio ecológico"**

- **Plantilla.** Hasta 300 metros cuadrados, una persona más otra de refuerzo durante los fines de semana.
- **Duración del contrato.** 5 años.

HOKIBA

Hokiba comercializa muebles de cocina y hogar. Sus tiendas cuentan con una cocina totalmente equipada con mobiliario y menaje, y tienen muestras de diferentes acabados para que el público pueda comprobar la calidad y textura de los materiales. A través de una pantalla de 55 pulgadas en el interior y de un pequeño monitor en la fachada, la enseña y sus asociados lanzan mensajes publicitarios, promocionales o informativos.

"Nuestra marca tiene como sellos distintivos una apuesta decidida por un producto de calidad, la innovación constante y una aplicación tecnológica intensiva", dice Tomás Fernández Ríos, director comercial de Hokiba. La clave del concepto es una exposición virtual guiada por un programa donde figuran 10 cocinas que equivalen a unos 400 metros cuadrados. "De este modo se le pueden mostrar al cliente cientos de miles de combinaciones simplemente moviendo el dedo por una pantalla táctil".

- **Trayectoria.** Después de casi

Hokiba. El fabricante de cocinas Moinsa, vinculado a El Corte Inglés, lanzó el concepto a finales de 2010.

50 años fabricando y comercializando cocinas, la empresa Moinsa (vinculada al grupo El Corte Inglés), radicada en la localidad madrileña de Móstoles, decidió lanzar este concepto a finales de 2010. En la actualidad hay 6 franquicias Hokiba en Canarias, Madrid, Murcia y Zaragoza.

- **Perfil del asociado.** Persona con experiencia en la venta de mobiliario de cocina u hogar, interiorista o decorador, o propietario de una tienda de muebles o de una empresa de reformas.
- **Ubicación.** Las tiendas Hokiba se instalan en locales con una superficie mínima de 40 metros cuadrados y situados en zonas comerciales.

> **"Se le pueden mostrar al cliente cientos de miles de combinaciones con una pantalla táctil"**

- **Desglose de la inversión.** El presupuesto aproximado para montar un comercio de 50 metros cuadrados asciende a 30.000 euros, obra civil aparte, y se aconseja tener un fondo de maniobra adicional de 6.000 euros.

Tomás Fernández Ríos explica que las partidas principales ➤

de la inversión son la imagen corporativa (unos 15.000 euros), las exposiciones (6.000) y la informática (5.000).

- **Plantilla.** 1 o 2 trabajadores.
- **Duración del contrato.** 5 años.

KA INTERNATIONAL

El textil para el hogar es la base del negocio de la cadena madrileña KA International, que comercializa artículos como telas, muebles tapizados, ropa de cama, esteras, lámparas, mesas o complementos. La enseña ofrece servicios de confección a medida, retapizados y proyectos de interiorismo e instalación.

- **Trayectoria.** La historia de KA International comienza en 1984, cuando los fundadores, la familia Retusta, realizaron sus primeros viajes a Estados Unidos con el objetivo de traer retales de tela que luego vendían en una tienda de Madrid llamada El Kilo Americano. La enseña, que mantiene su sede en la capital, comenzó su desarrollo con franquicias en 1986, y a día de hoy cuenta con 78 establecimientos (68 asociados) y 15 rincones.

Ahora la cadena pertenece a la empresa de capital riesgo Sherpa Capital, que la adquirió en julio de 2011 a Mercapital, y que en noviembre del mismo año absorbía a su principal rival, la franquicia Maison Decor, e incorporaba a su accionariado al ante-

> **"En el último año hemos conseguido integrar a Maison Decor en nuestra red para fortalecerla"**

HIPERMUEBLE MAX'DESCUENTO

Central	Franquicias del Mueble, S.L.
Actividad	Comercio del mueble de hogar y decoración
Contacto	Miguel Cuervo-Arango y de Cachavera
Dirección	Avda. Maisonnave, 33-39
Código Postal - Localidad	03003 Alicante
Teléfono	965 98 42 65
Fax	965 98 42 70
Internet	www.franquiciasdelmueble.com
Correo	info@grupoventura.com
Primer franquiciado en España	2006
Unidades en España	8
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	0
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 190.000 euros (para 1.500 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	36.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2,5% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 1.500 m² - Recomendable: 2.000 m² (con aparcamiento)
Población mínima	100.000 habitantes

Tendencias

••• Viene de la página 42

Alcanzado el punto más bajo

Miguel Cuervo-Arango y de Cachavera, director general de Franquicias del Mueble (Hipermueble Max'Descuento, La Mueblería, Muebles El Rebajón de La Ardilla, Muebles La Factoría) (mueble de hogar y decoración)

"Estimamos que las ventas en el sector de mobiliario han alcanzado su punto más bajo, y confiamos en que a partir de ahora suban de forma progresiva, aunque moderada".

Proceso de cierres muy intenso

Juan Acosta Pérez, director general de Moblerone (distribución de muebles)

"Después de casi cinco años de caída ininterrumpida de las ventas en nuestro mercado, 2012 terminará con nuevos descensos, superiores al 15%. Pero creemos que, aunque no hay ningún indicador macroeconómico que invite a pensar en una pronta recuperación del consumo, la cifra de negocio sectorial debería empezar a estabilizarse en 2013. La buena noticia es que los

> "La cifra de negocio sectorial debería empezar a estabilizarse en 2013"

Sigue en la página 46 •••

HOKIBA

Central	Hokiba Hogar, S.A.
Actividad	Comercialización muebles de cocina y hogar
Contacto	Tomás Fernández
Dirección	C/ Granada, 50
Código Postal - Localidad	28935 Móstoles (Madrid)
Teléfono	91 664 88 79
Fax	91 664 89 10
Internet	www.hokiba.es
Correo	hokiba@hokiba.es
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	6
asociadas	6
Aperturas previstas en un año	15
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (para 50 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 40 m² - Recomendable: 50 m²
Población mínima	20.000 habitantes

KA INTERNATIONAL

Central	Valdepesa Textil, S.L.
Actividad	Telas, muebles tapizados y complementos para decoración
Contacto	Covadonga Fernández
Dirección	C/ Rafael Calvo, 18
Código Postal - Localidad	28010 Madrid
Teléfono	91 578 01 27
Fax	91 577 76 78
Internet	www.ka-international.com
Correo	expansion@ka-international.com
Primer franquiciado en España	1986
Unidades en España	78 (+ 15 rincones)
asociadas	68 (+ 15)
Aperturas previstas en un año	15
Unidades en el extranjero	143
Inversión aproximada	Desde 60.000 euros + obra civil <no desglosada>
Derecho de entrada	20.000 euros
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	5% sobre compras
Superficie	Mínima: 70 m² - Recomendable: Más de 100 m² (a pie de calle)
Población mínima	50.000 habitantes

KÜCHEN HOUSE

Central	Küchen House Cocinas, S.L.
Actividad	Venta de cocinas, baños y armarios
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Plata, 57. P.I. San Cristóbal
Código Postal - Localidad	47012 Valladolid
Teléfono	902 53 66 66 / 983 29 45 51
Fax	
Internet	www.kuchenhouse.com
Correo	info@kuchenhouse.com - tiendas@kuchenhouse.com
Primer franquiciado en España	2008
Unidades en España	11 (+ 31 rincones)
asociadas	11 (+ 31)
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	55.000 euros + obra civil (para 120 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	7.500/9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	70 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m² útiles - Recomendable: 180 m²
Población mínima	50.000 habitantes

KA International. El local tiene que estar en una zona bien comunicada, de nivel económico medio-alto.

rior propietario, el grupo Alhambra, con cerca del 20%. "Durante el último año hemos conseguido integrar a Maison Decor en nuestra red para fortalecerla", indica Manuel Gulias, director de Ventas y Marketing de la firma madrileña.

La marca actual, KA International, responde a una de las estrategias que le ha proporcionado más éxitos, su expansión en el extranjero, que comenzó en 1992. Ahora está implantada en 42 países con 143 comercios, 141 de ellos franquiciados.

- **Zonas preferentes.** Aragón, Cataluña y Levante.
- **Perfil del asociado.** Con clara visión empresarial, el franquiciado debe estar dispuesto a gestionar con entusiasmo y profesionalidad su negocio. Asimismo, se le pide cultura de venta minorista, y en especial aptitud para gestionar con éxito un establecimiento, de motivar a un equipo de ventas y de darse a conocer localmente.
- **Ubicación.** El comercio, de al menos 70 metros cuadrados, tiene que estar situado en una zona bien comunicada, de nivel económico medio-alto.
- **Desglose de la inversión.** Sin contabilizar la obra civil, KA International se puede montar con un desembolso del orden de 60.000 euros, de los que, según explica Manuel Gulias, 20.000 corresponden al derecho de entrada y entre 30.000 y 40.000 al pedido inicial. Asimismo hay que aportar un aval bancario de 15.000 euros.
- **Plantilla.** Un empleado a jornada completa y otro a media jornada.
- **Duración del contrato.** 5 años.

KÜCHEN HOUSE

El modelo de negocio que franquicia Küchen House se orienta hacia la venta de cocinas, baños y armarios, "con integración de la reforma y con actividad de decorador". "Estamos especializados en el reamueblamiento de calidad", matiza Carlos Mateos Payo, responsable de Marketing.

- **Trayectoria.** La enseña vallisoletana puso en marcha Küchen House en 2008 con un modelo de expansión a través de concesionarios y sin unidades propias. En la actualidad la marca está implantada en Castilla y León, País Vasco, Cataluña, Comunidad Valenciana, Navarra, Asturias, Santander y Extremadura con una red de 11 comercios y 31 rincones asociados que utilizan principalmente la enseña como plataforma de compras.

Küchen House. La enseña vallisoletana se expande por medio de concesionarios y sin unidades propias.

Zonas preferentes. Madrid, Galicia y Murcia.

Perfil del asociado. Especialista dedicado a la instalación y decoración del hogar. "Nuestros franquiciados están siendo profesionales que buscan otras respuestas distintas al precio", resalta el responsable de Marketing de Küchen House. "Nuestro fuerte es ayudar a vender, y exigimos compromiso con las pautas formativas de la marca".

> **"Nuestros asociados están siendo profesionales que buscan respuestas distintas al precio"**

Ubicación. Un punto de venta Küchen House precisa al menos 100 metros cuadrados útiles. El local debe estar en un sitio con facilidad de aparcamiento y en zona de flujo. "Hacemos estudios de área de influencia y de flujo", indica Carlos Mateos.

Desglose de la inversión. Para abrir una tienda de 120 metros cuadrados hay que contar con recursos del orden de 55.000 euros más el coste de la obra civil. Este importe engloba, según Mateos, "exposiciones de cocinas con electrodomésticos, baños, armarios, zona de atención, señalización exterior, canon de entrada, decoración interior y puesto informático con programas".

El derecho de entrada asciende a 7.500 euros más IVA para los formatos pequeños, y a 9.000 más IVA para las tiendas grandes. Asimismo, se recomienda un fondo de maniobra de 10.000 a 20.000 euros.

Plantilla. 2 empleados como mínimo.

Duración del contrato. Se firma por 5 años.

LA MUEBLERÍA

Central	Franquicias del Mueble, S.L.
Actividad	Comercio de mueble de hogar y decoración
Contacto	Miguel Cuervo-Arango y de Cachavera
Dirección	Avda. Maisonnave, 33-39
Código Postal - Localidad	03003 Alicante
Teléfono	965 98 42 65
Fax	965 98 42 70
Internet	www.franquiciasdelmueble.com
Correo	info@grupoventura.com
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	3
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	0
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	190.000 euros (para 1.500 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	36.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2,5% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 1.500 m² - Recomendable: 2.000 m² (con aparcamiento)
Población mínima	100.000 habitantes

Tendencias

••• Viene de la página 44

pocos operadores que vamos quedando en nuestro segmento tendremos, previsiblemente, una menor presión competitiva, especialmente en lo que a márgenes se refiere, una vez se frene el proceso de cierre de tiendas de muebles y equipamiento del hogar, que está siendo muy intenso en los últimos meses".

El público de clase media-alta, el menos afectado

Alberto Gómez García, director de Expansión Laura Ashley (prendas de vestir y decoración para el hogar)

"Nuestro mercado en los próximos meses estará muy condicionado por el entorno económico general, pero siempre teniendo en cuenta que, al dirigirse nuestros artículos a un cliente de clase media-alta, nos veremos menos afectados que enseñas cuyo público objetivo es de un nivel medio-bajo. Definitivamente, la situación va a ser difícil en los próximos meses, pero más atenuada en nuestro caso debido al tipo consumidor al que dirigimos la oferta.

> **"Es obligado reducir el margen debido a las continuas campañas, ofertas y descuentos"**

La situación del sector ha variado notable-

Sigue en la página 48 •••

LA OCA

Central	Equipamiento para el Hogar Fabraquer, S.A.
Actividad	Tiendas de artículos de regalo, menaje y mueble
Contacto	Javier Santos
Dirección	Pº Independencia, 19, 6º dcha.
Código Postal - Localidad	50001 Zaragoza
Teléfono	902 012 015 / 610 302 609
Fax	
Internet	www.laoca.com
Correo	expansion@laoca.es - laocafranquicias@laoca.com
Primer franquiciado en España	1982
Unidades en España	30
asociadas	25
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	150.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 400 m² - Recomendable: 600 m²
Población mínima	50.000 habitantes

LAURA ASHLEY

Central	Laura Ashley
Actividad	Prendas de vestir y decoración para el hogar
Contacto	Alberto Gómez
Dirección	C/ Río Alhama, 163, nave 1. P.I. El Sequero
Código Postal - Localidad	26150 Arrúbal (La Rioja)
Teléfono	941 27 51 54 / 941 58 76 76
Fax	941 27 51 55
Internet	www.lauraashley.es
Correo	alberto.gomez@lauraashley.es - informacion@lauraashley.es
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	15
asociadas	13
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	456
Inversión aproximada	43.000/61.000 euros + obra civil + IVA (según local)
Derecho de entrada	3.000/6.000 euros + IVA (según población)
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 65 m² - Recomendable: 100 m² (escaparate mínimo recomendable de 3 m)
Población mínima	50.000 habitantes o capital de provincia

LE GRENIER

Central	Le Grenier Mobiliario y Decoración, S.L.
Actividad	Venta al por menor de mobiliario y realización de proyectos integrales de decoración
Contacto	Borja Atutxa
Dirección	C/ Elcano, 2
Código Postal - Localidad	48009 Bilbao
Teléfono	94 424 28 61
Fax	
Internet	www.legrenier.es
Correo	legrenier@legrenier.es
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	3 (+ 2 rincones)
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	75.000 euros (para 80 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	8.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 80 m²
Población mínima	75.000 habitantes

LAURA ASHLEY

Laura Ashley comercializa prendas de vestir y decoración para el hogar con un estilo clásico y elegante. El catálogo de la enseña británica, que se dirige a una mujer de nivel económico y cultural medio-alto, incluye artículos como papel pintado, tejidos, muebles, alfombras, lámparas, menaje, ropa de cama y complementos infantiles.

Trayectoria. Laura Ashley inauguró la primera tienda en Gales en 1961, y desde allí se ha extendido hasta 29 países donde gestiona 456 unidades (245 asociadas). Su presencia en España data de 2001, cuando dos hermanos logroñeses, Alberto y Jorge Gómez, abrieron el primer punto de venta en su ciudad natal. A raíz de una reconversión promovida por la central británica, los Gómez adquirieron la máster para nuestro país, y en 2004 incorporaron la primera franquicia.

La enseña, cuya sede española se halla en Arrúbal (La Rioja), cuenta actualmente con 15 comercios (13 asociados) en las localidades de Logroño, Bilbao, Pamplona, Zaragoza, Madrid, Segovia, Toledo, Marbella, Burgos, Sevilla, Asturias y Granada.

Zonas preferentes. Galicia, Cataluña, Baleares y Canarias.

Perfil del asociado. Emprendedor interesado en la decoración y con buen gusto que se autoemplee en el negocio o, por lo menos, se implique en la gestión.

Ubicación. Los comercios Laura Ashley tienen al menos 65 metros cuadrados y un escaparate de 3 metros, y se emplazan en zonas urbanas de primera línea o en centros comerciales.

Desglose de la inversión. El coste aproximado del negocio, según el local, varía entre 43.000 y 61.000 euros más obra civil e IVA, con un derecho de entrada entre 3.000 y 6.000 euros más IVA, en función de la población. Se recomienda un fondo de maniobra adicional de 10.000 euros

"Para un modelo de tienda de decoración de unos 90 metros cuadrados, que es el formato que más se monta en España", señala Alberto Gómez García, director de Expansión de Laura Ashley, "las partidas más importantes son el canon de adhesión (6.000 euros más IVA), mobiliario corporativo (15.000 euros), existencias iniciales (30.000) e informática, logos y rótulos corporativos (10.000 euros). En total, 61.000 euros más IVA sin incluir la obra civil, cuyo valor en cada caso es diferente dependiendo de cómo esté el local".

La firma galesa de decoración del hogar suma 15 tiendas en España y 456 en otros 29 países

Plantilla. 1 gestor y 1 empleado.

Laura Ashley. El candidato debe autoemplearse en el negocio, o, al menos, implicarse en la gestión.

LE GRENIER

Las tiendas Le Grenier venden mobiliario y realizan proyectos integrales de decoración. "Muebles antiguos de Inglaterra y Escocia, concienzudamente restaurados, complementos y curiosidades de Francia, y relojes de Suecia y Alemania conviven con la distribución en exclusiva de piezas de proveedores nacionales e internacionales", explica Borja Atutxa, gerente de la marca. "Es precisamente la convivencia de piezas nuevas y antiguas lo que confiere al negocio una fuerte personalidad y un grado de diferenciación elevado".

Trayectoria. Le Grenier nació en Bilbao en 2008 como un negocio de compra y remodelación integral de viviendas. "Después las poníamos en venta, no solamente con la reforma estructural básica completada, sino decoradas con mobiliario, cuadros y piezas curiosas que creaban ambientes agradables, y que hoy constituyen la esencia de nuestra marca", explica Borja Atutxa.

Tras varios años de actividad centrada en la reforma, se abrió un comercio en el que se podían adquirir las piezas que se em-

Le Grenier. Una vez probado el concepto en 5 unidades, la enseña se propone crecer con franquicias.

LÚZETE

Central	Lúzete-Gestión de Franquicias, S.L.
Actividad	Venta de lámparas en todos sus estilos
Contacto	María José García Mendiola
Dirección	Ctra. Madrid, 12
Código Postal - Localidad	03006 Alicante
Teléfono	965 18 60 13
Fax	965 18 66 82
Internet	www.luzete.com
Correo	expansion@luzete.com
Primer franquiciado en España	2003
Unidades en España	29 (+ 2 rincones)
asociadas	19 (+ 2)
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	358.000 euros (para 300 m²)
Derecho de entrada	6.000/24.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	3% sobre facturación al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 300 m² - Recomendable: 700 m² (nave industrial o comercial, buen escaparate cristalera, exposición)
Población mínima	50.000 habitantes + zona de influencia

Tendencias

••• Viene de la página 46

mente en el último año debido, otra vez, a la crisis económica que estamos sufriendo. Aunque en muchos de los casos nuestro cliente objetivo siga teniendo recursos para consumir, los guarda por lo que ve en su entorno familiar o profesional, o por el qué pasará. En la coyuntura actual es obligado reducir el margen debido a las continuas campañas, ofertas y descuentos que se tienen que hacer para mantener el régimen de ventas con una agilidad razonable".

Con originalidad y en tiendas alegres

Antonio de Silóniz, director gerente de DeCosas, Hogar y Moda (hogar, complementos y regalos)

"El sector se ha consolidado en estos años. Las franquicias que llevamos más tiempo y hemos evolucionado renovando nuestros artículos y tarifas estamos teniendo el premio de las compras de nuestra clientela. Hemos de vender siempre lo mejor al mejor precio, con originalidad y en tiendas alegres y coloristas".

Una fuerte recesión

Arnaldo Urrutia, director de proyectos de Cocinas.com (mobiliario de cocina)

"El segmento del mueble de cocina está experimentando una fuerte rece-

Sigue en la página 50 •••

MERKAMUEBLE

Central	Merkamueble Europa, S.A.
Actividad	Grandes centros de venta de mobiliario y electrodomésticos
Contacto	Mariano Muñoz Sánchez
Dirección	Autovia Sevilla-Huelva, km. 11
Código Postal - Localidad	41110 Bollullos de la Mitación (Sevilla)
Teléfono	95 500 14 20
Fax	
Internet	www.merkamueble.com
Correo	franquicia@merkamueble.com
Primer franquiciado en España	1996
Unidades en España	75
asociadas	71
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	36.061 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 2.500 m²
Población mínima	200.000 habitantes

METROPOLITAN CLOSET COMPANY

Central	American Closet, S.A.
Actividad	Venta y fabricación de armarios a medida
Contacto	Amy Thomas
Dirección	C/ Jorge Juan, 66
Código Postal - Localidad	28009 Madrid
Teléfono	91 578 20 01
Fax	91 578 30 65
Internet	www.metrocloset.com
Correo	franquicias@metrocloset.com - info@metrocloset.com
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	1
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	9
Inversión aproximada	150.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	Desde 18.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	6,5% sobre ventas
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 70 m² - Recomendable: 85/150 m²
Población mínima	300.000 habitantes

MI CASA COSAS DE CASA

Central	Casa y Algodón Mi Casa, S.L.
Actividad	Textil-hogar, menaje de baño, cocina, decoración y mueble
Contacto	Isaura Fernández
Dirección	Ctra. de Gulanes, km. 1,5
Código Postal - Localidad	36861 Ponteareas (Pontevedra)
Teléfono	986 64 47 44
Fax	986 64 47 43
Internet	www.tiendasmicasa.com
Correo	informacion@tiendasmicasa.com
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	43
asociadas	30
Aperturas previstas en un año	8
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	62.000 euros + obra civil (para 130 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	200 euros al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento
Superficie	Mínima: 90 m² - Recomendable: 140 m² (a pie de calle, con escaparates)
Población mínima	10.000 habitantes

pleaban para decorar los pisos. Una vez probado el concepto en 3 establecimientos y 2 rincones de gestión directa en Bilbao, San Sebastián y A Coruña, la enseña se propone crecer con franquicias.

Lúzete. Un punto de venta de 300 metros cuadrados requiere una inversión del orden de 358.000 euros.

Perfil del asociado. Gente que se sienta atraída por el mundo de la decoración y que quiera establecerse por cuenta propia gestionando la marca y sus servicios.

Desglose de la inversión. La central no desglosa el presupuesto porque, según el gerente de Le Grenier, prefiere "estudiar cada caso de manera individual y no establecer estándares". "No obstante, contar con un Le Grenier de al menos 80 metros cuadrados con todos los gastos incluidos puede costar en torno a 75.000 euros". El derecho de entrada es de 8.000 euros más IVA.

Plantilla. Normalmente, 2 trabajadores incluyendo al franquiciado, si bien depende de la amplitud de horario comercial que se quiera abarcar. Al comienzo puede ser suficiente con una persona para 40 horas.

Duración del contrato. 10 años.

> **"Vendemos piezas antiguas concienzudamente restauradas y artículos nuevos en exclusiva"**

LÚZETE

Lúzete está especializada en la venta de aparatos de iluminación a precios ajustados, pues la central diseña y fabrica todos los productos. La enseña ha apostado fuerte en el último año por el led, según indica María José García Mendiola, directora de Expansión: "Nuestra firma ha creado una marca propia con los precios más competitivos del mercado y la mejor calidad", asegura.

Trayectoria. Lúzete nació fruto de la experiencia de más de 11 años en el sector del gerente de la enseña, quien puso en marcha la primera tienda en propiedad en 2001 en la localidad valenciana de Sedaví. La central, con sede en Alicante, concedió la primera licencia de franquicia en 2003, y en la actualidad controla una red de 29 establecimientos (19 asociados) y 2 rincones repartidos entre Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid, Baleares y Murcia.

> **"Hemos apostado fuerte por el led con la creación de una marca con precios competitivos"**

Zonas preferentes. Galicia, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y Andalucía.

Perfil del asociado. Persona que trabaje en el negocio o inversor que tenga un gestor al frente y de cara a la central de franqui- ➤➤

cia.

Ubicación. El local idóneo para montar la tienda es una nave con buen escaparate acristalado que esté situada a pie de carretera o en una zona comercial. El espacio ha de tener un mínimo de 300 metros cuadrados.

Desglose de la inversión. La central calcula que para abrir un punto de venta de 300 metros se necesitan del orden de 358.000 euros.

Las partidas principales de la inversión son el diseño de la tienda (1.500 euros), derecho de entrada (entre 6.000 y 24.000 euros más IVA), gastos iniciales (6.000 euros), expositores (135.000), mobiliario de despacho (1.300), equipamiento interior (10.000), informática (47.000), techos (36.700), rotulación (1.700), reforma general (88.400) y formación del personal (4.000).

Plantilla. De 2 a 10 empleados, en función de los metros cuadrados de la nave.

Duración del contrato. Una década.

MERKAMUEBLE

El concepto de negocio de Merkamueble se basa en la apertura de tiendas de gran tamaño que comercializan mobiliario y artículos de decoración para el hogar, incluidos electrodomésticos y muebles de cocina.

Trayectoria. La marca andaluza, cuya sede se encuentra en Bollullos de la Mitación (Sevilla), abrió el primer establecimiento propio en 1973 y comenzó a franquiciar en 1996. Actualmente, Merkamueble cuenta con 75 centros (71 franquiciados), presentes en todas las comunidades autónomas excepto Murcia.

La empresa franquiciadora, que se acogió hace un año al preconcurso de acreedores, con-

Tendencias

••• Viene de la página 48

sión en los últimos años. Muchas fábricas y distribuidores han cerrado debido a la baja demanda. Nuestra cadena es consciente de este cambio y asume la dura situación. Creemos que los precios tienen que ser muy competitivos para que pueda asumirlos el público".

Nuevo paradigma económico-social

Raúl Pérez, director de Expansión de The Singular Kitchen (fabricación y venta de mobiliario de cocina de lujo)

"El mercado se está contrayendo; está desapareciendo la mayoría de los operadores independientes en beneficio de aquellas enseñas que proporcionan al consumidor una oferta comprensible, adaptada al nuevo paradigma económico-social en el que nos encontramos".

> "Está desapareciendo la mayoría de los operadores independientes"

Potenciar la imagen de marca

Soledad Blázquez Reviriego, responsable del Departamento Financiero de Revitex (artículos de textil para el hogar)

"Nos encontramos en un momento difícil en general, y nuestro sector no es una excepción. Aun así, intentamos ver el futuro con optimismo.

Sigue en la página 52 •••

MIA HOME TRENDS

Central	Maquimadrid, S.L.
Actividad	Venta de muebles y complementos del hogar. Tienda *low cost* por Internet
Contacto	Agustín Rodrigues
Dirección	C / Lanzarote, 11, nave 5
Código Postal - Localidad	28700 San Sebastián de los Reyes (Madrid)
Teléfono	91 654 39 95
Fax	91 654 40 11
Internet	www.miahome.es
Correo	info@miahome.es
Primer franquiciado en España	2006
Unidades en España	2 (+ 1 rincón)
asociadas	1 (+ 1)
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	4
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	155 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	Desde 250 euros sin IVA al mes
Superficie	Mínima: 400 m² (con amplia fachada)
Población mínima	50.000/100.000 habitantes

MOBLERONE

Central	Moblerone Expansión, S.L.
Actividad	Distribución de muebles
Contacto	Juan Acosta Pérez
Dirección	C/ Mariano Benlliure, 23
Código Postal - Localidad	03009 Alicante
Teléfono	965 17 41 11
Fax	965 17 47 27
Internet	www.moblerone.com
Correo	franquicias@moblerone.es - marketing@moblerone.es
Primer franquiciado en España	2000
Unidades en España	60
asociadas	50
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada (variable según el tamaño del local)
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1,5% sobre ventas
Canon de publicidad	1,5% sobre ventas
Superficie	Mínima: 600 m² - Recomendable: 1.500 m² (con amplia fachada)
Población mínima	50.000 habitantes

MUEBLES EL REBAJÓN DE LA ARDILLA

Central	Franquicias del Mueble, S.L.
Actividad	Comercio de muebles de hogar
Contacto	Miguel Cuervo-Arango y de Cachavera
Dirección	Avda. Maisonnave, 33-39
Código Postal - Localidad	03003 Alicante
Teléfono	965 98 42 65
Fax	965 98 42 70
Internet	www.franquiciasdelmueble.com
Correo	info@grupoventura.com
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	9
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	0
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 75.000 euros + obra civil (para 500 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	24.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2,5% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 500 m² - Recomendable: 1.000 m² (con facilidad de aparcamiento)
Población mínima	50.000 habitantes

MUEBLES LA FACTORÍA

Central	Franquicias del Mueble, S.L.
Actividad	Comercio del mueble de hogar y decoración
Contacto	Miguel Cuervo-Arango y de Cachavera
Dirección	Avda. Maisonnave, 33-39
Código Postal - Localidad	03003 Alicante
Teléfono	965 98 42 65
Fax	965 98 42 70
Internet	www.franquiciasdelmueble.com
Correo	info@grupoventura.com
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	10
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	0
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 75.000 euros + obra civil (para 500 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	24.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2,5% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 500 m² - Recomendable: 1.000 m² (con facilidad de aparcamiento y buena visibilidad de fachada)
Población mínima	50.000 habitantes

siguió retirarse en el pasado mes de junio tras llegar a un acuerdo con cuatro bancos para vender la mitad de sus activos. "A pesar del difícil escenario económico", subraya Mariano Muñoz Sánchez, vicepresidente, "Merkamueble mantiene activas la totalidad de las tiendas con importantes ajustes en sus costes".

Zona preferente. Cataluña.

Merkamueble. Los comercios necesitan como mínimo 2.500 m² y se emplazan en una zona bien situada.

> **"Pese a la recesión mantenemos activos todos los centros con fuertes ajustes en sus costes"**

Ubicación. Los puntos de venta Merkamueble necesitan como mínimo 2.500 metros cuadrados y se emplazan en una zona bien situada, con aparcamiento y buenos accesos.

Desglose de la inversión. "Los presupuestos necesarios para montar el negocio son muy variables en función del tamaño y la ubicación, pero muy especialmente de si el local es de nueva creación o ya albergaba una tienda de muebles", explica Mariano Muñoz Sánchez.

"La mayoría de los franquiciados son comerciantes que ya operaban en el sector, y se ha procedido a adaptar las estructuras existentes, lo cual requiere un estudio personalizado por parte de nuestros equipos de adecuación, en los que contamos con arquitectos, aparejadores y decoradores especializados. Este servicio está incluido en el canon de entrada a la franquicia", que asciende a 36.061 euros más IVA.

"El fondo de maniobra necesario", añade el vicepresidente de Merkamueble, "debe ser al menos el equivalente a dos meses de ventas, si bien hacemos un estudio detallado y completo de las necesidades financieras y la estructura de cada proyecto para facilitar y asegurar al máximo su viabilidad, y con especial cuidado en estos momentos tan delicados para el comercio".

Duración del contrato. 10 años.

MIA HOME TRENDS

Mia Home Trends ha cambiado el modelo de negocio para adaptarse a la coyuntura, y se ha transformado en una tienda de muebles y complementos del hogar de bajo coste por Internet. "El mercado está siendo difícil para el sector, por lo que este nuevo tipo de estructura abarata enorme-

> **Se ha transformado en una tienda de bajo coste por Internet para abaratar la comercialización**

Mia Home Trends. El negocio es apropiado para un emprendedor preferiblemente dispuesto al autoempleo.

mente la comercialización y nos permite seguir siendo competitivos", señala Agustín Rodrigues, director de la firma.

Rodrigues resalta que "muchos clientes se acercan a la tienda física después de visitar la web, y así se cierran ventas en toda la península". "Somos optimistas, ya que nos hemos conseguido posicionar muy bien en Internet y contamos con un amplísimo catálogo".

Trayectoria. Aunque se fundó en Dinamarca en 2000, actualmente la enseña es española. Con sede en San Sebastián de los Reyes (Madrid), cuenta con 1 tienda propia en Madrid, abierta en 2002, y con 1 franquicia desde 2006 en Castilla-La Mancha, además de 1 rincón asociado.

Zonas preferentes. Madrid, Málaga, Valencia, Santander y Barcelona.

Perfil del asociado. Emprendedor con iniciativa, preferiblemente dispuesto al autoempleo. No es necesaria experiencia, pero sí que el asociado se implique en la gestión.

Ubicación. El negocio se instala en locales desde 400 metros cuadrados con amplia fachada, em-

MUEBLES REY/TUCO

Central	Rey Corporación, S.L.
Actividad	Venta al menor de muebles
Contacto	Pilar Marcuello
Dirección	Autovía de Madrid, 2
Código Postal - Localidad	50012 Zaragoza
Teléfono	902 260 100
Fax	976 78 20 72
Internet	www.reycorporacion.com
Correo	franquicias@reycorporacion.com
Primer franquiciado en España	1994
Unidades en España	76 (+ 53 afiliadas con agrupación en compras, no en marca)
asociadas	62 (+ 53)
Aperturas previstas en un año	6
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 100.000 euros + obra civil <no desglosada>
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 1.300 m² (Tuco)/2.000 (Muebles Rey) (con notoriedad)
Población mínima	Zona de influencia: 50.000 habitantes (Tuco)/150.000 (Muebles Rey)

Tendencias

••• Viene de la página 50

Nuestro esfuerzo se centra ahora en mantener la relación calidad-precio, adaptándonos continuamente a las características del mercado. Ofrecemos un producto de calidad que sigue las últimas tendencias de la moda y a un precio asequible.

En un contexto como el actual consideramos fundamental potenciar nuestra imagen de marca, tanto en lo referente al género como al punto de venta, para transmitir un estilo corporativo que nos diferencie de la competencia".

La necesidad del descanso

David Sánchez, gerente de Dormity.com (sistemas de descanso: colchones, bases y todos sus componentes)

"2012 ha sido un año de estancamiento del consumo. El público vive en la incertidumbre, de manera que la compra de impulso se reduce. El descanso es una necesidad, al igual que la alimentación; eso nos ha permitido conservar la facturación en superficies comparables, y aumentarla gracias al incremento del número de puntos de ven-

> "El público vive en la incertidumbre, de manera que la compra de impulso se reduce"

MUY MUCHO

Central	Muy Import, S.L.
Actividad	Complementos del hogar, decoración y regalos
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Garraf, 17-19. P.I. Fonollar
Código Postal - Localidad	08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 289 04 10
Fax	
Internet	www.muymucho.es
Correo	franquicias@muymucho.com
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	10
asociadas	3
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	15
Inversión aproximada	180.000 euros (para 250 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	200 euros al mes
Superficie	Mínima: 250 m² - Recomendable: 350 m² (diáfano, buena fachada)
Población mínima	60.000 habitantes

NOCTALIA

Central	Noctalia, S.L.
Actividad	Descanso y bienestar
Contacto	Álvaro Agudo
Dirección	Área Empresarial Andalucía, sector 7 y 8. C/ Río Almanzora, 2
Código Postal - Localidad	28906 Getafe (Madrid)
Teléfono	91 744 85 14
Fax	91 744 85 89
Internet	www.noctalia.com
Correo	alvaro.agudo@flex.es
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	70
asociadas	15
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	6
Inversión aproximada	40.000 euros + obra civil (para 100 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1.500 euros al año
Canon de publicidad	1,5% sobre ventas
Superficie	Mínima: 100 m² - Recomendable: 150 m² (a pie de calle o en centro comercial)
Población mínima	50.000 habitantes

REVITEX

Central	Almacenes Revitex, S.L.
Actividad	Venta de todo tipo de artículos de textil para el hogar
Contacto	Ignacio Blázquez
Dirección	Avda. Agustinos de León, 3
Código Postal - Localidad	24010 León
Teléfono	98 780 26 08
Fax	98 780 03 72
Internet	www.revitex.com
Correo	revitex@revitex.com
Primer franquiciado en España	1989
Unidades en España	40
asociadas	18
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	24.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m² - Recomendable: 150 m²
Población mínima	10.000 habitantes

plazados en polígonos industriales o en zonas urbanas comerciales muy transitadas.

- **Plantilla.** En caso de autoempleo, el franquiciado y 1 empleado.
- **Duración del contrato.** 5 años.

MOBLERONE

Moblerone comercializa muebles para el hogar a precios asequibles. En sus establecimientos, bajo el formato de grandes y medianas superficies especializadas, la oferta se divide en salones, tapicería, dormitorios, juvenil, sofás-cama, relax, colchones, auxiliar, otros estilos y terraza.

- **Trayectoria.** Fundada en 1991, la cadena de Alicante comenzó a crecer con franquicias en el año 2000. Este sistema de expansión le ha permitido disponer hoy de 50 puntos de venta asociados además de 10 propios. La enseña está presente en todas las comunidades autónomas.
- **Zonas preferentes.** Canarias, Cataluña, Andalucía, Madrid y Aragón.
- **Perfil del asociado.** Profesional del mueble, con experiencia en la dirección de equipos y contrastada capacidad de gestión. También se seleccionan asociados prove-

Moblerone. Las regiones preferentes de la firma son Canarias, Cataluña, Andalucía, Madrid y Aragón.

ta. La perspectiva para el primer semestre de 2013 es de mantenimiento de la cifra de negocio, pues no prevemos cambios a corto plazo que modifiquen la conducta del cliente final".

Reestructuración del mercado

Emma Quelart, responsable de Franquicias de Art Modul (diseño, fabricación a medida e instalación de mobiliario para el hogar)

"El cliente es más exigente con lo que compra, y busca un producto diferenciado y con garantía. Por este motivo, las empresas del sector que crecerán en el futuro inmediato darán prioridad a la calidad sobre la cantidad.

La situación de los últimos años ha abocado al cierre a numerosas compañías que, por el contrario, potenciaban más la cantidad que la calidad. Se ha producido así una reestructuración en el mercado, y ahora muchas firmas empiezan a comercializar su propio producto directamente al consumidor final, ya que la tienda multimarca no lo representa bien. Esta es la

> "Muchas firmas empiezan a comercializar su propio producto directamente al consumidor final"

Sigue en la página 54 •••

nientes de otros sectores que dispongan de locales propios en funcionamiento, con una gran vocación comercial, muy orientados al cliente y que sean grandes apasionados del mundo del equipamiento y la decoración del hogar.

Ubicación. Una tienda Moblerone, de al menos 600 metros cuadrados y con una fachada amplia, tiene que localizarse en una zona comercial con aparcamiento propio o en un parque de medianas superficies.

> **“Hemos reducido la inversión hasta en un 75% respecto a la de hace cuatro o cinco años”**

Desglose de la inversión. Juan Acosta Pérez, director general de Moblerone, indica que el presupuesto que se necesita para montar una tienda es muy variable en función del tipo de local en el que se vaya a ubicar. “No obstante, lo que sí podemos asegurar es que en la central de franquicia hemos realizado un gran esfuerzo de adaptación al nuevo contexto para reducir los costes de implantación hasta un 75% respecto a las inversiones medias que tenía que asumir un franquiciado hace cuatro o cinco años. Como ejemplo más claro, hemos bajado el canon de entrada desde 24.000 hasta tan solo 6.000 euros más IVA, manteniendo los mismos niveles de servicio. También ayuda a ajustar el desembolso nuestro nuevo modelo de tienda, más pequeño y urbano, que se adapta a un gran parque de locales de menos de 1.000 metros cuadrados totalmente instalados y muy bien ubicados que han quedado desocupados por los efectos de la crisis, lo que genera una oportunidad”.

SANCARLOS

Central	Textil Cadena, S.A.
Actividad	Comercio menor de ropa de hogar y cortinas
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Ctra. Castellón, km. 3. P. Sancarlos, naves 17-18
Código Postal - Localidad	50013 Zaragoza
Teléfono	976 46 18 20
Fax	976 59 63 31
Internet	www.sancarlos.es
Correo	sancarlos@sancarlos.es
Primer franquiciado en España	1997
Unidades en España	23 (+ 1 tienda *online*)
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	900 euros por m² (50.000 euros para establecimiento existente) <no desglosada>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2% sobre ventas
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 200 m²
Población mínima	75.000 habitantes

Tendencias

••• Viene de la página 53

opción que ha tomado nuestra enseña desde el principio”.

Un segmento en constante crecimiento

María José García Mendiola, directora de Expansión de Lúzete (lámparas en todos sus estilos)

“El futuro en el sector de la iluminación está en el led. Este segmento se halla en constante crecimiento y sujeto a continuos cambios tecnológicos, y nuestra empresa está trabajando muy a fondo en este tema para conseguir la mayor cuota de mercado posible”.

Menos visitas, más porcentaje de ventas

Mar Vivó Subijana, encargada del Departamento Técnico de Gestión y Decoración de El Guardabosques (mobiliario en madera maciza y complementos de decoración)

“Es un momento complicado por la crisis que está sufriendo el país, y las familias españolas necesitan un mercado más selecto y preparado, con una oferta variada y siempre acompañada de profesionalidad, que es nuestro trabajo. Este último año la tendencia ha sido de menos visitas a los comercios, pero, sorprendentemente, el porcentaje de ventas ha sido mayor. Se confirma así que nuestra oferta es buena y competitiva, lo que nos hace ser optimistas”.

SCHMIDT COCINAS

Central	Salm, S.A.S.
Actividad	Fabricación y distribución de muebles de cocina
Contacto	Julien Sallier
Dirección	Parque Empresarial La Marina. C/Teide, 4, 3º
Código Postal - Localidad	28703 San Sebastián de los Reyes (Madrid)
Teléfono	91 651 43 35
Fax	91 651 06 97
Internet	www.schmidt-cocinas.es
Correo	julien.sallier@salm.fr
Primer franquiciado en España	1989
Unidades en España	28
asociadas	28
Aperturas previstas en un año	12
Unidades en el extranjero	443
Inversión aproximada	800 euros por m² <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m² (en ciudad)/300 m² (en polígono comercial) (tipo nave)
Población mínima	50.000 habitantes

STUDIUM BOSKÜCHEN

Central	Bosküchen, S.L.
Actividad	Muebles de cocina y electrodomésticos
Contacto	José Luis Gómez
Dirección	C/ Valladolid, 7, bajo
Código Postal - Localidad	09002 Burgos
Teléfono	947 25 79 82 / 902 30 90 90
Fax	947 25 79 69
Internet	www.boskuchen.com
Correo	jose@boskuchen.com
Primer franquiciado en España	2006
Unidades en España	6
asociadas	5
Aperturas previstas en un año	4/5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	50.000 euros + obra civil (para 100 m²) (11.000 euros para rincón) <no desglosada>
Derecho de entrada	No facilitado (en función de cada proyecto)
Canon de mantenimiento	3% sobre ventas
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 100 m² - Recomendable: Desde 150 m² (a pie de calle)
Población mínima	50.000 habitantes (5.000 para rincón)

TEXTURA

Central	Textil Textura, S.L.
Actividad	Diseño y distribución de ropa de moda para el hogar
Contacto	Ángel Sáez
Dirección	C/ Córcega, 299, ático 3ª
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	93 378 89 90
Fax	93 378 89 91
Internet	www.textura-interiors.com
Correo	franquicia@textura-interiors.com
Primer franquiciado en España	1999
Unidades en España	94
asociadas	34
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	5
Inversión aproximada	115.000 euros (para 120 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	8.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 85 m² - Recomendable: 100/120 m² (preferiblemente diáfano y en una planta)
Población mínima	35.000 habitantes

dad de negocio para nuestros asociados".

Según sus informes financieros, el candidato tendrá que aportar un aval bancario de hasta 100.000 euros.

Duración del contrato. 5 o 10 años.

THE SINGULAR KITCHEN

The Singular Kitchen comercializa mobiliario de cocina de lujo fabricado en Alemania. "Utilizamos la tecnología más avanzada en amueblamiento de cocinas para crear hogares exclusivos adaptados a cada persona", afirma el franquiciador. El catálogo de la red vallisoletana también incluye encimeras, electrodomésticos y otros artículos relacionados.

Trayectoria. The Singular Kitchen surgió en 2004 de la unión de un equipo de ejecutivos del ramo del gran consumo, que firmaron un acuerdo con el grupo alemán Alno para comercializar sus muebles de cocina, aunque la enseña también trabaja con otros fabricantes. Ese mismo año se inauguraron los primeros puntos de venta propio y franquiciado de la firma, cuya sede se encuentra en Valladolid. En la actualidad The Singular Kitchen abandera 70 es- ➤➤

The Singular Kitchen. El asociado debe acreditar experiencia en el mundo de la cocina o de la decoración.

Tendencias

Un modelo de desarrollo sostenido

Tomás Fernández Ríos, director comercial de Hokiba (muebles de cocina y hogar)

"A pesar de la desfavorable situación económica que atraviesa el país, nuestra firma evoluciona con paso firme. Desarrollamos un modelo de negocio de crecimiento estable y sostenido, tanto en el número de franquiciados como en el volumen de ventas generado. El mercado está realizando una selección donde solo los más fuertes, innovadores y creativos permanecerán".

> "Solo los más fuertes, innovadores y creativos permanecerán"

Asesoramiento y apoyo íntegro

Julio Ocaña Hornos, gerente de Deka Mobiliario-Decoración (muebles y artículos de decoración, electrodomésticos y despacho)

"El sector donde operamos ha variado en la forma de trabajar. Se buscan unos servicios determinados, por encima del precio. Es decir, que ha aumentado con respecto a años anteriores el mercado que prefiere la marca, el asesoramiento y el apoyo íntegro que se da en nuestras tiendas".

Sigue en la página 56 •••

tablecimientos (53 asociados) distribuidos por todas las comunidades autónomas. Asimismo, en el último año ha comenzado la internacionalización del negocio con la apertura de un punto de venta propio en China.

La marca vallisoletana ha comenzado a exportar el concepto con una apertura en China

Perfil del asociado. Persona con vocación de liderazgo y de servicio al consumidor final. El franquiciado debe acreditar experiencia en el mundo de la cocina o de la decoración y el interiorismo.

Ubicación. El negocio se puede montar en una superficie mínima de 150 metros cuadrados. El local debe estar situado en una zona comercial y disponer de una fachada de al menos 12 metros y de escaparate.

Desglose de la inversión. El presupuesto aproximado facilitado por la central asciende a 30.000 euros, obra civil aparte.

Raúl Pérez, director de Expansión de The Singular Kitchen, explica que el derecho de entrada, en el caso del modelo de concesionario vertical, supone 6.000 euros más IVA, y la imagen corporativa, 5.000 euros. "La obra civil depende del estado del local, y el mobiliario y la decoración se entregan en depósito, garantizados por un aval bancario de alrededor de 25.000 euros".

En el formato de concesionario asociado, el canon de adhesión es de 20.000 euros más IVA.

Plantilla. 1 trabajador en el concesionario vertical y 3 en el concesionario asociado.

Duración del contrato. Se firma por 5 años. EF

THE SINGULAR KITCHEN

Central	The Singular Kitchen, S.L.
Actividad	Fabricación y venta de mobiliario de cocina de lujo
Contacto	Ángeles Chiches
Dirección	Pº Arco de Ladrillo, 34
Código Postal - Localidad	47007 Valladolid
Teléfono	902 20 10 22
Fax	902 50 00 74
Internet	www.thesingularkitchen.com
Correo	info@thesingularkitchen.net - angeles.chiches@centraltsk.es
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	70
asociadas	53
Aperturas previstas en un año	7/9
Unidades en el extranjero	1
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) <no desglosada>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA (concesionario vertical)/20.000 euros + IVA (asociado)
Canon de mantenimiento	60 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	3% sobre ventas brutas al mes (para publicidad local)
Superficie	Mínima: 150 m² - Recomendable: 200 m² (fachada mínima de 12 m y escaparate a la calle)
Población mínima	50.000 habitantes (estudios)/100.000 (macroestudios)

TIFÓN HIPERMUEBLE

Central	Europa Muebles, S.L.
Actividad	Tiendas de decoración y mobiliario para el hogar (segmento bajo)
Contacto	Fernando Carranza
Dirección	C/ Carlos Jiménez Díaz, s/n
Código Postal - Localidad	28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Teléfono	687 88 92 49
Fax	91 883 44 87
Internet	www.tifon.es
Correo	fcarranza@europamuebles.com
Primer franquiciado en España	1997
Unidades en España	40
asociadas	39
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	232 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 700 m² - Recomendable: 1.000 m² (buena distribución, diáfano a ser posible)
Población mínima	50.000 habitantes

Tendencias

••• Viene de la página 55

El momento del emprendedor

Álvaro Agudo, director comercial de Noctalia (descanso y bienestar)

"Creemos, sinceramente, que es el momento del emprendedor, y más en franquicias como la nuestra, que tiene el respaldo de un fabricante, Flex, algo muy importante teniendo en cuenta la actual situación económica".

Un cambio profundo en el tipo de consumo

Departamento de Expansión de Sancarlos (ropa de hogar y cortinas)

"Ser un especialista en el sector se convierte en un factor determinante para continuar obteniendo rentabilidad. Gracias a nuestra dilatada experiencia, podemos aplicar estrategias adecuadas a la situación del mercado actual referidas a todos los ámbitos del comercio minorista: compras, precios, márgenes. Tratar con profesionalidad cada una de ellas nos proporciona estabilidad en el medio y largo plazo.

La recesión económica de los últimos años ha producido un cambio profundo en el tipo de consumo de textil para el hogar. La venta de decoración a medida ha sufrido un recorte en su demanda, como era previsible en este escenario, redireccionándose el flujo de las ventas hacia productos ya acabados y preparados para su utilización en casa desde el primer momento".

▶ *Más contactos*

AIRA HOME

Central	Aira Home, S.L.
Actividad	Textil-hogar
Contacto	Jordi Gil
Dirección	C/ Sant Jaume, 37
Código Postal - Localidad	08500 Vic (Barcelona)
Teléfono	93 546 31 96
Correo	info@lifeandcolors.es - franquicia@airahome.com
Internet	www.airahome.com

BABYROOM

Central	Babyroom, S.L.
Actividad	Decoración integral para ambientes infantiles y juveniles
Contacto	Maite Dantás
Dirección	C/ Metano, 2
Código Postal - Localidad	47012 Valladolid
Teléfono	983 31 34 12
Correo	franquicia@babyroom.es
Internet	www.babyroom.es

BED'S

Central	Española del Descanso, S.A.
Actividad	Colchonería
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Ctra. Logroño, km. 6,5
Código Postal - Localidad	50011 Zaragoza
Teléfono	976 30 08 50
Correo	expansion@tiendasbeds.es
Internet	www.beds.es

CASA JOVEN

Central	Fórmula Joven, S.L.
Actividad	Venta al detalle de artículos de menaje, textil, regalos y artículos del hogar y decoración
Contacto	Raquel Mateos Cañas
Dirección	C/ Alcalá, 180
Código Postal - Localidad	28028 Madrid
Teléfono	618 31 40 72 / 91 361 21 34
Correo	info@casajovenweb.com
Internet	www.casajovenweb.com

DORMITIENDA

Central	Dormitienda, S.L.
Actividad	Artículos especializados en descanso (colchones, camas, almohadas)
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Nueva, 41, pta. 1
Código Postal - Localidad	46450 Benifaió (Valencia)
Teléfono	96 175 17 74
Correo	info@dormitienda.es
Internet	www.dormitienda.es

EL RINCÓN DE MARÍA

Central	Adiamm Mediterráneo, S.L.
Actividad	Decoración, menaje y regalo
Contacto	Departamento de Franquicias
Dirección	Avda. Región de Murcia, s/n. P.I. Base 2000
Código Postal - Localidad	30564 Lorquí (Murcia)
Teléfono	902 056 188 / 968 676 083
Correo	info@elrincondemaria.com - franquicias@elrincondemaria.com
Internet	www.elrincondemaria.com

EXPO MOBI

Central	Galerías Tarragona, S.A.
Actividad	Muebles y decoración
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Córcega, 173, entlo.
Código Postal - Localidad	08036 Barcelona
Teléfono	93 322 30 00
Correo	marketing@expomobi.com - web@expomobi.com
Internet	www.expomobi.com

HOGARIA CASA CON TODO

Central	Hogaria Casa con Todo, S.L.
Actividad	Distribución al por menor de artículos de decoración, menaje, regalos y muebles.
Contacto	Ignacio González Baena
Dirección	Ed. Hogaria. Parque Aljarafe. P.I. El Manchón
Código Postal - Localidad	41940 Tomares (Sevilla)
Teléfono	954 15 04 52 / 607 15 40 28
Correo	franquicias@hogariacasacontodo.com
Internet	www.grupohogaria.com

▶ *Más contactos*

INTERNI ARMARIOS

Central	Interni Franquicias, S.L.
Actividad	Armarios y dormitorios personalizados
Contacto	José Ramón Ochoa
Dirección	Pol. Malpica. C/ C, nº 12
Código Postal - Localidad	50016 Zaragoza
Teléfono	976 45 70 90
Correo	franquicias@interni.es
Internet	www.interni.es

NATURA SELECTION

Central	Natura Selection, S.L.
Actividad	Venta de artículos de decoración y regalos para el hogar
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Ecuador, 55
Código Postal - Localidad	08029 Barcelona
Teléfono	93 444 91 20
Correo	emartin@naturaselection.com - dcanella@naturaselection.com
Internet	www.naturaselection.com

KOLONIAL HOME

Central	Del Pueblo Grupo Empresarial, S.L.
Actividad	Mobiliario y decoración exclusiva (diseñadores y fabricantes)
Contacto	Eugenio del Pueblo
Dirección	C/ Farmacéutico Esteban Andrés, 5
Código Postal - Localidad	46120 Alboraya (Valencia)
Teléfono	96 356 46 85 / 649 760 979
Correo	eugenio@kolonialhome.com
Internet	www.kolonialhome.com

NATUZZI

Central	Natuzzi Ibérica, S.A.
Actividad	Venta de muebles y complementos
Contacto	Luca Ventura
Dirección	C/ Monte Esquinza, 30, 5º dcha.
Código Postal - Localidad	28010 Madrid
Teléfono	91 746 01 58
Correo	lventura@natuzzi.com
Internet	www.natuzzi.es

LA CARPA DE PÓRTICO

Central	Pórtico, S.A.
Actividad	Venta de artículos y complementos para el hogar
Contacto	José Luis Lago
Dirección	Barrio Arrufana, s/n. Louredo
Código Postal - Localidad	36415 Mos (Pontevedra)
Teléfono	986 100 200
Correo	joseluis.lago@porticob2b.com - portico@porticob2b.com
Internet	www.portico-sa.es

ROCHE-BOBOIS

Central	Roche Bobois España, S.A.
Actividad	Comercialización de artículos de mobiliario y decoración
Contacto	Grégory Dias Monreal
Dirección	C/ Muntaner, 266-268
Código Postal - Localidad	08021 Barcelona
Teléfono	93 240 40 56
Correo	g-dias-monreal@roche-bobois.es
Internet	www.roche-bobois.es

LIENZO DE LOS GAZULES

Central	Lienzo de Los Gazules, S.A.
Actividad	Textil-decoración
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	P.I. La Isla. Ctra. Isla, 108-112
Código Postal - Localidad	41703 Dos Hermanas (Sevilla)
Teléfono	902 15 26 50 / 91 431 37 41 / 954 93 17 50
Correo	zabala@lienzogazules.com - mmira@lienzogazules.com
Internet	www.lienzogazules.com

TU DESCANSO

Central	Instalaciones del Descanso, S.L.
Actividad	Artículos, muebles y complementos relacionados con el descanso. Colchonería
Contacto	Óscar Basanta
Dirección	C/ 18 de Julio, 11, bajo
Código Postal - Localidad	39610 Astillero (Cantabria)
Teléfono	942 36 95 42
Correo	consultas@tudescanso.com - tudescanso@tudescanso.com
Internet	www.tudescanso.com

214 enseñas seleccionadas de 26 sectores

- Agencias de viajes
- Bares de tapas
- Bisutería y complementos
- Cafeterías-Pastelerías
- Calzado
- Cervecerías
- Complementos de moda
- Cosmética
- Dietética-Parafarmacias
- Educación infantil
- Enseñanza-Formación
- Estética
- Formación para empresas
- Gimnasios
- Idiomas
- Moda femenina
- Moda genérica
- Moda infantil
- Moda masculina
- Ocio
- Peluquerías
- Restauración estadounidense
- Restauración genérica
- Restauración italiana
- Restaurantes temáticos
- Salud-Bienestar

DIRECTORIO de FRANQUICIAS

100 Montaditos

Restauración

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 198
Unidades asociadas: 197
Inversión: 226.500 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 91 351 90 01
Correo: curi.gallardo@gruporestalia.com
Web: www.gruporestalia.com

21 Racing Team

Establecimientos de venta de merchandising y ropa de competición. Fórmula 1 y motociclismo

Origen: España
Sede: León
Unidades en España: 9
Unidades asociadas: 8
Inversión: 69.500 euros
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 30.000 habitantes
Teléfono: 634 452 523 / 902 888 177
Correo: info@racing21.es
Web: www.racing21.es

Abalorium Abalorii

Venta al por menor de abalorios, rocallas, cristales Swarovski, bisutería, distribuidos y/o creados por la central. Libros, revistas y manuales del sector

Origen: España
Sede: Zaratán
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 6
Inversión: 40.000 euros + obra civil (para 30 m²)
Superficie mínima: 25 m²
Población mínima: 30.000 habitantes
Teléfono: 983 35 65 82 / 678 63 86 08
Correo: abalorium@terra.es
Web: www.abaloriumabalorii.com

Abrasador

Cervecerías y restaurantes especializados en carnes a la brasa de crianza propia (de ternera e ibéricos)

Origen: España
Sede: Toledo
Unidades en España: 15 (+ 58 rincones)
Unidades asociadas: 15 (+ 56)
Inversión: 225.000 euros (desde 6.000 euros + IVA para rincón)
Superficie mínima: 150 m²
Población mínima: 10.000 habitantes (2.000 para rincones)
Teléfono: 925 25 63 65
Correo: julio.ramirez@abrasador.com
Web: www.abrasador.com

Aire/AireBarcelona

Textil novias

Origen: España
Sede: L'Hospitalet de Llobregat
Unidades en España: 27
Unidades asociadas: 25
Inversión: 117.000/142.000 euros (para 130 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 93 419 04 04 / 902 202 702
Correo: atencioncliente@airebarcelona.es
Web: www.airecollection.es

Aïta

Bisutería, accesorios y complementos de moda para mujer

Origen: España
Sede: Cornellà
Unidades en España: 55 (+ 9 rincones)
Unidades asociadas: 33 (+ 9)
Inversión: 80.000/102.000 euros (mercancía en depósito) (para 50 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 93 200 47 03
Correo: dvila@aita.es
Web: www.aita.es

Almeida Viajes

Agencias de viajes

Origen: España
Sede: Málaga
Unidades en España: 398
Unidades asociadas: 395
Inversión: 16.500 euros (para 25 m²)
Superficie mínima: 25 m²
Teléfono: 902 99 60 19 / 952 21 22 00
Correo: expansion@almeidaviajes.com
Web: www.almeidaviajes.com

Altafit

Gimnasios de bajo coste

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 4
Inversión: 600 euros por m² (para 1200 m²)
Superficie mínima: 800 m²
Teléfono: 654 496 569
Correo: info@altafit.es
Web: www.altafit.es

American Secrets

Fotodepilación, fotorrejuvenecimiento y radiofrecuencia, faciales y corporales

Origen: España
Sede: Granada
Unidades en España: 5 (+ 700 servicio de fotodepilación y láser en explotación compartida)
Unidades asociadas: 2 (+ 700)
Inversión: 40.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 902 32 32 35 / 958 27 48 81
Correo: mperez@millermaimann.es
Web: www.americansecrets.es

Andemosss

Ayudas técnicas a la tercera edad

Origen: España
Sede: Málaga
Primeras unidades: 2010 (propia)/2010 (asociada)
Unidades en España: 7
Unidades asociadas: 6
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 6.000/10.000 euros + obra civil (para 20 m²)
Derecho de entrada: 5.900 euros + IVA
Superficie mínima: 20 m²

(aunque no es imprescindible para iniciar la actividad)
Población mínima: 40.000 habitantes
Contacto: Rafael Téllez
Teléfono: 661 53 91 29 / 951 087 956/57
Correo: info@andemosss.es
Web: www.andemosss.es

Angel Schlesser

Textil y complementos

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 9 (+ 3 rincones)
Unidades asociadas: 3
Inversión: Desde 250.000 euros
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 91 431 24 68
Correo: borja@angelschlesser.com
Web: www.angelschlesser.com

Animal Party

Centro de ocio infantil (fiestas de cumpleaños, talleres de fin de semana, ludoteca, campamentos urbanos, eventos dentro y fuera del local y talleres para colegios) con venta de peluches personalizados

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 17
Unidades asociadas: 17
Inversión: Desde 30.500 euros + obra civil
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 608 92 62 99
Correo: e.nieto@animalparty.es
Web: www.animalparty.es

Aventura Amazonia

Parque de aventura en la naturaleza y al aire libre

Origen: España
Sede: Cercedilla
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 2
Inversión: 150.000 euros (1,5 hectáreas)/250.000 euros (3 hectáreas)
Superficie mínima: 15.000 m²
Teléfono: 902 51 14 62
Correo: franquicia@aventura-amazonia.com
Web: www.aventura-amazonia.com

Aon Solutions

Distribución en formato SaaS (pago por uso) de aplicaciones de gestión empresarial online *en la nube*

Origen: España
Sede: Vitoria
Primeras unidades: 2008 (propia)/2011 (asociada)
Unidades en España: 4 operadores sin local
Unidades asociadas: 3
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 7.500 euros (sin local)
Derecho de entrada: 6.000 euros + IVA
Superficie mínima: No necesita local
Población mínima: 5.000 empresas de hasta 10 trabajadores
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 63 / 91 309 65 15
Correo: aon@hya.es
Web: www.aonsolutions.es

Banhof Leather Factory

Prendas de piel directas al cliente, con la mayor calidad y al mejor precio

Origen: España
Sede: Barcelona

Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 1
Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 70 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 93 485 56 90
Correo: info@banhof.org
Web: www.banhof.org

Bcn Languages

Enseñanza de idiomas modernos
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 5
(+ 1 centro de formación online)
Unidades asociadas: 3
Inversión: 200.000 euros (para 200 m²)
Superficie mínima: 200 m²
Teléfono: 93 415 02 73
Correo: aroquet@bcnlanguages.com
Web: www.bcnlanguages.com

Berlitz

Enseñanza de idiomas, traducciones
Origen: Estados Unidos
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 11
Unidades asociadas: 1
Inversión: Desde 130.000 euros (para 200 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 91 541 62 15 / 91 542 54 66
Correo: gines.mendez@berlitz.es
Web: www.berlitz.es

Bijou Siglo XXI

Alta bisutería, complementos y moda
Origen: España
Sede: Bilbao
Unidades en España: 17
Unidades asociadas: 17
Inversión: 45.000 euros (para 40 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 944 114 358
Correo: compras@bijousiglo21.com
Web: www.bijousigloxxi.com

Biothecare Estética

Servicios de estética (piel, adelgazamiento, vello)
Origen: España
Sede: Ogíjares
Unidades en España: 122
Unidades asociadas: 118
Inversión: Desde 14.500 euros (Basic)/27.000 (Smart)/36.000 (Complet) + obra civil + IVA
Superficie mínima: 35 m²
Teléfono: 958 257 957
Correo: expansion@biothecareestetika.com
Web: www.biothecareestetika.com

Body Factory

Gimnasios e instalaciones deportivas
Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 36
Unidades asociadas: 25
Inversión: 437.000 euros (para 800 m²)
Superficie mínima: 800 m² (Fitness Center)
Población mínima: 45.000 habitantes
Teléfono: 91 352 08 07
Correo: aotero@bodyfactory.es
Web: www.bodyfactory.es

Bracafé

Cafetería
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 40
Unidades asociadas: 38
Inversión: 90.000/150.000 euros
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 93 325 56 40
Correo: cruanas@teleline.es
Web: www.bracafe.com

Bye Bye Pelos

Fotodepilación, fotorrejuvenecimiento y tratamiento de manchas
Origen: España
Sede: Terrassa
Unidades en España: 57
Unidades asociadas: 55
Inversión: 75.000 euros + obra civil + IVA (para 70 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 902 105 339
Correo: franquicias@byebyepelos.com
Web: www.byebyepelos.com

Café & Té

Cafetería, bocadillería
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 201 (+ 5 rincones)
Unidades asociadas: 49 (+ 1)
Inversión: 132.000 euros (para 120 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 902 198 447
Correo: expansion@cafeandte.com
Web: www.cafeandte.com

Cafetal Club

Servicios de restauración, cafetería y hostelería
Origen: España
Sede: Tineo
Unidades en España: 103
Unidades asociadas: 102
Inversión: 1.300 euros por m²
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 902 11 72 30
Correo: franquicias@cafento.com
Web: www.cafento.com

Cativos

Educación infantil
Origen: España
Sede: Santiago de Compostela
Unidades en España: 30
Unidades asociadas: 1
Inversión: 85.000 euros + obra civil (para 200 m²)
Teléfono: 983 27 90 77 / 881 973 873
Correo: franquicias@cativos.com
Web: www.cativos.com

Celio

Moda y accesorios para hombre
Origen: Francia
Sede: Barcelona
Unidades en España: 51
Unidades asociadas: 9
Inversión: 147.000 euros (mercancía en depósito) (para 120 m²)
Superficie mínima: 120 m²
Población mínima: Zona de influencia de 100.000 habitantes

Bureau Vallée

Grandes superficies de papelería, ofimática, material escolar, mobiliario y material de oficina, e informática
Origen: Francia
Sede: Vilanova i la Geltrú
Primera unidad propia: 2008
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 0
Unidades en el extranjero: 200
Duración del contrato: 7 años
Inversión: 150.000/200.000 euros
Derecho de entrada: 14.000 euros
(las 5 primeras franquicias)

Superficie mínima: 120 m² (centro ciudad)/300 m² (periferia)
Población mínima: 80.000 habitantes
(área de influencia)
Contacto: Josep Maria Baiget
Teléfono: 93 810 00 89 / 630 08 27 47
Correo: franquicia@bureau-vallee.es
Web: www.bureau-vallee.es

Teléfono: 902 16 15 11 / 607 89 54 46
Correo: info@amalteafranchising.com
Web: www.celio.com

Chantilly

Alta pastelería francesa de degustación, cafetería y salón de té
Origen: España
Sede: Palma de Mallorca
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 1
Inversión: 70.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 20.000 habitantes
Teléfono: 971 28 05 39
Correo: patisseriechantilly@yahoo.com

Chefbuffet

Bufé libre, autoservicio
Origen: España
Sede: Córdoba
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 2
Inversión: 170.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 91 110 34 68 / 630 91 85 18
Correo: expansion@chefbuffet.com
Web: www.chefbuffet.com

Chicco

Comercialización de productos infantiles (textil, calzado, puericultura y juguetes)
Origen: Italia
Sede: Madrid
Primeras unidades: 1992 (propia)/2008 (asociada)
Unidades en España: 30
Unidades asociadas: 14
Unidades en el extranjero: 250
Duración del contrato: 7 años
Inversión: 100.000 euros (para 125 m²)
Derecho de entrada: 15.000 euros + IVA
Superficie mínima: 125 m² (incluido almacén)
Población mínima: 75.000 habitantes
Contacto: Susana Ortega
Teléfono: 91 444 81 64 / 91 309 65 15
Correo: franquiciaschicco@hya.es
Web: www.chicco.es

Churrascarias Brasa y Leña

Restaurante temático brasileño (gestión de franquicias)

Origen: España
Sede: San Sebastián de los Reyes
Unidades en España: 24
Unidades asociadas: 14
Inversión: 1.000/1.200 euros por m² (para 350 m²)
Superficie mínima: 300 m²
Teléfono: 91 659 42 12
Correo: franquicias@brasaylena.com
Web: www.brasaylena.com

Cinde Consultores

Consultoría en calidad, medio ambiente, formación, recursos humanos, proyectos, RSC, y desarrollo y expansión de franquicias

Origen: España
Sede: Jaén
Primera unidad propia: 2001
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 0
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 14.000 euros (sin local)/24.000 euros (para 45 m²)
Derecho de entrada: 12.000 euros
Superficie mínima: sin local o 45 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Contacto: Juan Pedro Moreno Contreras
Teléfono: 953 29 60 63
Correo: jp.moreno@cinde.es
Web: www.cindefranquicias.es

Clínica Sacher

Medicina estética, depilación láser, salud y bienestar

Origen: España
Sede: Ontinyent
Unidades en España: 7
Unidades asociadas: 6
Inversión: Desde 55.000 euros + obra civil (para 100 m²)
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 962 38 90 09
Correo: sacher@clinicasacher.com
Web: www.clinicasacher.com

Clínicas Maxilodental

Clínicas odontológicas

Origen: España
Sede: Córdoba
Unidades en España: 6
Unidades asociadas: 4
Superficie mínima: 160 m²
Teléfono: 957 23 00 25 / 628 56 64 74
Correo: mtorres@maxilodental.com
Web: www.maxilodental.com

Clínicas Séptima Dental

Clínicas dentales

Origen: España
Sede: Sevilla
Unidades en España: 7
Unidades asociadas: 4
Inversión: Desde 100.000 euros + obra civil
Superficie mínima: 120 m²
Teléfono: 954 53 08 64
Correo: info@septimadental.com
Web: www.clinicasseptimadental.com

Coaliment Compra Saludable

Supermercados

Origen: España
Sede: Granollers
Primeras unidades: 2009 (propia)/2008 (asociada)
Unidades en España: 252
Unidades asociadas: 190
Duración del contrato: 5 años
Derecho de entrada: 0
Superficie mínima: 150 m² (sala de venta)
Población mínima: 2.000 habitantes
Contacto: Hugo Ochoa Sánchez
Teléfono: 93 861 52 00
Correo: expansion@covalco.es
Web: www.covalco.es

Coto

Calzado, colchonería y equipamiento

Origen: España
Sede: Magallón
Unidades en España: 8 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 7 (+ 1)
Inversión: 35.000/50.000 euros + obra civil (para 45 m²)
Superficie mínima: 45 m²
Teléfono: 976 85 82 48 / 659 09 19 13
Correo: albertoramon@amdecora.com

Createsse

Elementos para creación de bisutería

Origen: España
Sede: Murcia
Unidades en España: 16
Unidades asociadas: 11
Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 30 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 968 35 56 09
Correo: info@createsse.es
Web: www.createsse.es

Credo

Venta de prendas de vestir, calzado

Origen: España
Sede: Palma de Mallorca
Unidades en España: 4 (+ 20 multimarca)
Unidades asociadas: 2 (+ 20)
Inversión: 70.000 euros + obra civil (para 50 m²)
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 679 38 07 12
Correo: contabilidad@credomoda.com
Web: www.credomoda.com

Crysanna

Moda y complementos para mujeres

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 8 (+ 2 rincones)
Unidades asociadas: 7 (+ 2)
Inversión: Desde 35.000 euros + obra civil
Superficie mínima: 55 m²
Teléfono: 91 709 16 47
Correo: anaherreromar@hotmail.com
Web: www.crysanna.com

Cuplé

Venta minorista de calzado y complementos

Origen: España
Sede: Elche
Unidades en España: 89 (+ 7 rincones)
Unidades asociadas: 64 (+ 7)
Inversión: 60.000/80.000 euros
Superficie mínima: 80 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 96 665 56 52
Correo: info@cuple.com
Web: www.cuple.com

Curves

Gimnasios para mujeres

Origen: Estados Unidos
Sede: Guadalajara
Unidades en España: 149
Unidades asociadas: 148
Inversión: 80.000/120.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 120 m² (Basic)/170 m² (Completo)
Teléfono: 949 20 09 38
Correo: ventas@curveseurope.com
Web: www.curveseurope.com

Dándara

Diseño, confección y distribución de moda y complementos femeninos

Origen: España
Sede: Móstoles
Unidades en España: 50
Unidades asociadas: 33
Inversión: 20.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 120 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 91 665 81 70
Correo: franquicias@dandara.es
Web: www.dandara.es

Dick & Paul

Zapatería y complementos para hombre y mujer

Origen: España
Sede: Ferrol
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 4
Inversión: Desde 54.000 euros + obra civil (para 40 m²)
Superficie mínima: 35 m²

Dionisos Greek Restaurant

Restaurante griego

Origen: España
Sede: Barcelona
Primeras unidades: 1993 (propia)/2009 (asociada)
Unidades en España: 10
Unidades asociadas: 9
Duración del contrato: 10 años
Inversión: 133.000 euros + IVA (para 120 m²)
Derecho de entrada: 20.000 euros + IVA

Superficie mínima: 120 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Contacto: Daniel Monge
Teléfono: 91 444 81 67
Correo: expansion@bya.es
Web: www.dionisos-bcn.com

Teléfono: 981 91 20 08 / 648 85 92 16
Correo: info@dickandpaul.com
Web: www.dickandpaul.com

Direct English

Centros de formación de inglés
Origen: Reino Unido
Sede: Valencia
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 3
Inversión: 18.000 euros + obra civil (para 125 m²)
Superficie mínima: 125 m²
Teléfono: 96 385 07 06 /
Correo: fgomez@directenglishspain.com
Web: www.directenglishspain.com

Divina Providencia

Moda para la mujer
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 2
Inversión: 31.700 euros + obra civil (mercancía en depósito)
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 91 642 25 43 / 609 25 17 79
Correo: franquicias@divinaprovidencia.com
Web: www.divinaprovidencia.com

Dolores Promesas

Moda femenina
Origen: España
Sede: Rivas-Vaciamadrid
Unidades en España: 18
Unidades asociadas: 12
Teléfono: 91 713 93 43
Correo: info@dolorespromesas.com
Web: www.dolorespromesas.com

Etam

Lencería, corsetería, baño y complementos
Origen: Francia
Sede: Madrid
Unidades en España: 94
Unidades asociadas: 7
Inversión: 1.100 euros por m² + derecho de entrada (mercancía en depósito) (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 91 506 24 48 / 629 55 14 61
Correo: jose-maria.garcia@etam.fr
Web: www.etam.es

Félix Ramiro

Moda masculina casual y nupcial
Origen: España
Sede: Toledo
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 1
Inversión: 115.000 euros (para 80 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 902 10 81 74
Correo: franquicias@felixramiro.es
Web: www.felixramiro.es

Femxa for Business

Formación a pymes
Origen: España
Sede: Vigo
Unidades en España: 21 operadores sin local
Unidades asociadas: 7
Inversión: 13.500 euros + IVA
Superficie mínima: No necesita local
Teléfono: 900 102 101 / 91 299 49 77
Correo: informacion@femxaforbusiness.com
Web: www.femxaforbusiness.com

Fluency Idiomas

Enseñanza de inglés
Origen: España
Sede: Murcia
Unidades en España: 10
Unidades asociadas: 0
Inversión: Desde 80.000 euros + obra civil + IVA (para 150 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 654 49 65 69 / 91 351 82 19
Correo: aestelles@consultasession.com
Web: www.fluency.es

Forempresa

Formación subvencionada a pymes
Origen: España
Sede: Palma de Mallorca
Unidades en España: 15 operadores sin local
Unidades asociadas: 14
Superficie mínima: No necesita local
Teléfono: 971 90 15 85
Correo: expansion@forempresa.com
Web: www.forempresafranquicias.com

Formación Sócrates

Formación bonificada a empresas
Origen: España
Sede: Chiclana de La Frontera
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 0
Teléfono: 956 40 60 53
Correo: administracion@acforconsulting.com
Web: www.acforconsulting.com

Foster's Hollywood

Restaurantes temáticos especializados en cocina norteamericana
Origen: España
Sede: Aravaca
Unidades en España: 165
Unidades asociadas: 107
Inversión: Desde 480.000 euros
Superficie mínima: 250 m²
Teléfono: 91 382 98 00
Correo: expansion@zena.com
Web: www.fostershollywood.es

Global Network Opportunities

Seguros y servicios
Origen: España
Sede: Castelldefels
Primeras unidades: 1993 (propia)/1994 (asociada)
Unidades en España: 126 colaboradores, agentes privados de seguros
Unidades asociadas: 126
Duración del contrato: Indefinido
Inversión: 69 euros
Derecho de entrada: 69 euros
Superficie mínima: No necesita local
Población mínima: 500 habitantes
Contacto: Claudio Tor Tor (asociado a GNO)
Teléfono: 648 54 71 41
Correo: sercla@sercla.com
Web: www.documentos.gno-site.com/presentacion.pdf

Globaldiet

Comercialización de productos dietéticos, cosmética natural, alimentos ecológicos, nutrición deportiva y plantas medicinales. Visión ecológica y dietética del consumidor
Origen: España
Sede: Alcalá de Guadaíra
Unidades en España: 10 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 4 (+ 1)
Inversión: 60.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 954 35 41 41
Correo: bionat@telefonica.net

Gocco

Tiendas de ropa infantil
Origen: España
Sede: Alcobendas
Unidades en España: 122 (+ 73 rincones)
Unidades asociadas: 50
Inversión: 650/1.050 euros por m²
Superficie mínima: 90 m²
Teléfono: 91 728 04 30
Correo: franchise@gocco.es
Web: www.gocco.es

Goldcar Rental

Alquiler de vehículos
Origen: España
Sede: Sant Joan d'Alacant
Primera unidad propia: 1988
Unidades en España: 31
Unidades asociadas: 0
Unidades en el extranjero: 4
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 59.300 euros (para 30 m²)
Derecho de entrada: 15.000 euros
Superficie mínima: 16 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 309 65 15
Correo: expansion@bya.es
Web: www.goldcar.es

Goldenpoint

Lencería
Origen: Italia
Sede: Barcelona
Unidades en España: 50
Unidades asociadas: 4
Inversión: 65.000 euros + obra civil (para 80 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 93 303 77 80
Correo: franquicias@goldenpointonline.es
Web: www.goldenpointonline.com

Guinness Official Irish Pub

Pub irlandés
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 268
Unidades asociadas: 268
Teléfono: 91 309 74 44
Correo: info@beerandfood.es
Web: www.pubirlandes.com

Gymkana

Parques de ocio y entretenimiento para todas las edades
Origen: España

Sede: Córdoba
Unidades en España: 10
Unidades asociadas: 9
Inversión: 175.000 euros (para 300 m²)
Superficie mínima: 250 m²
Teléfono: 610 340 271
Correo: franquicia@gymkana.net
Web: www.gymkana.net

Hamelin

Centros de educación infantil (guarderías)
Origen: España
Sede: Alella
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 3
Inversión: 170.000 euros (para 400 m²)
Superficie mínima: 350 m² + 75 de patio
Teléfono: 93 555 22 96
Correo: comercial@franquiciashamelin.com
Web: www.franquiciashamelin.com

Helen Doron Early English

Centros de enseñanza de inglés para niños de 3 meses a 18 años
Origen: Israel
Unidades en España: 21
(+ 4 profesores semiindependientes)
Unidades asociadas: 21 (+ 4)
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 900 99 18 68
Correo: conhaim@helendoron.com
Web: www.helendoron.es

Hello Pretty

Moda, calzado, lencería y complementos para mujer, y moda para hombre
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 5
Inversión: 20.000 euros + obra civil (para 50 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 675 254 641
Correo: hellopretty7283@yahoo.es
Web: www.hellopretty.es

Hierro y Albero

Venta y diseño de ropa y complementos
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 4
Inversión: 35.000/38.000 euros + mercancía
Superficie mínima: 50 m²
Correo: comunicacion@hierroyalbero.es
Web: www.hierroyalbero.es

Hope 1967

Moda femenina y complementos
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 6 (+ 20 multimarca)
Unidades asociadas: 1
Inversión: 95.000 euros (para 80 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 91 733 62 13
Correo: expansion@hope1967.com
Web: www.hope1967.com

Howards Storage World

Comercio especialista en ordenación
Origen: Australia
Sede: Astigarraga
Primeras unidades: 2006 (propia)
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 0
Unidades en el extranjero: 65
Duración del contrato: 10 años
Inversión: 420.000 euros + IVA (para 350 m²)
Derecho de entrada: 15.000 euros + IVA
Superficie mínima: 285 m²
Población mínima: 200.000 habitantes
Contacto: Alex Townend
Teléfono: 943 33 68 81
Correo: alex@hsw.com.es
Web: www.hsw.com.es

Igual

Alta bisutería y complementos
Origen: España
Sede: Zaragoza
Unidades en España: 6
Unidades asociadas: 5
Inversión: 20.000 euros + obra civil (para 30 m²)
Superficie mínima: 20 m²
Teléfono: 976 730 646 / 682 688 682
Correo: contacto@tiendasigual.com
Web: www.tiendasigual.com

Il Caffè di Roma

Venta y degustación de café, té y chocolate, además de otros productos como refrescos, helados artesanales o focacce y panini entre otros
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 46
Unidades asociadas: 41
Inversión: 1.200/1.700 euros por m²
Superficie mínima: 90 m²
(30 m² para quiosco en centro comercial)
Teléfono: 93 229 45 80
Correo: expansion@lavazza.es
Web: www.ilcaffediroma.com

Il Tempietto

Restaurante y tienda de comida italiana
Origen: España
Sede: Aravaca
Unidades en España: 21
Unidades asociadas: 13
Inversión: 450.000 euros (para 250 m²)
Superficie mínima: 200 m²
Teléfono: 91 382 98 00
Correo: expansion@zena.com
Web: www.iltempietto.com

Ingredients:cafè

Coffee shop
Origen: España
Sede: Sant Cugat del Vallès
Unidades en España: 8 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 3
Inversión: Desde 134.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 30 m² (quioscos)
Teléfono: 93 576 35 16
Correo: franquicias@ingredientscafe.es
Web: www.ingredientscafe.es

Instituto Iberochino

Enseñanza del idioma chino mandarín. Servicios de traducción, intérpretes y consultoría
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 4
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 91 298 62 03
Correo: info@iberochino.com
Web: www.iberochino.com

Jesús Peiró

Diseño y confección de trajes de novia
Origen: España
Sede: Viladecans
Unidades en España: 7
Unidades asociadas: 6
Inversión: 100.000 euros + obra civil (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 902 200 490
Correo: info@jesuspeiro.com
Web: www.jesuspeiro.com

Join Us

Tiendas de moda infantil
Origen: España
Sede: Cornellà
Unidades en España: 42
Unidades asociadas: 32
Inversión: 25.000/30.000 euros + obra civil (para 60 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 93 377 20 38
Correo: joinus@gruptextildl.com
Web: www.joinus.es

Kiabi

Moda low cost
Origen: Francia
Sede: Majadahonda
Unidades en España: 60
Unidades asociadas: 0
Inversión: 450 euros por m² (con 90.000 euros de gastos de preapertura) (mercancía en depósito) (para 1000 m²)
Superficie mínima: 700 m² (superficie de venta)
Teléfono: 91 616 96 50
Correo: franquicias@kiabi.com
Web: www.kiabi.es

Kookaï

Moda femenina
Origen: Francia
Sede: Barcelona
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 3
Inversión: 1.500 euros por m² (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 93 390 69 23
Correo: kookai@franquicia.info
Web: www.kookai.com

Koröshi

Moda para hombre, moda para mujer
Origen: España
Sede: Mataró
Unidades en España: 21
Unidades asociadas: 14
Inversión: 140.000 euros (mercancía en depósito) (para 120 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 93 798 44 46
Correo: franquicias@koroshi.tv
Web: www.koroshishop.com

La Academia Empresas

Cursos subvencionados para trabajadores en activo

Origen: España
Sede: San Sebastián
Unidades en España: 20
Unidades asociadas: 15
Inversión: 19.500 euros + IVA
Superficie mínima: 15 m²
Población mínima: 15.000 empresas con trabajadores
Teléfono: 902 211 151
Correo: j.alba@laacademiaempresas.com
Web: www.laacademiaempresas.com

La Compagnie des Petits

Tiendas de moda infantil

Origen: Francia
Sede: Viladecans
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 6
Inversión: 45.000 euros + obra civil + IVA (para 70 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 40.000 habitantes
Teléfono: 93 637 15 35
Correo: vilax@vilax.es
Web: www.lacompagniedespetits.com

La Mafia se Sienta a La Mesa

Restauración italo-mediterránea de calidad

Origen: España
Sede: Zaragoza
Primeras unidades: 2000 (propia)/2002 (asociada)
Unidades en España: 34
Unidades asociadas: 32
Duración del contrato: 10 años
Inversión: 340.000 euros (para 300 m²)
Derecho de entrada: 26.000 euros + IVA
Superficie mínima: 250 m²
Población mínima: 50.000/60.000 habitantes
Contacto: Noelia Palma/Pablo Martínez
Teléfono: 976 79 46 75
Correo: noelia@lamafia.es
Web: www.lamafia.es

La Mary

Restaurantes económicos

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 2 (+ 30 con diferentes nombres)
Unidades asociadas: 1
Inversión: 490.000 euros (para 300 m²)
Superficie mínima: 250 m²
Teléfono: 93 321 92 96
Correo: olapena@andilana.com
Web: www.lamaryrestaurant.com

La Sureña

Cervecerías

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 48
Unidades asociadas: 48
Inversión: Desde 250.000 euros
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 91 351 90 01
Correo: attcliente@gruporestalia.com
Web: www.gruporestalia.com

La Tablería

Bares de tapas

Origen: España
Sede: Altea
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 2
Inversión: 125.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 902 11 28 60
Correo: info@latableria.com
Web: www.latableria.com

La Tagliatella

Restauración especializada

Origen: España
Sede: Lleida
Unidades en España: 109
Unidades asociadas: 85
Inversión: 639.000 euros (para 250 m²)
Superficie mínima: 250 m²
Teléfono: 902 333 077 / 973 25 72 80
Correo: expansion@latagliatella.es
Web: www.latagliatella.es

La Ventana Natural

Dietética, cosmética natural y complementos de la dieta

Origen: España
Sede: Leganés
Unidades en España: 60
Unidades asociadas: 46
Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 40 m²)
Superficie mínima: 35 m²
Teléfono: 91 683 83 06
Correo: roberto.bullido@ynsadietsa.com
Web: www.ynsadiet.com

Lacoste

Textil y confección

Origen: Francia
Sede: Badalona
Unidades en España: 76 (+ 41 rincones)
Unidades asociadas: 37 (+ 41)
Inversión: 350.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 93 484 64 01
Correo: jbasi@armandbasi.com
Web: www.lacoste.com/es

Laormiga

Venta de ropa y calzado

Origen: España
Sede: Écija
Unidades en España: 10
Unidades asociadas: 6
Inversión: 23.000 euros + obra civil (para 40 m²)
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 954 83 17 19 / 691 429 815
Correo: laormigainfo@gmail.com
Web: www.laormiga.com

Leader Mobile

Digital & mobile marketing

Origen: Italia
Sede: Barcelona
Primeras unidades: 2007 (propia)/2008 (asociada)
Unidades en España: 61
Unidades asociadas: 60
Unidades en el extranjero: Más de 200
Duración del contrato: 7 años
Inversión: 14.000 euros + obra civil (para 30 m²)

Derecho de entrada: 6.000 euros + IVA
Superficie mínima: 30 m² o dirección virtual
Población mínima: 20.000 habitantes
Contacto: Massimiliano Brigida
Teléfono: 93 419 78 54
Correo: info@leadermobile.es
Web: www.leadermobile.es

Lenita & XTG

Moda íntima, baño y sportswear para hombre y mujer

Origen: España
Sede: Las Palmas de Gran Canaria
Unidades en España: 14 (+ 15 rincones)
Unidades asociadas: 2
Inversión: 1.200/1.500 euros por m² (opción de mercancía en depósito)
Superficie mínima: 50 m²
Población mínima: 60.000 habitantes
Teléfono: 928 48 20 55
Correo: prensa@burmen.es
Web: www.lenita-xtg.com

Les Ptits Bilingues

Formación bilingüe en francés y español para niños de 3 meses a 3 años

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 1
Inversión: 120.000 euros (para 250 m²)
Superficie mínima: 300 m²
Población mínima: 30.000 habitantes
Teléfono: 689 58 22 11
Correo: info@lesptitsbilingues.com
Web: www.lesptitsbilingues.com

Levi's Store

Confección

Origen: Estados Unidos
Sede: Barcelona
Unidades en España: 57 (+ 150 rincones)
Unidades asociadas: 35 (+ 150)
Inversión: 159.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Teléfono: 93 227 69 00
Correo: jmonedero@levi.com
Web: www.levi.com

Little Kings Boutique Infantil

Moda infantil

Origen: España
Sede: Andújar
Unidades en España: 64
Unidades asociadas: 60
Inversión: 30.000/40.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m²)
Superficie mínima: 90 m²
Teléfono: 953 50 45 00
Correo: central@littlekings.es
Web: www.littlekings.es

Lollipops Paris

Venta al detalle de prêt-à-porter y complementos de moda

Origen: Francia
Sede: Bilbao
Primeras unidades: 2005 (propia)/2004 (asociada)
Unidades en España: 9
Unidades asociadas: 8
Unidades en el extranjero: 110
Duración del contrato: 5 años

Inversión: 35.000 euros (para 60 m²)
Derecho de entrada: 12.000 euros
Superficie mínima: 50 m²
Población mínima: 80.000 habitantes
Contacto: Alicia Mardones Labanda
Correo: alicia@lollipops.fr
Web: www.lollipops.fr

Luxenter

Comercialización de artículos de joyería

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 3
(+ 101 rincones + 2.235 joyerías multimarca)
Unidades asociadas: 0
(+ 16 rincones + 2.235 joyerías multimarca)
Inversión: 90.000 euros (para 35 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 91 411 06 91
Correo: atcliente@luxenter.com
Web: www.luxenter.com

Mango/MNG

Textil

Origen: España
Sede: Palau Solità i Plegamans
Unidades en España: 314
Unidades asociadas: 110
Inversión: 1.400 euros por m²
Superficie mínima: 300 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 93 860 22 22
Correo: intlfranchise@mango.com
Web: www.mango.com

Manicurart

Centro de estética especializado en el cuidado de las uñas

Origen: España
Sede: Badajoz
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 0
Inversión: 35.000 euros (para 40 m²)
Superficie mínima: 35 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 924 22 53 45
Correo: nbarradas@manicurart.es
Web: www.manicurart.es

Masai Barefoot Technology (MBT)

Producción y comercialización de calzado fisiológico

Origen: Suiza
Sede: Barcelona
Unidades en España: 104 (+ 150 rincones)
Unidades asociadas: 47 (+ 150)
Inversión: 50.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 900 106 801
Correo: info@es.mbt.com
Web: www.mbt.com

MasQMenos

La marca nace de la experiencia de Cacheiro Restaurants y se materializa en un concepto de alta calidad, sencillo, bajo en costes y rentable

Origen: España
Sede: Barcelona
Primera unidad propia: 2011
Unidades en España: 17
Unidades asociadas: 12
Duración del contrato: 10 años (5 + 5)
Inversión: 160.000 euros (para 100 m²)

Derecho de entrada: 20.000 euros + IVA
Superficie mínima: 100 m²
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 607 494 779
Correo: barcelona@hya.es
Web: www.masqmenos.com

Maxwapa Make-Up Shops

Cosmética low cost (venta de cosméticos, servicio de manicura y maquillaje)

Origen: España
Sede: Zaragoza
Unidades en España: 3 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 2 (+ 1)
Inversión: 15.400 euros + obra civil (para 35 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Población mínima: 10.000 habitantes
Teléfono: 976 42 50 69
Correo: maxwapa@maxwapa.com
Web: www.maxwapa.es

Medical Aesthetic

Franquicia especializada en medicina estética

Origen: España
Sede: Ogíjares
Unidades en España: 6
Unidades asociadas: 5
Inversión: 91.400 euros + maquinaria + IVA (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 902 180 365 / 958 257 957
Correo: expansion@medicalaesthetic.es
Web: www.medicalaesthetic.es

Meigallo

Bisutería, regalos y complementos

Origen: España
Sede: Meaño
Unidades en España: 38 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 29 (+ 1)
Inversión: 55.000/60.000 euros + mercancía (para 40 m²)
Superficie mínima: 40 m²
Población mínima: 15.000 habitantes
Teléfono: 902 02 71 35
Correo: franquicias@meigallo.com
Web: www.meigallo.com

Men Ceremonia y Moda Hombre

Especialistas en ceremonia y moda hombre

Origen: España
Sede: Camarles
Unidades en España: 1
Unidades asociadas: 0
Inversión: 100.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 977 47 00 01
Correo: administracion@menceremonia.com
Web: www.menceremonia.com

Mephisto

Calzado

Origen: Francia
Sede: La Vall d'Uixó
Unidades en España: 6
(+ 56 rincones)
Unidades asociadas: 6 (+ 56)
Superficie mínima: 35 m²
Población mínima: 70.000 habitantes
Teléfono: 964 69 17 92 / 667 455 785
Correo: manager@mephisto-spain.com
Web: www.mephisto.com

Metro Kids Company USA

Moda infantil

Origen: Estados Unidos
Sede: Madrid
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 4
Inversión: 125.000 euros
(para 50 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 699 70 69 24
Correo: pentuca@metrokidscompany.es
Web: www.metrokidscompany.com

Millennium Club Fitness

Centros deportivos de bajo coste

Origen: España
Sede: Zaragoza
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 1
Inversión: 225.000 euros + obra civil
(para 1000 m²)
Superficie mínima: 500 m²
Población mínima: 15.000 habitantes
Teléfono: 976 306 511 / 976 306 512
Correo: info@gestiongimnasios.com
Web: www.millenniumclubfitness.com

Misako

Distribución de bolsos y complementos de vestir, y productos de viaje

Origen: España
Sede: Esparraguera
Unidades en España: 179
Unidades asociadas: 77
Inversión: 120.000 euros
(mercancía en depósito) (para 80 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 75.000 habitantes
Teléfono: 93 770 86 28
Correo: acarrascosa@misako.es
Web: www.misakoshop.com

Momi & Toy's

Comercialización del rolled japanese *crepe, una masa enrollada en forma de cucurucho que se puede acompañar de una variedad selecta de ingredientes sanos y naturales y consumir, de manera rápida, olvidándonos del cuchillo y el tenedor*

Origen: Japón
Sede: Barcelona
Primera unidad propia: 2012
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 0
Unidades en el extranjero: 150
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 60.000 euros + IVA (modalidad móvil)/80.000 euros + IVA (establecimiento tradicional)
Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA
Superficie mínima: 20 m² (modalidad móvil)/50 m² (establecimiento tradicional)
Población mínima: 25.000 habitantes (modalidad móvil)/50.000 habitantes (establecimiento tradicional)
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 607 494 779
Correo: barcelona@bya.es
Web: www.momiandtoy.com

MOMI & TOY'S
ROLLED JAPANESE CREPE

Nails 4'us

Estética de uñas

Origen: Portugal
Sede: Madrid
Primeras unidades: 2006 (propia)/2007 (asociada)
Unidades en España: 16 (+ 16 quioscos)
Unidades asociadas: 14 (+ 13)
Unidades en el extranjero: 30
Duración del contrato: 6 años
Inversión: 35.900 euros + IVA (para 12 m²)
Derecho de entrada: 3.000 euros + IVA
Superficie mínima: 16 m² (12 para quiosco)
Población mínima: 30.000 habitantes
Contacto: Manuel Escribano
Teléfono: 91 735 71 58
Correo: mescribano@nails4us.es
Web: www.nails4us.com

nails4'us
estética de uñas

Multiaventura

Fabricantes de parques infantiles y gestión de ocio

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 22 (+ 50 rincones + 200 multimarca)
Unidades asociadas: 20 (+ 50 rincones + 200 multimarca)
Inversión: 120.000 euros (para 200 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 91 517 94 65
Correo: central@multiaventura.com
Web: www.multiaventura.com

Mundoclases

Profesores a domicilio, aulas de alto rendimiento y servicios de ocio educativos

Origen: España
Sede: Ourense
Unidades en España: 7 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 4 (+ 1)
Inversión: 29.700 euros + obra civil
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 902 92 24 03
Correo: franquicias@mundoclases.com
Web: www.mundoclases.com

MyHair Barcelona

Centros especializados en extensiones de cabello

Origen: España
Sede: L'Hospitalet de Llobregat
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 2
Inversión: 46.500 euros (para 30 m²)
Superficie mínima: 20 m²
Correo: agamez@myhairbarcelona.com
Web: www.myhairbarcelona.com

Mundopán a Domicilio

Entrega diaria de productos de alimentación y pan a domicilio

Origen: España
Sede: Rivas-Vaciamadrid
Primeras unidades: 2005 (propia)/2010 (asociada)
Unidades en España: 39
Unidades asociadas: 38
Duración del contrato: 5 años
Inversión: Desde 25.000 euros + IVA
Derecho de entrada: 15.400 euros + IVA (con 300 buzones-panera térmicos)
Superficie mínima: 50 m2
Población mínima: Núcleos de concentración de viviendas unifamiliares
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 63
Correo: mundopan@bya.es
Web: www.mundopan.es

Naf Naf

Sector textil mujer

Origen: Francia
Sede: Cornellà del Terri
Unidades en España: 12 (+ 80 rincones + 700 multimarca)
Unidades asociadas: 6 (+ 80 rincones + 700 multimarca)
Inversión: 900/1.200 euros por m² (mercancía en depósito)
Superficie mínima: 100 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 972 59 68 00
Correo: montsep@nafnaf.es
Web: www.nafnaf.es

Nanos

Confección infantil

Origen: España
Sede: A Coruña
Unidades en España: 60 (+ 3 rincones)
Unidades asociadas: 15
Inversión: 169.000 euros (para 85 m²)
Superficie mínima: 60 m²
Población mínima: 80.000 habitantes
Teléfono: 98 124 82 98
Correo: contacto@nanos.es
Web: www.nanos.es

Naturhouse

Venta de productos dietéticos

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 808
Unidades asociadas: 707
Inversión: 29.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Población mínima: 20.000 habitantes
Teléfono: 93 448 65 02
Correo: info@naturhouse.com
Web: www.naturhouse.com

Neck & Neck

Moda infantil

Origen: España
Sede: San Fernando de Henares
Unidades en España: 154 (+ 35 rincones)
Unidades asociadas: 47
Inversión: 180.000 euros + mercancía (para 60 m²)
Superficie mínima: 60 m²
Población mínima: 60.000 habitantes (o concentración suficiente de público objetivo)
Teléfono: 91 678 18 30
Correo: expansion@neckandneck.com
Web: www.neckandneck.com

Nemomarlin

Escuelas infantiles

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 14
Unidades asociadas: 14
Inversión: 250.000 euros (para 330 m²)
Superficie mínima: 330 m²
Población mínima: 20.000 habitantes
Teléfono: 91 351 81 11
Correo: oscar.diaz@escuelanemomarlin.com
Web: www.escuelanemomarlin.com

Nice Things

Ropa y complementos para mujer y niña

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 40 (+ 1 rincón)
Unidades asociadas: 18
Inversión: 100.000 euros + IVA (para 70 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Teléfono: 93 215 74 79
Correo: info@nicethings.es
Web: www.nicethings.es

Normandie

Venta por menor ropa y complementos para niños de cero a tres años

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 9 (+ 2 rincones)
Unidades asociadas: 5
Inversión: 110.000 euros (para 45 m²)
Superficie mínima: 35 m²
Teléfono: 93 215 54 56
Correo: info@normandie.es
Web: www.normandie.es

Nuba Expediciones

Firma de viajes pionera en el diseño de viajes exclusivos y a medida, para particulares y empresas, por los cinco continentes

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 13
Unidades asociadas: 11
Inversión: 227.000 euros
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 91 745 47 47
Correo: info@nuba.net
Web: www.nuba.net

Nuo Dermoestética

Tratamientos dermoestéticos con tecnología médica

Origen: España
Sede: Manresa
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 0
Inversión: 100.000 euros (para 45 m²)
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 93 876 28 87 / 660 444 961
Correo: info@nuodermoestetica.com
Web: www.nuodermoestetica.com

Nurielle

Cafetería, pastelería, heladería y coctelería

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 14
Unidades asociadas: 3
Inversión: 230.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 902 10 38 16 / 680 58 65 11
Correo: oswaldo@nurielle.es
Web: www.nurielle.es

Nutri10 Nutrición y Estética

Centros de belleza y nutrición

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 6 (+ 30 rincones)
Unidades asociadas: 4 (+ 30)
Inversión: 30.000 euros (para 25 m²)
Superficie mínima: 25 m²
Teléfono: 902 193 130 / 91 528 00 29
Correo: mardiaz@escuelamardiaz.com
Web: www.nutri10.es

NYS Collection

Venta de gafas de sol y accesorios

Origen: Estados Unidos
Sede: Alcobendas
Unidades en España: 20 quioscos
Unidades asociadas: 6
Inversión: Desde 10.000 euros (para 4 m²)
Superficie mínima: 4 m²
Teléfono: 91 357 43 64
Correo: info@shadesretail.com
Web: www.nyscollection.com

O Mamma Mia

Restauración artesanal italiana

Origen: España
Sede: Málaga
Unidades en España: 24
Unidades asociadas: 17
Inversión: 200.000/300.000 euros + IVA (para 200 m²)
Superficie mínima: 150 m²
Teléfono: 902 43 12 48
Correo: info@omammamia.com
Web: www.omammamia.com

Ö!mygood

Frozen *yogur*

Origen: España
Sede: Pozuelo
Primeras unidades: 2010 (propia)/2011 (asociada)
Unidades en España: 13 (+ 3 quioscos en centros comerciales)
Unidades asociadas: 11 (+ 3)
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 53.000 euros (para 55 m²)
Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA
Superficie mínima: 35 m² (formato Classic) (8 m² para quioscos en centros comerciales)
Población mínima: Sin límite
Contacto: Ana Picó
Teléfono: 627 56 23 79
Correo: info@omygood.es
Web: www.omygood.es

Oh my Cut!

Salones de peluquería

Origen: España
Sede: Elche
Unidades en España: 35
Unidades asociadas: 21
Inversión: 77.000 euros (para 70 m²)
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 966 215 033
Correo: franquicias@ohmycut.com
Web: www.ohmycut.com

O'neal

Venta de artículos deportivos, calzado, textil y complementos

Origen: España
Sede: Heras
Unidades en España: 23
Unidades asociadas: 13
Inversión: 25.000/30.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m²)
Superficie mínima: 100 m² + almacén
Teléfono: 942 260 752
Correo: oneal@oneal.es
Web: www.oneal.es

Oro Rapid

Compra de oro en locales ubicados en centros comerciales

Origen: España
Sede: Madrid
Primera unidad propia: 2011
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 1
Duración del contrato: 3 años
Inversión: 27.500 euros (para 6 m²)

Derecho de entrada: 15.000 euros
Superficie mínima: 6 m² (quiosco)
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 61
Correo: ororapid@bya.es
Web: www.ororapid.es

Óscar G

Peluquería, estética y cosmética

Origen: España
Sede: Vitoria
Unidades en España: 10 (+ 1 academia de peluquería y escuela de perfeccionamiento)
Unidades asociadas: 4
Inversión: 158.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Población mínima: 25.000 habitantes
Teléfono: 945 12 09 20
Correo: oscarg@oscarg.com
Web: www.oscarg.com

Overclass Slim Center

Adelgazamiento, bienestar, estética

Origen: Italia
Sede: Valencia
Unidades en España: 1
(+ 19 rincones + 4 Aesthetic Solutions)
Unidades asociadas: 0
(+ 19 rincones + 3 Aesthetic Solutions)
Inversión: 197.000 euros (para 60 m²)
(62.000 para rincón)
Superficie mínima: 60 m² (12 para rincón)
Teléfono: 902 92 98 45
Correo: overclass@overteam.es
Web: www.overclass.it

Paca García

Moda mujer especializada en talla grande

Origen: España
Sede: Logroño
Unidades en España: 9
Unidades asociadas: 5
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 941 235 599 / 659 470 639
Correo: expansion@pacagarcia.com
Web: www.pacagarcia.com

Pacha

Discoteca

Origen: España
Sede: Ibiza
Unidades en España: 10 (+ 7 restaurantes Pacha)
Unidades asociadas: 7 (+ 1)
Superficie mínima: 800 m² (+ 100 de servicios)
Teléfono: 971 31 36 12
Correo: marta@pacha.com
Web: www.pacha.com

Paco Martínez

Bolsos, accesorios de moda, marroquinería, maletas

Origen: España
Sede: Pedreguer
Unidades en España: 83
Unidades asociadas: 7
Inversión: 35.000 euros + obra civil + IVA (mercancía en depósito) (para 100 m²)

Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 902 10 24 10
Correo: franquicias@pacomartinez.com
Web: www.pacomartinez.com

Paleocenter

Centro clínico deportivo
Origen: España
Sede: Arrecife
Unidades en España: 1
Unidades asociadas: 0
Inversión: 200.000/250.000 euros + obra civil
Superficie mínima: 800 m²
Teléfono: 91 431 41 87
Correo: paleocenter@solucionesenfranquicia.com
Web: www.paleocenter.es

Panchito

Restauración mexicana
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 7
Unidades asociadas: 2
Inversión: 200.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 120 m²
Teléfono: 93 202 26 21
Correo: franquicias@panchito.com
Web: www.panchito.com

Papizza

Pizzería italiana especializada en la venta en porciones
Origen: España
Sede: Madrid
Primera unidad propia: 2009
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 0
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 125.150 euros (para 30 m²)
Derecho de entrada: 23.000 euros
Superficie mínima: 30 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 67
Correo: expansion@bya.es
Web: www.papizza.es

Paqui Barroso

Diseño, producción y venta de moda infantil de alta calidad para niños de 0 a 14 años
Origen: España
Sede: Arcos de la Frontera
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 2
Inversión: 58.000 euros
Superficie mínima: 60 m²
Teléfono: 956 72 78 00 / 615 46 28 57
Correo: info@paquibarroso.es
Web: www.paquibarroso.es

Parlamento. La Catedral del Tapeo

Taberna especializada en tapas andaluzas
Origen: España
Sede: Murcia
Primera unidad propia: 1994
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 0
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 112.000 euros (para 70 m²)
Derecho de entrada: 12.000 euros
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 80.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 309 65 15
Correo: maria.gallego@bya.es
Web: www.parlamentoandaluz.es

Passaró-Presstige

Peluquería y estética para el hombre y la mujer
Origen: España
Sede: Zaragoza
Unidades en España: 40
Unidades asociadas: 38
Inversión: 1.200 euros por m² + derecho de entrada (para 30 m²)
Superficie mínima: 30 m² (Passaró)/70 (Presstige)
Teléfono: 636 45 88 50
Correo: passaro@passaro.com
Web: www.passaro.es

Pasta City

Restauración italiana
Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 34
Unidades asociadas: 33
Inversión: 1.000 euros por m²
Superficie mínima: 170 m²
Teléfono: 91 490 28 05
Correo: expansion@comessgroup.com
Web: www.comessgroup.com

Pasta Corner

Fast food *especializado en pasta fresca.*
Origen: España
Sede: Barcelona
Primera unidad propia: 2010
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 1
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 97.300 euros (para 70 m²)
Derecho de entrada: 12.000 euros
Superficie mínima: Mínima: 15 m² (córner)/70 (local)
Población mínima: 80.000 habitantes

Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 67
Correo: expansion@bya.es
Web: www.pastacorner.es

Pecaditos

Bar de tapas-cervecería
Origen: España
Sede: Burgos
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 4
Inversión: 234.000 euros + IVA (para 80 m²)
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 947 22 09 19 / 620 092 991
Correo: info@grupopecaditos.com
Web: www.grupopecaditos.com

Pelostop

Clínicas médicas de depilación láser
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 65
Unidades asociadas: 34
Inversión: 80.000 euros + maquinaria (para 60 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 93 176 34 14
Correo: luis.jonama@pelostop.com
Web: www.pelostop.com

Pelu&Co

Peluquerías
Origen: Francia
Sede: Barcelona
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 1
Inversión: 30.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Población mínima: Sin límite
Teléfono: 93 310 42 82 / 91 575 57 01
Correo: expansion@provalliance.es

Pikolinos

Calzado y complementos
Origen: España
Sede: Elche
Unidades en España: 21
Unidades asociadas: 5
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 965 68 12 34
Correo: info@pikolinos.com
Web: www.pikolinos.com

Pili Carrera

Moda infantil
Origen: España
Sede: Mos
Unidades en España: 34
Unidades asociadas: 17
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 986 33 12 07
Correo: franquicias@pilicarrera.com
Web: www.pilicarrera.com

Pivot Point

Formación en peluquería y estética
Origen: Estados Unidos
Sede: Zaragoza
Unidades en España: 40
Unidades asociadas: 38
Superficie mínima: 200 m²
Teléfono: 902 88 23 40 / 976 21 51 65
Correo: info@pivotpoint.es
Web: www.pivotpoint.es

Planeta Màgic

Parques de ocio infantil. Fabricante de estructuras de juego modulares e hinchables para parques infantiles
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 32
Unidades asociadas: 30
Inversión: 80.000/100.000 euros + obra civil (para 500 m²)
Superficie mínima: 200 m²
Correo: franquicia@planetamagic.com
Web: www.planetamagic.com

PlanTour Viajes

Agencia de viajes

Origen: España
Sede: Inca
Unidades en España: 77
Unidades asociadas: 75
Inversión: 4.500 euros (Travel Manager)/10.900 (Low Cost)/14.900 + obra civil (llave en mano)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 971 45 15 17 /
Correo: expansion@plantour.es
Web: www.plantourfranquicias.es

Pronovias

Prêt-à-porter nupcial y ceremonia

Origen: España
Sede: El Prat de Llobregat
Unidades en España: 115
Unidades asociadas: 55
Inversión: 180.000 euros (para 150 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 93 479 97 00
Correo: info@pronovias.es
Web: www.pronovias.com

Protocolo

Trajes de novio, ceremonia y fiesta para caballero

Origen: España
Sede: La Cartuja Baja-Zaragoza
Unidades en España: 14 (+ 5 rincones)
Unidades asociadas: 4 (+ 5)
Inversión: 95.000 euros (para 70 m²)
Superficie mínima: 65 m²
Teléfono: 976 13 34 64
Correo: info@protocolonovios.com
Web: www.protocolonovios.com

Psaging

Establecimientos de nutrición y salud natural

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 15
Unidades asociadas: 11
Inversión: 100.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 93 206 39 69
Correo: jlobo@b-pharma.com
Web: www.biorganicpharma.com

Publimedia

Formación gratuita para empresas

Origen: España
Sede: Parets del Vallès
Unidades en España: 39
Unidades asociadas: 38
Inversión: 28.000 euros + obra civil + IVA
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 93 188 88 00 / 93 870 80 48
Correo: expansion@publimedia.es
Web: www.publimediaformacion.com

Pulsazione

Centros de fotodepilación y estética

Origen: España
Sede: Villanueva de la Cañada
Unidades en España: 80
Unidades asociadas: 76
Inversión: Derecho de entrada + obra civil + cuotas mensuales de 800 euros más IVA durante 5 años (incluyen mantenimiento y publicidad)
Superficie mínima: 40 m²
Teléfono: 902 11 07 64
Correo: info@pulsazione.es
Web: www.pulsazione.es

Punto Pasta, Pasta & Salads

Restaurantes pizzería temáticos basados en la producción de gran variedad de pasta fresca corta, larga, rellena, ñoquis, risottos y ensaladas

Origen: España
Sede: Basauri
Unidades en España: 1
Unidades asociadas: 0
Inversión: 150.000 euros (para 130 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 94 647 44 08
Correo: administracion@food4u.es
Web: www.food4u.es

Purificación García

Ropa de señora y caballero

Origen: España
Sede: Pereiro de Aguiar
Unidades en España: 75 (+ 230 rincones)
Unidades asociadas: 12
Inversión: 1.200 euros por m² (mercancía en depósito) (para 200 m²)
Superficie mínima: 150 m² (venta) + 50 (almacén)
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 988 51 94 45 / 988 51 94 44
Correo: retail_pg_dpt@stlonia.com
Web: www.purificaciongarcia.es

Q2

Diseño, producción, comercialización y distribución de prendas de vestir y complementos para la mujer

Origen: España
Sede: Paterna
Unidades en España: 9
Unidades asociadas: 3
Inversión: 700 euros por m²
Superficie mínima: 100 m²
Teléfono: 96 131 88 35
Correo: info@q2.com.es
Web: www.q2.com.es

Qualitas Grupo Turístico

Agencia de viajes

Origen: España
Sede: Zaratán
Unidades en España: 150 bimarca
Unidades asociadas: 150
Superficie mínima: 30 m² o sin local
Teléfono: 902 99 81 94 / 983 40 63 62
Correo: expansion@grupoqualitas.com
Web: www.grupoqualitas.com

R. García

Alta bisutería y complementos

Origen: España
Sede: Valencia
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 1
Inversión: 30.000 euros + IVA (para 20 m²)
Superficie mínima: 20 m²
Teléfono: 96 351 48 71
Correo: bisorga@terra.es
Web: www.rgarciabisuteria.com

RACC Club Formación

Autoescuelas

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 152
Unidades asociadas: 149
Superficie mínima: 80 m²
Teléfono: 93 495 50 00 (ext. 5866)
Correo: info@raccautoescuela.es

RACC Travel

Agencia de viajes

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 59
Unidades asociadas: 8
Inversión: Desde 20.000 euros (para 35 m²)
Superficie mínima: 35 m²
Teléfono: 93 495 50 00
Correo: roso.morla@racctravel.es
Web: www.racctravel.com

Raffel Pages

Peluquerías

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 95
Unidades asociadas: 84
Inversión: Desde 24.000 euros + obra civil (para 70 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Población mínima: 20.000 habitantes
Teléfono: 93 205 24 19
Correo: cpolo@raffelpages.com
Web: www.raffelpages.com

Repara tu Vehículo

Talleres de autorreparación y mantenimiento de vehículos

Origen: España
Sede: Iurreta
Primeras unidades: 2009 (propia)/2011 (asociada)
Unidades en España: 5
Unidades asociadas: 3
Inversión: 84.000 euros (para 350 m²)
Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA
Superficie mínima: 350 m²
Población mínima: 80.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 67
Correo: reparatuvehiculo@hya.es
Web: www.reparatuvehiculo.es

Ribs La Casa de Las Costillas

Restaurante de comida tradicional americana

Origen: España
Sede: Ajalvir
Unidades en España: 14
Unidades asociadas: 5
Inversión: Desde 950.000 euros (para 500 m²)
Superficie mínima: 450 m²
Población mínima: 75.000 habitantes
Teléfono: 669 82 80 89
Correo: ribs.franquicias@eatout.es
Web: www.ribs.es

Rizos Peluqueros

Peluquería, belleza y formación

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 63
Unidades asociadas: 50
Inversión: Desde 1.000 euros por m²
Superficie mínima: 80 m²
Población mínima: 25.000 habitantes
Teléfono: 91 702 03 69
Correo: rizos@rizos.es
Web: www.rizos.es

Roberto Verino

Moda femenina, masculina y complementos

Origen: España
Sede: San Cibrao das Viñas
Unidades en España: 51 (+ 110 rincones)
Unidades asociadas: 12
Inversión: 800/1.100 euros por m^2
Superficie mínima: 110 m^2
Teléfono: 988 54 05 40
Correo: flage@robertoverino.com
Web: www.robertoverino.es

Rock & Ribs

Restaurante del sureste americano

Origen: España
Sede: Pozuelo de Alarcón
Unidades en España: 14
Unidades asociadas: 13
Inversión: Desde 1.100 euros por m^2
Superficie mínima: 200 m^2
Teléfono: 91 490 28 05
Correo: expansion@comessgroup.com
Web: www.comessgroup.com

Rosa Clará

Confección y distribución de vestidos de novia y vestidos de fiesta

Origen: España
Sede: L'Hospitalet de Llobregat
Unidades en España: 58
Unidades asociadas: 52
Inversión: 250.000 euros (para 150 m^2)
Superficie mínima: 150 m^2
Teléfono: 93 419 04 04
Correo: expansion@rosaclara.es
Web: www.rosaclara.es

Santiveri

Alimentación dietética y ecológica, plantas medicinales y cosmética natural

Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 218 (+ 26 rincones)
Unidades asociadas: 203
Inversión: 30.000/36.000 euros + mercancía (para 40 m^2)
Superficie mínima: 40 m^2
Teléfono: 93 298 68 07 / 91 692 62 08
Correo: franquicias@santiveri.es
Web: www.santiveri.es

Sapphira

Cosmética, estética y belleza low cost

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 13
Unidades asociadas: 13
Inversión: 9.995 euros + obra civil (para 35 m^2)
Superficie mínima: 30 m^2
Población mínima: 10.000 habitantes
Teléfono: 91 279 73 53
Correo: expansion@sapphiraestetica.es
Web: www.sapphiraestetica.es

Schuss

Moda infantil

Origen: España
Sede: Vacarisses
Unidades en España: 24 (+ 8 rincones + 8 outlets)
Unidades asociadas: 4 (+ 8 rincones)
Inversión: 140.000/150.000 euros (para 75 m^2)
Superficie mínima: 75 m^2
Población mínima: 50.000 habitantes
Teléfono: 93 828 11 20
Correo: a.pastor@schuss.es
Web: www.schuss.es

Segway

Transporte urbano para personas

Origen: Estados Unidos
Sede: Sabadell
Unidades en España: 40 (+ 25 rincones)
Unidades asociadas: 40 (+ 25)
Superficie mínima: 25 m^2
Teléfono: 93 727 46 32
Correo: medios@segway.es
Web: www.segway.es

Seven Secrets

Estética avanzada y fotodepilación

Origen: España
Sede: Badalona
Unidades en España: 31
Unidades asociadas: 28
Inversión: Desde 22.500 euros + obra civil
Superficie mínima: 35 m^2
Población mínima: 5.000 habitantes
Teléfono: 902 077 077
Correo: expansion@sevensecrets.es
Web: www.sevensecrets.es

Siluets

Salud, belleza y bienestar para la mujer. Centro de wellness

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 3
Unidades asociadas: 2
Inversión: 120.000 euros + obra civil
Superficie mínima: 200 m^2
Población mínima: 20.000 habitantes
Teléfono: 91 561 90 52
Correo: bpascual@siluets.net
Web: www.siluets.net

Soca Taquería & Bar

Restaurantes temáticos surcalifornianos

Origen: España
Sede: Sitges
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 0
Inversión: 1.000 euros por m^2
Superficie mínima: 100 m^2
Población mínima: 100.000 habitantes
Teléfono: 620 81 20 46
Correo: franquicias@soca.es
Web: www.soca.es

Soria Natural Golden Class

Medicina natural, alimentos ecológicos y complementos dietéticos. Servicios estéticos

Origen: España
Sede: Garray
Unidades en España: 14 (+ 2 rincones)
Unidades asociadas: 10 (+ 2)
Inversión: Desde 33.000 euros (para 50 m^2)
Superficie mínima: 50 m^2
Población mínima: 15.000/20.000 habitantes
Teléfono: 902 506 179
Correo: goldenclass@sorianatural.es
Web: www.sorianatural.es

Spa Zenter Esthetic & Culture

Balneario urbano fusionado con centro de estética. Servicio integral en belleza, salud, culto al cuerpo y relax en un mismo lugar

Origen: España
Sede: Gavà
Unidades en España: 6
Unidades asociadas: 2
Inversión: Desde 80.000 euros (para 125 m^2)
Superficie mínima: 125 m^2
Población mínima: 300.000 habitantes
Teléfono: 93 680 58 43
Correo: jmollevi@grupoafic.com
Web: www.spazenter.com

Spaxión

Diseño, construcción, gestión y explotación de centros spa y wellness

Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 11
Unidades asociadas: 10
Inversión: 200.000 euros + IVA (para 150 m^2)
Superficie mínima: 150 m^2
Población mínima: 80.000 habitantes
Teléfono: 91 401 33 25
Correo: info@asetrabalnearios.com
Web: www.spaxion.com

Superdry

Moda urbana y casual

Origen: Reino Unido
Sede: Barcelona
Unidades en España: 10 (+ 14 rincones)
Unidades asociadas: 6 (+ 1)
Inversión: 1.300 euros por m^2
Superficie mínima: 100 m^2
Teléfono: 93 434 21 31
Correo: marketing@osaka68.es
Web: www.superdry.es

Sushi Itto

Restauración japonesa con servicio a domicilio y para llevar

Origen: México
Sede: Madrid
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 0
Inversión: 299.000 euros + IVA (para 130 m^2)
Superficie mínima: 130 m^2
Teléfono: 91 531 52 99
Correo: franquicias@sushi-itto.es
Web: www.sushi-itto.es

Taberna Casa del Volapié

Taberna de tapas andaluzas

Origen: España
Sede: Marbella
Unidades en España: 14
Unidades asociadas: 9
Inversión: 133.500 euros
Superficie mínima: 100 m^2
Teléfono: 952 820 542
Correo: info@tabernadelvolapie.com
Web: www.tabernadelvolapie.com

Tad Bisutería y Complementos

Venta de bisutería y complementos

Origen: España
Sede: San Fulgencio
Unidades en España: 41
Unidades asociadas: 38
Inversión: 35.000/50.000 euros + obra civil (para 50 m^2)
Superficie mínima: 60 m^2
Teléfono: 966 92 45 07
Correo: info@tadmarket.es
Web: www.tadmarket.es

Teentrends by Raffel Pages

Concepto joven, informal y urbano de la peluquería de Raffel Pages

Origen: España

Sede: Barcelona
Unidades en España: 12
Unidades asociadas: 8
Inversión: Desde 24.000 euros + obra civil (para 50 m²)
Superficie mínima: 65 m²
Teléfono: 93 205 24 19
Correo: cpolo@raffelpages.com
Web: www.raffelpages.com

Templo del Masaje

Salud, belleza y bienestar
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 1
Inversión: 90.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 91 373 31 93
Correo: info@templodelmasaje.com
Web: www.templodelmasaje.com

Tetería Las Mil y Una Noche

Tetería, café-teatro
Origen: España
Sede: Petrer
Unidades en España: 2
Unidades asociadas: 0
Inversión: 100.000 euros (para 100 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Teléfono: 680 65 38 80
Correo: info@teterialasmilyunanoche.com
Web: www.teterialasmilyunanoche.com

The Knife

Restaurante bufé especializado en parrilla argentina
Origen: Estados Unidos
Sede: Madrid
Primera unidad propia: 2009
Unidades en España: 1
Unidades asociadas: 0
Unidades en el extranjero: 5
Duración del contrato: 8 años
Derecho de entrada: 20.000 euros
Superficie mínima: 600 m²
Población mínima: 80.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 91 444 81 63
Correo: maria.gallego@bya.es
Web: www.theknife.es

Unidades asociadas: 2
Inversión: 35.000 euros (para 50 m²)
Superficie mínima: 30 m²
Teléfono: 902 885 896
Correo: atencionalcliente@theloxbrand.com
Web: www.theloxbrand.com

Titto Bluni

Distribución y comercialización de moda masculina
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 47 (+ 43 rincones)
Unidades asociadas: 42 (+ 43)
Inversión: 45.000 euros + obra civil + IVA (para 80 m²)
Superficie mínima: 70 m²
Correo: expansion@tittobluni.es
Web: www.tittobluni.es

The Body Shop

Cosmética ética natural
Origen: Reino Unido
Sede: Madrid
Primeras unidades: 1984 (propia)/1986 (asociada)
Unidades en España: 57
Unidades asociadas: 37
Unidades en el extranjero: Más de 2.600
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 100.000 euros (para 40 m²)
Derecho de entrada: 5.000 euros
Superficie mínima: 40 m²
Población mínima: 100.000 habitantes

Contacto: Nathalie De Gouveia
Teléfono: 91 177 83 85
Web: www.thebodyshop.es

Thelox

Minitiendas-almacén de venta de ropa, zapatos y complementos de primeras marcas con descuentos del 30 al 70%
Origen: España
Sede: Callosa del Segura
Unidades en España: 3

Tommy Mel's

Restauración estadounidense, american diner
Origen: España
Sede: Madrid
Primeras unidades: 2009 (propia)/2011 (asociada)
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 2
Duración del contrato: 10 años
Inversión: 390.000 euros (para 250 m²)
Derecho de entrada: 36.000 euros + IVA
Superficie mínima: 200 m²
Población mínima: 100.000 habitantes
Contacto: Laura López
Teléfono: 91 716 19 70
Correo: info@tommymels.com
Web: www.tommymels.com

Tomo II

Venta de helados artesanales
Origen: España
Sede: Barcelona
Primeras unidades: 2005 (propia)/2009 (asociada)
Unidades en España: 4
Unidades asociadas: 2
Duración del contrato: 5 años
Inversión: 125.000 euros + IVA (para 40 m²)
Derecho de entrada: 10.000 euros + IVA
Superficie mínima: 40 m²
Población mínima: 20.000 habitantes
Contacto: Departamento de Expansión
Teléfono: 607 294 382
Correo: jordi.losantos@bya.es
Web: www.tomodos.com

Toma Jamón

Tabernas especializadas en jamón y vino
Origen: España
Sede: Madrid
Unidades en España: 8
Unidades asociadas: 3
Inversión: 96.000 euros + IVA (para 70 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Correo: expansion@bya.es
Web: www.tomajamon.com

Toni&Guy

Peluquería
Origen: Reino Unido
Sede: Valencia
Unidades en España: 4 (+ 1 academia de formación)
Unidades asociadas: 2
Inversión: 128.000 euros (para 120 m²)
Superficie mínima: 120 m²
TCorreo: jboix@toniandguy-spain.com
Web: www.toniandguy-spain.com

Tony Roma's

Restauración estadounidense especializada en costillas
Origen: Estados Unidos
Sede: Madrid
Unidades en España: 21
Unidades asociadas: 15
Inversión: 1.250 euros por m² (para 450 m²)
Superficie mínima: 450 m²
Correo: franquicias@tonyromas.es
Web: www.tonyromas.com (en inglés)

Trasluz

Ropa infantil
Origen: España
Sede: Valdorros
Unidades en España: 33
Unidades asociadas: 31
Inversión: 75.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m²)
Superficie mínima: 50 m²
Teléfono: 947 47 32 61
Correo: expansion@trasluz.net
Web: www.trasluz.net

Utopik

Servicios de restauración
Origen: España
Sede: Barcelona
Unidades en España: 1
Unidades asociadas: 0
Inversión: Desde 145.000 euros
Superficie mínima: 60 m²
Correo: xilincheta@bcneconomistes.es
Web: www.restauranteutopik.com

Viajes Carrefour

Agencias de viajes

Origen: Francia

Sede: Alcobendas

Unidades en España: 388

Unidades asociadas: 312

Inversión: 18.000 euros + obra civil + IVA (3.000 euros + IVA para agencias existentes)

Superficie mínima: 20 m²

Correo: es.viajes.asociados@carrefour.com

Web: www.carrefour.es/viajes

Vid Latinos

Salas de azar, piano bar, sport bar y gran café

Origen: España

Sede: Campanillas

Unidades en España: 15

Unidades asociadas: 5

Inversión: 1.200.000 euros (para 600 m²)

Superficie mínima: 600 m²

Correo: expansion@grupovid.com

Web: www.grupovid.com

Vilma Stoned

Tiendas de abalorios

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 6

Inversión: 29.000 euros + obra civil + IVA (para 25 m²)

Superficie mínima: 20 m²

Correo: franquicias@vilmastoned.com

Web: www.abalorios.com

Vitalia Centros de Día

Centros de día para personas mayores

Origen: España

Sede: Madrid

Primeras unidades: 2004 (propia)/2007 (asociada)

Unidades en España: 35

Unidades asociadas: 33

Duración del contrato: 10 años

Inversión: 368.000 euros (para 500 m²)

Derecho de entrada: 35.000 euros + IVA

Superficie mínima: 500 m²

Población mínima: 100.000 habitantes

Contacto: Federico Cortina

Teléfono: 91 758 81 30

Correo: franquicias@vitalia.com.es

Web: www.vitalia.com.es

Vitaldent

Clínicas odontológicas

Origen: España

Sede: Las Rozas

Unidades en España: 373

Unidades asociadas: 256

Inversión: 480.000/620.000 euros (para 200 m²)

Superficie mínima: 200 m²

Correo: expansion@vitaldent.com

Web: www.vitaldent.com

VivaFit

Gimnasios y nutrición para mujeres

Origen: Portugal

Sede: Móstoles

Unidades en España: 3

Unidades asociadas: 1

Inversión: 120.000 euros (para 160 m²)

Superficie mínima: 160 m²

Correo: franquicia@vivafit.net

Web: www.vivafit.net

Volaria Travel

Agencia de viajes

Origen: España

Sede: Alcoy

Unidades en España: 42

Unidades asociadas: 40

Inversión: 14.900 euros + obra civil (solo tramitación: 5.900 + IVA)

Superficie mínima: 30 m²

Teléfono: 965 52 35 99

Correo: central@volariatravel.com

Web: www.volariatravel.com

Wall Street Institute

Enseñanza de inglés para adultos

Origen: Italia

Sede: Madrid

Unidades en España: 7

Unidades asociadas: 5

Inversión: 150.000 euros + IVA (para 200 m²)

Superficie mínima: 200 m²

Correo: jose.pessoa@wallstreetinstitute.es

Web: www.wallstreetinstitute.es

Wasabi Sushi Bar & Restaurant

Restauración temática japonesa

Origen: España

Sede: Palma de Mallorca

Unidades en España: 5

Unidades asociadas: 1

Inversión: 140.000 euros (para 80 m²)

Superficie mínima: 60 m²

Correo: gerencia@wasabigroup.es

Web: www.wasabigroup.es

Wogaboo

Restauración

Origen: España

Sede: Alcobendas

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 0

Inversión: 1.425 euros por m² (para 150 m²)

Superficie mínima: 150 m²

Correo: contact@wogaboo.com

Web: www.wogaboo.com

Woman 30

Centros de salud y cuidado personal para la mujer

Origen: España

Sede: Sevilla

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 5

Inversión: 50.000 euros + obra civil (para 200 m²)

Superficie mínima: 180 m²

Correo: expansion@woman30.es

Web: www.woman30.es

WSI

Consultoría de marketing *digital*

Origen: Canadá

Sede: Madrid

Primeras unidades: 2004 (propia)/2004 (asociada)

Unidades en España: 23 operadores sin local

Unidades asociadas: 22

Unidades en el extranjero: Más de 1.000

Duración del contrato: 5 + 5 + 5 + 5 años

Inversión: Solo derecho de entrada (sin local)

Derecho de entrada: 39.700 euros + IVA

Superficie mínima: No necesita local

Contacto: Noemí Medina

Teléfono: 91 789 34 54

Correo: info@wsi-franquicia.es

Web: www.wsi-franquicia.es

Yamamay

Venta al por menor de lencería, ropa de baño, ropa de noche, accesorios y beauty

Origen: Italia

Sede: Barcelona

Unidades en España: 33

Unidades asociadas: 21

Inversión: 120.000 euros (para 80 m²)

Superficie mínima: 80 m² (20 para almacén)

Correo: info@yamamay.es

Web: www.yamamay.com

Your Hair

Peluquería y estética

Origen: España

Sede: Córdoba

Unidades en España: 1

Unidades asociadas: 0

Inversión: 45.000 euros + obra civil (para 90 m²)

Superficie mínima: 60 m²

Correo: encarni@yourhairestilistas.com

Web: www.yourhairestilistas.com

Yves Rocher

Cosmética natural y tratamientos de estética

Origen: Francia

Sede: San Fernando de Henares

Primeras unidades: 1978 (propia)/1980 (asociada)

Unidades en España: 180

Unidades asociadas: 149

Unidades en el extranjero: 2.000

Duración del contrato: 7 años

Inversión: 50.000 euros (opción de mercancía en depósito)

Derecho de entrada: 5.000 euros + IVA

Superficie mínima: 70 m²

Población mínima: 40.000 habitantes

Contacto: Nuria Rujas Maroto

Teléfono: 91 678 84 84

Correo: expansion@yrnet.com

Web: www.yves-rocher.es

Zeropelo Clínicas de Fotodepilación

Clínicas de fotodepilación

Origen: España

Sede: Vilanova i la Geltrú

Unidades en España: 3

Unidades asociadas: 2

Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 50 m²)

Superficie mínima: 50 m²

Correo: montse.alba@zeropelo.es

Web: www.zeropelo.es

Consultorio

Consultorio

¿Por qué una franquicia es mejor alternativa que un negocio independiente? En mi opinión, muchas enseñas solo buscan el beneficio del franquiciador.

Almudena Suárez

La franquicia, como sistema de interdependencia empresarial entre franquiciador y franquiciado, está por encima de redes que puedan hacer un mal uso de las características del sistema o perseguir intereses exclusivamente particulares que, además, darán al traste con el proyecto. Hacer una buena elección es ya una cuestión de los candidatos. **La principal ventaja que una buena franquicia va a aportar siempre es la disminución del riesgo** de fracaso del negocio, utilizando para ello todos los beneficios individuales que implica operar en una buena red asociada: aprendizaje de métodos probados, apoyo y control desde la central, poder usar una marca con prestigio, aprovechamiento de las economías de escala, *marketing* común.

¿Qué información debe entregar el franquiciador a una persona interesada en montar su franquicia?

Emilio González

En general, **toda aquella necesaria para poder valorar adecuadamente su incorporación a la misma.** De forma específica, esta relación puede servir de ayuda:

a. Datos de identificación del franquiciador: nombre o razón social, domicilio y datos de inscripción en el Registro de Franquiciadores y capital social.
b. Acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de la marca y signos distintivos de la entidad franquiciadora.
c. Descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia.
d. La experiencia de la empresa franquiciadora y el desarrollo de la red franquiciada.
e. Contenido y características de la franquicia y de su explotación, incluyendo una estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta enmarcha de un negocio tipo.
f. Estructura y extensión de la red en España, distinguiendo los centros explotados directamente por el franquiciador de los que operen bajo el régimen de cesión de franquicia.
g. Aspectos relevantes del acuerdo de franquicia.

¿Es legal o normal pagar por la formación inicial que da el franquiciador?

Fernando Yuste

Si la franquicia no tiene canon de entrada, es posible que pueda contemplarse una cantidad en concepto de formación inicial, sobre todo si hay apoyo de la central durante el periodo de apertura del local franquiciado. Si hay derecho de entrada, los costes de formación están normalmente incluidos en dicho importe. Si hubiera ambas cosas, entérese bien en concepto de qué está pagando dicho canon de adhesión, porque podría no estar justificado.

El asesor de franquicias

Puede enviar sus dudas o preguntas sobre cualquier asunto relacionado con las franquicias a s.barbadillo@bya.es.
Santiago Barbadillo, director general de la consultoría Barbadillo Asociados, responderá personalmente a las cuestiones planteadas.

¿Quieres más información de peso?

Nº 133 - Junio-Julio de 2010

Informe-97 franquicias de: Agencias de viajes • Dietética-Parafarmacias • Enseñanza-Formación • Ocio

Portada: Las grandes cadenas se lanzan a franquiciar. La fórmula atrae a marcas con un elevado número de unidades propias

Estrategias: Vitalia Centros de Día • Leader Mobile

Nº 134 - Agosto-Septiembre de 2010

Informe-110 franquicias de: Estética • Gimnasios • Peluquerías • Salud-Bienestar

Portada: Negocios contrastados en otros países. Las enseñas españolas que exportan sus modelos

Estrategias: DIA • Nuba Expediciones

Nº 135 - Octubre de 2010

Informe-83 franquicias de: Calzado • Complementos de moda • Cosmética • Textil y decoración del hogar

Portada: Negocios desde casa. Cuando el saber no ocupa lugar. Datos económicos y de contacto de las 91 franquicias que no necesitan local

Estrategias: Cartridge World • Llaollao

Nº 136 - Noviembre-Diciembre de 2010

Informe-96 franquicias de moda: Deportiva • Femenina • Genérica • Infantil • Íntima • Masculina • Nupcial

Portada: Se buscan emprendedores sin experiencia. 101 enseñas que prefieren candidatos sin vicios adquiridos en otros negocios

Estrategias: Café & Té • Caredent

Nº 137 - Enero-Febrero de 2011

Informe-80 franquicias de: Agencias inmobiliarias • Mobiliario-Decoración

Portada: Entrada libre. 140 cadenas no cobran derecho de adhesión a los franquiciados

Estrategias: Bye Bye Pelos • Chiquiboy

Nº 138 - Marzo-Abril de 2011

Informe-85 franquicias de: Informática-Papelería • Productos especializados • Transporte-Mensajería • Venta automática

Portada: La mercancía no se paga hasta que se vende. 44 enseñas que dejan el género en depósito a los franquiciados

Estrategias: Macson • T&M

Nº 139 - Mayo-Junio de 2011

Informe-97 franquicias de: Jugueterías • Librerías • Ópticas • Segunda mano • Telefonía • Fotografía • Mascotas • Motos • Pinturas • Regalos • Otras tiendas especializadas

Portada: Las dudas más polémicas de los franquiciados. 38 preguntas 'sensibles' sobre el sistema

Estrategias: Pulsazione • Mundopán a Domicilio

Nº 140 - Julio-Septiembre de 2011

Informe-104 franquicias de: Publicidad • Servicios a domicilio • Servicios a empresas • Servicios financieros

Portada: Negocios sin empleados. 113 conceptos que funcionan únicamente con el franquiciado

Estrategias: Repara tu Vehículo • Häagen-Dazs

Nº 141 - Octubre-Noviembre de 2011

Informe-99 franquicias de: Administración de fincas • Arreglos de ropa • Negocios del automóvil • Reciclaje • Servicios especializados • Servicios legales • Tintorerías-Lavanderías

Portada: Potencia de crecimiento. Las marcas con más expansión nacional. Datos de contacto y webs de 151 franquicias

Estrategias: Yves Rocher • Ordning & Reda

Nº 142 - Diciembre-Enero 2011-2012

Informe-116 franquicias de: Alimentación • Bocadillerías • Comida rápida • Heladerías • Panaderías • Pizzerías • Supermercados • Tiendas-degustación

Portada: Franquicias globales. Las cadenas operativas en España que tienen presencia en más países

Estrategias: Oro Cash • Optize Soluciones

Nº 143 - Febrero-Marzo de 2012

Informe-110 franquicias de: Bares de tapas • Cafeterías • Cervecerías • Pastelerías • Restauración estadounidense • Italiana • Temática

Portada: Solo para franquiciados. ¿Por qué hay enseñas que carecen de unidades propias? Información de contacto de 80 marcas

Estrategias: Paco Martínez • Aon Solutions

Nº 144 - Abril-Mayo de 2012

Informe-109 franquicias de: Agencias de viajes • Dietética-Herboristerías • Educación infantil • Enseñanza-Formación • Idiomas • Ocio • Parafarmacias

Portada: Generadores de empleo. Los franquiciados que crean más puestos de trabajo. Información de contacto y webs de 100 marcas

Estrategias: Carrefour Express • MasQMenos

Nº 145 - Junio-Agosto de 2012

Informe-87 franquicias de: Balnearios • Clínicas dentales • Depilación • Estética • Gimnasios • Salud-Bienestar

Portada: Franquicias de primera línea. Las cadenas que ocupan las mejores ubicaciones. Datos de contacto y webs de 78 marcas

Estrategias: Don Ulpiano • Unicasa Factory

Nº 146 - Septiembre-Octubre de 2012

Informe-89 franquicias de: Bisutería • Calzado • Complementos de moda • Cosmética • Joyería • Peluquerías

Portada: 10 emprendedores frente a la crisis. Cómo combaten los franquiciados la caída del consumo

Estrategias: Mister Minit • Pasta Corner

Nº 147 - Noviembre de 2012

Elige tu negocio entre 45 marcas de: Moda femenina • Moda infantil

Portada: Cómo emprender con una gran marca. Cadenas que tienen más de 100 unidades en España

Entrevista: Pedro López Mena, fundador de Churrascarias Brasa y Leña

Estrategia: Dionisos Greek Restaurant

Nº 148 - Diciembre de 2012

Elige tu negocio entre 44 marcas de: • Moda genérica • Moda masculina • Moda nupcial

Portada: Genética resistente a la crisis. Franquicias que se han creado a partir de 2008

Entrevista: José Muñiz, fundador y gerente de Peggy Sue's

Estrategia: Cafetal Club

Solicita tus ejemplares en papel en el teléfono 91 309 65 14

En Franquicia
AVANCE
FEBRERO 2013 Nº150

Elige tu negocio

AGENCIAS INMOBILIARIAS

ENERGÍAS RENOVABLES

EN PORTADA

Tiendas pequeñas, pero bien situadas

▶ Las enseñas aprovechan la reducción de los alquileres para reubicarse

ESTRATEGIA

Oro Rapid

▶ La compraventa de oro se alza como uno de los pocos modelos de negocio a los que ha beneficiado la crisis económica

DIRECTORIO

▶ **Negocios selectos.** Webs, datos de contacto y económicos de más de un centenar de redes que buscan franquiciados

EN FIN

Augurios mayas

Desde luego que los mayas se equivocaron. Y no lo digo porque tuviera la esperanza de que el meteorito destructor reventara el globo terráqueo el pasado 21 de diciembre, sino porque estos indios centroamericanos no acertaron con el fin de nada.

El año 2012 fue malo, pero los augurios económicos pronostican que 2013 será peor. Si los he interpretado bien y las nuevas previsiones no yerran como aquellas de los antiguos mayas, todo apunta a que la economía española seguirá contrayéndose, el paro aumentará, los impuestos subirán y, como consecuencia de todo lo anterior, quedará menos dinero para consumir.

Nieves García Bautista
nieves.garcia@pya.es

Y, sin embargo, en un escenario como ese, es previsible que la masa de emprendedores crezca, empujados por un mercado laboral sin solución y apoyados en las indemnizaciones y esos nuevos entes financiadores que prestan dinero sin avales ni intereses, y

Es previsible que la masa de emprendedores crezca en 2013

que se conforman con el patrimonio de fe y confianza que el emprendedor les entrega, o sea, los familiares.

Aunque también puede ser que estos augurios estén tan equivocados como los que vaticinaron los mayas. O puede que los expertos de esa civilización primitiva no hubieran atinado con la fecha. Con suerte, el fin del mundo aún está por llegar. EF

salón IV Edición
Mi empresa.
www.salonmiempresa.com

El mayor evento para emprendedores y pymes

Alcanza tu meta

+13.000 asistentes
+250 ponentes
+10 salas temáticas

Con la colaboración especial de MasterCard

12-13 | febrero | 2013
Palacio de Congresos de Madrid

Estrategias, recursos y soluciones para crear tu empresa y hacerla crecer

AO ..... P MI P..... P MI P.....

¡MADRID! madridEmprende

vodafone

IBERIA plus Empresa

I ..... d P M.....

CincoDías · Dossier Empresarial · el Economista · Emprendedores · GestionaRadio · intereconomía · PYMES · creaventure

II JORNADA
EMPRENDEDORES, EMPLEO Y FRANQUICIA

30 DE ENERO DE 2013 MADRID

CESMA BUSINESS SCHOOL - CALLE BAUSA 23

La franquicia genera un importante porcentaje del empleo de nuestro país

Conozca cómo funciona este sistema de comercio y sus mejores oportunidades de inversión

DESCÁRGUESE AQUÍ EL PROGRAMA COMPLETO

Patrocina

Sabadell

CESMA BUSINESS SCHOOL

Organizan

BARBADILLO ASOCIADOS asesores en franquicia

AEMME

Colaboran

AEF Asociación Española de Franquiciadores

EnFranquicia

Qué franquicia

Para más información: **Teresa Zamora** · teresa.zamora@bya.es · 91 444 95 82 · 91 309 65 15 · www.bya.es