

# En Franquicia

SECTORES • NEGOCIOS OPORTUNIDADES • IDEAS

Elige tu negocio

43  
entre  
marcas

AGENCIAS  
INMOBILIARIAS



ENERGÍAS  
RENOVABLES



Las enseñas aprovechan la reducción de alquileres para reubicarse

# Tiendas que funcionan en menos de 30 m<sup>2</sup>



Información de contacto y webs de 99 cadenas

Estrategia

El oro deja la calle



Oro Rapid

Nacho Asín, socio fundador y director general

Entrevista

FRANCISCO MEDINA  
DIRECTOR GENERAL DE OH MY CUT!

Nuestros trabajadores no son autónomos: los peines los pone el salón



Informar  
Persuadir  
Recordar...

CONSTRUIR UNA MARCA

Si ya lo haces bien,  
**hazlo saber**

Comunicación corporativa

Gabinete de Prensa

Marketing 2.0 y Redes sociales

SEO/SEM/SMO

Publicidad

Desarrollos Web

Diseño e Imagen corporativa

[www.bya.es](http://www.bya.es)



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](mailto:comunicacion@bya.es)

[redaccion@bya.es](mailto:redaccion@bya.es)

**Director general**

Santiago Barbadillo

[s.barbadillo@bya.es](mailto:s.barbadillo@bya.es)

**Director**

Antonio Sánchez Lorenzo

[antonio.sanchez@bya.es](mailto:antonio.sanchez@bya.es)

**Secretaria de Redacción**

Pilar Rodríguez Fernández

[pilar.rodriguez@bya.es](mailto:pilar.rodriguez@bya.es)

**Diseño y maquetación**

Javier Peinado

[javier.peinado@bya.es](mailto:javier.peinado@bya.es)

**Fotografía**

Óscar Elías, Thor Castro,

Rosmi Duaso, Laura Martínez Lombardía

**Redactores y colaboradores**

Nieves García Bautista

[nieves.garcia@bya.es](mailto: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](mailto:pilar.adeva@bya.es)

[publicidad@bya.es](mailto:publicidad@bya.es)

**Números atrasados en papel**

Rosa Bocanegra

[rosa.bocanegra@bya.es](mailto:rosa.bocanegra@bya.es)

Depósito legal: M-19582-1998

ISSN: 1139-000X

# El año calienta motores

Sobre la base del actual panorama económico, podemos trazar un esquema del escenario que nos espera, que previsiblemente estará fundamentado sobre un armazón de emprendedores que actuarán como motor de la economía y agentes principales del cambio.

Estos futuros empresarios no solo crean su empleo y desarrollan puestos de trabajo para otros, sino que además ponen en marcha redes de compañías que terminan siendo motores de actividad económica, vinculadas entre sí e impulsando la actividad de clientes y proveedores.

Su esfuerzo y capacidad innovadora caen por su propio peso, y nadie debería ya dudar de la importante labor social que han cumplido siempre, pero más que nunca en momentos de depresión económica.

## **La palabra 'emprendedor' está en boca de todos, y esto ya es una mejora notable**

Desde estas páginas queremos lanzar un alegato más a su favor, pero los emprendedores deberían surgir no solo como fruto de la dificultad, sino como consecuencia de una opción natural. Al contrario que en otros países, España no destaca en esta llamada a emprender, quizás también por esa idea tan extendida y desmotivadora de que desde las instituciones no se aportan soluciones, sino más bien problemas y trabas.

Sin lanzar las campanas al vuelo, se ven algunos

tímidos apuntes de mejora en este sentido. Veremos qué nos depara el año.

Lo que sí parece cierto es que la palabra *emprendedor* está en boca de todos, y esto ya es en sí mismo una mejora notable respecto a periodos anteriores en los que ni siquiera había conciencia de la necesidad de fomentar el tejido empresarial.

Se podría decir, por tanto, que este momento es tan propicio o más para emprender que cualquier otro, siempre que se tengan las cualidades que distinguen a estos agentes generadores de actividad: empuje y capacidad de trabajo y de dar solución a las múltiples dificultades cotidianas. Pero tampoco podemos ser ilusos y volver la espalda al alto porcentaje de negocios que están echando el cierre, pues las últimas cifras de comercio interior no presentan un panorama muy alentador.

La franquicia ha sido, sin embargo, el sistema que mejor se ha comportado, con cifras de crecimiento cercanas al 7%, notables para la coyuntura que estamos viviendo. La razón de ello hay que buscarla en los aspectos clave que esta fórmula de colaboración aporta a quien se inicia en una actividad empresarial: formación, apoyo continuo y las ventajas de las economías de escala que una red genera.



## El menosprecio

Tanto esfuerzo por ser competitivos, ¿y qué hemos conseguido? ¿El apoyo del público al que benefician estos sacrificios, no ya humanos –que también–, sino de nuestros amadisimos márgenes? No pedimos que coreen las marcas, o que aplaudan al entrar en las tiendas y ver las fantásticas rebajas que les ofrecemos en bandeja. No somos artistas, no lo necesitamos. Pero, por favor, tampoco

somos merecedores de ese menosprecio, ese ni dignarse entrar en el establecimiento a pesar de los seductores escaparates con los *pvp* recortados hasta donde nunca habían soñado

ni habíamos imaginado en nuestras peores pesadillas.

Y luego dicen que, si el consumo va mal, la economía no puede ir bien. Pues claro. Eso, hoy, lo sabe todo dios. Pero, ¿hacen algo para evitarlo? ¿Se esfuerzan por consumir un poco más para que mejoren las cosas? No hablo de los parados, pobres, ni de los que van a estarlo, ni siquiera –fijense– de los funcionarios a los que les han mutilado los sueldos. Me refiero a los otros, a los 20 o 25 millones que siguen teniendo sus ingresos seguros. Esos son los que se aprovechan de la terrible situación de los demás, porque,

**No pedimos que coreen las marcas, o que aplaudan al entrar en las tiendas**

en vez de consumir alegremente como hacían, sin pararse en costes ni fandangos, ahora miran y miran las etiquetas, y exigen lo mismo o más que antes por la mitad de precio. Es su cantinela: menos precio, menos precio. Esos, sí, hay que decirlo ya –no solo los banqueros ladrones, ni los gobernantes sobrecogedores–, esos son los que verdaderamente están hundiendo la economía, el comercio y la hostelería.



Antonio Sánchez Lorenzo  
antonio.sanchez@hva.es

### 3 Editorial

### 4 Carta del director

### 6 En cadena

Novedades. *El franquiciado responde. Gente.*

## EN PORTADA

### 12 Tiendas que funcionan en menos de 30 m<sup>2</sup>. Son comercios pequeños, pero no por ello menos dinámicos que otros de mayores dimensiones. Gracias a su reducido tamaño pueden apostar por unas ubicaciones de primera línea.

## ESTRATEGIA DE ÉXITO

### 20 Oro Rapid: El oro se marcha a los centros comerciales.



## ENTREVISTA

### 22 Francisco Medina Pérez, fundador y director general de Oh my Cut!, vaticina el fin del predominio del *low cost*, al menos en el sector de la peluquería. Su enseña, creada a mediados de 2007, ha abierto 41 salones en España (25 franquiciados), a una tasa de entre 8 y 10 aperturas por año durante los últimos 3 años, un ritmo que prevé mantener durante este 2013.



### 26 En Breve

Aperturas y otras noticias relacionadas con el día a día.

## ELIGE TU NEGOCIO

entre 43 marcas que buscan asociados

### 27 Índice.

### 28 Las franquicias inmobiliarias encuentran el suelo.



- 29 Entrevista: **David Moya Benedicto**, director general de **Look & Find**.
- 48 El bajo coste ilumina las **energías renovables**.
- 49 Entrevista: **Fernando Téllez Cantero**, director de Expansión de **A Green Space**.
- 54 Más contactos.

## DIRECTORIO

### 55 Fichas técnicas con los datos económicos y de contacto de una selección de 200 franquicias activas.

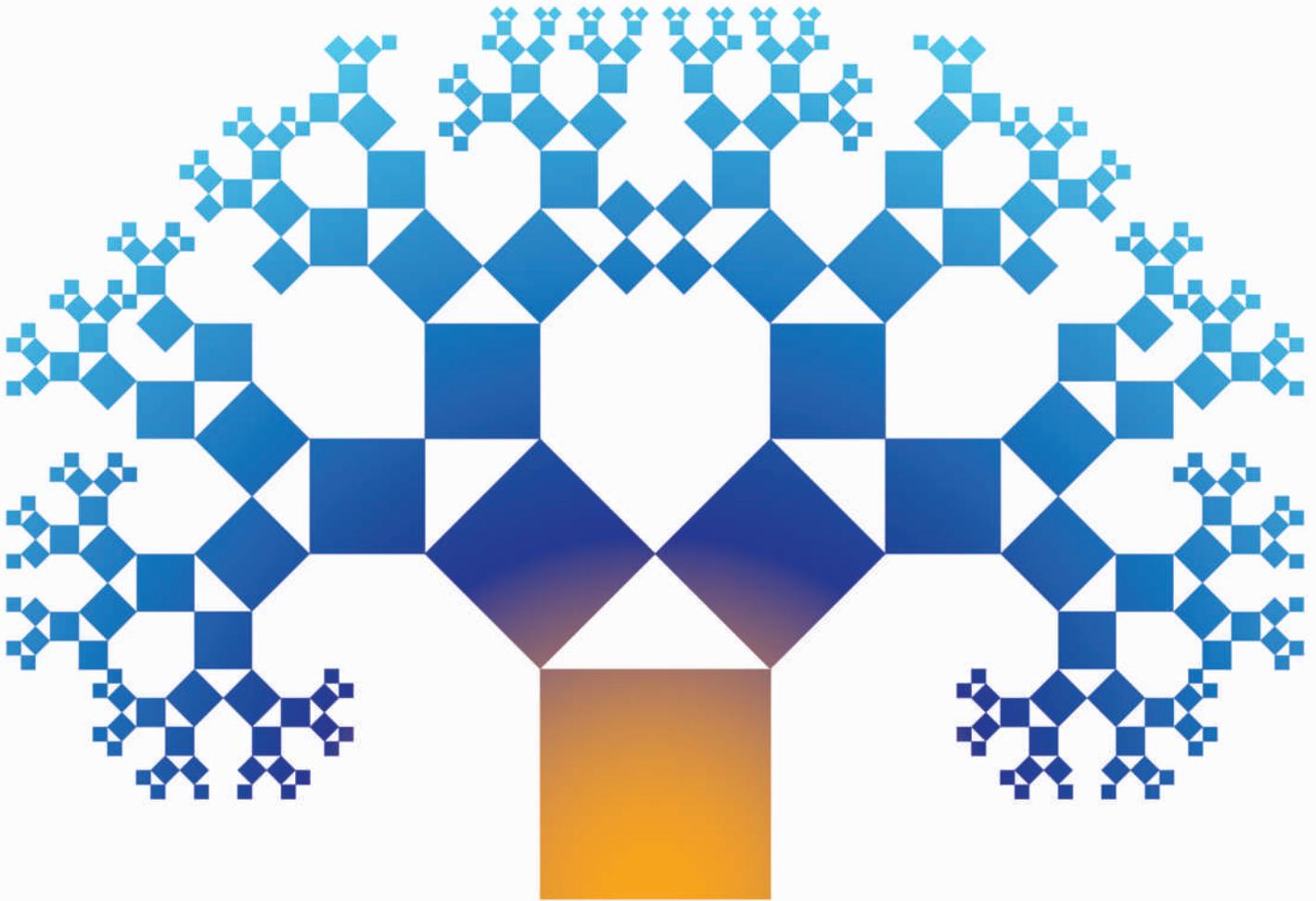


- 70 **Consultorio**  
**Santiago Barbadillo** responde a las preguntas de los lectores.
- 71 **Completa tu colección**
- 72 **Avance**
- 72 **En fin**  
Por **Nieves García Bautista**.

Infografía de portada: **Jesús Rica**.



9-11  
MAYO  
**2013**  
19ª edición



# Preparados para crecer

[www.expofranquicia.ifema.es](http://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](mailto:expofranquicia@ifema.es)

## Por un registro eficaz

Sus normas son obligatorias e inexcusables, pero no todas las franquicias que operan en España respetan las que dicta el **Registro de Franquiciadores**, un sistema de acceso público y gratuito donde el emprendedor puede consultar los datos de las franquicias que le interesen. Sin embargo, a veces ocurre que ese emprendedor no encuentra la enseña que busca, y no es raro que la información esté anticuada.



Por ello la **Asociación Española de Franquiciadores (AEF)** y la **Secretaría de Estado de Comercio** han firmado un convenio de colaboración para realizar una puesta a punto del registro. "Hay que mejorar las renovaciones de los datos", subraya **Xavier Vallhonrat**, presidente de la AEF. "En la asociación nos encargamos de recordar a nuestros socios la necesaria actualización anual, y de hecho nos ofrecemos a tramitar los cambios". Vallhonrat también considera que hay que eliminar las inscripciones duplicadas, corregir los datos que no coinciden y dar de baja a las enseñas que no los actualizan. En el formulario de comunicación de cambios se pide la información de aperturas y cierres, aunque el registro no la vuelca en su

página web. "Sería interesante que se publicaran esos datos", afirma Vallhonrat.

El propio registro, en sus formularios, advierte de que el incumplimiento de las obligaciones implica eliminar a la marca del sistema, "determinando la imposibilidad de continuar con el ejercicio de la actividad, además de la sanción grave que pueda corresponder, con multa desde 6.000 a 30.000 euros". Sin embargo, en la práctica, las enseñas que no actualizan sus datos o que no están en el registro siguen operando y no hay multas. "La competencia sancionadora corresponde a cada comunidad autónoma, y ahí es difícil intervenir", señala Vallhonrat.

Formar parte del Registro de Franquiciadores y cumplir con sus normas será un requisito imprescindible del certificado de calidad que la AEF y la secretaria de Estado están preparando. "Ahora estamos estudiando las ventajas e inconvenientes y la forma de adaptar los certificados que hay en el mercado".

→ <http://franquicias.comercio.es>

→ <http://www.franquiciadores.com>



Xavier Vallhonrat

## LAS MENORQUINAS caminan en franquicia



¿Quién no conoce las clásicas menorquinas?

Son esas sandalias de aire artesanal, abiertas en el empeine, con tira en el talón, que llevan tanto hombres como mujeres y niños. **Menorkinas**, con sede en Menorca, fabrica desde 2000 este calzado, que vende en tiendas multimarca y por Internet. Ahora ha decidido cambiar de estrategia establecer un canal propio de tiendas exclusivas que extenderá con fran-

quiciados. El objetivo inicial es abrir 3 establecimientos en un año en localidades con más de 50.000 habitantes. El local requiere una superficie mínima de 60 metros cuadrados y una inversión cercana a 60.000 euros, incluido un derecho de entrada de 15.000 euros más IVA.

→ [www.menorkinas.es](http://www.menorkinas.es)



## Para llevarse un buen corte



Cuando entra el hambre, una solución rápida y sabrosa es llevarse un corte de pizza artesanal. **PaPizza**, con una trayectoria que se remonta a 1937, ensaya desde 2009 un concepto de pizzería italiana servida en

porciones que cuestan desde 2 euros, y que explota en 7 locales propios. Ahora la central madrileña ofrece su marca a franquiciados, que pueden montar el negocio en ciudades mayores de 200.000 habitantes.

El local precisa una superficie mínima de 30 metros cuadrados, en una zona de ocio y alto tránsito peatonal. El desembolso inicial se aproxima a 145.000 euros, incluido el canon de entrada (23.000 euros más IVA).

→ [www.papizza.es](http://www.papizza.es)



# ¿Quieres tener tu propia tienda Chicco?

La marca líder en productos infantiles selecciona franquiciados para nuevas tiendas

Si tienes carácter emprendedor, sensibilidad por el mundo infantil e interés por el universo Chicco, éste es tu proyecto.



Para más información:  
[franquiaschicco@bya.es](mailto:franquiaschicco@bya.es)  
91 444 81 64  
91 309 65 15



## La franquiciada responde

**Raquel Romero, de Princlandia**

### "Mis hijas y yo nos enamoramos del centro"

#### ♦ ¿Por qué un centro de ocio infantil?

En una ocasión vi un anuncio en la televisión sobre Princlandia y me llamó la atención. Tengo 2 niñas pequeñas, y un centro de esas características me parecía una idea fantástica, además de un negocio novedoso. Posteriormente contacté con la central, y cuando fuimos a visitar un establecimiento, con las niñas, nos enamoramos por completo. Era un castillo para princesas, todo en color rosa.



Thor Castro

#### ♦ ¿Y por qué en franquicia?

Conocía este sistema porque mi marido tiene una franquicia de publicidad y anteriormente habíamos regentado una clínica Vitaldent. Me gusta este modelo empresarial porque proporciona ventajas muy interesantes, como el saber hacer, los proveedores o la imagen de marca.

#### ♦ ¿Consultó con otras enseñas antes de decidirse por Princlandia? ¿Qué hizo que se inclinase por esta marca?

No hablé con nadie más porque lo tenía clarísimo. Princlandia abanderó un concepto tremendamente innovador, y en Madrid, donde residimos, no hay nada parecido que pueda hacerle competencia.

#### ♦ ¿Ha ido todo según lo esperado? ¿Es el negocio como se lo imaginaba?

Abrimos en octubre pasado y llevamos poco tiempo, pero tengo la esperanza de que este negocio funcione. De momento, no me puede ir mejor, porque las niñas y sus padres se quedan encantados, y ya vienen nuevos clientes gracias al boca a boca. Además, este es un trabajo muy agradecido.

#### ♦ ¿No le asustó emprender en plena crisis?

Muchísimo, pero tenía que buscar un trabajo. Un empleo por cuenta ajena implicaba no ver a mis hijas, pero con Princlandia puedo tenerlas conmigo. De esta manera compagino vida familiar y profesional.

#### ♦ ¿Cree que hay aspectos del negocio mejorables?

La enseña atrae a mucho público los fines de semana y no damos abasto, mientras que a diario ocurre lo contrario. Sería bueno lanzar nuevas ideas o servicios para llenar esos horarios de valle.

#### ♦ ¿Considera que la central se ocupa lo suficiente de la red?

Sí. A pesar de que están empezando, cada vez que llamamos y consultamos algo, obtenemos una solución.

#### ♦ ¿Abriría otra franquicia Princlandia?

Después de que este primer establecimiento arranque, sí me gustaría montar un segundo. Quiero contribuir a que la marca crezca porque este concepto es especial.

#### ♦ ¿Y el mismo negocio, pero por su cuenta?

No, sin ninguna duda. Aparte de que me resultaría muy caro, hay muchos detalles que a mí nunca se me hubieran pasado por la cabeza. Por otro lado, Princlandia es la primera marca en ofrecer este tipo de negocio y eso ya es un valor añadido en sí mismo.

➔ [www.princlandia.com](http://www.princlandia.com)

## El espectáculo del pulpo



El pulpo a feira es el protagonista de un nuevo espectáculo. A la popular receta gallega de preparar el octópodo se ha unido el ingrediente de la exhibición, con cocinas abiertas que dejan ver el proceso de preparación. En

2012 la enseña de Ourense Me Gusta El Pulpo puso en marcha este concepto en un local propio, y su desarrollo ha animado a la central a hacer crecer el negocio con franquiciados, inicialmente en localidades con más de 50.000 habitantes. La marca se puede instalar en una isla de 12 metros cuadrados como mínimo con una inversión de unos 15.000 euros, o en un local a partir de 50 metros con un desembolso del orden de 40.000 euros sin contar la obra civil.

➔ [www.megustaelpulpo.com](http://www.megustaelpulpo.com)



## La frase

*"Tus clientes más insatisfechos son la mejor fuente de aprendizaje".*

Bill Gates  
Fundador de Microsoft

## Trabajar con un buen clima

La terraza es el complemento ideal para los negocios de hostelería, y contar con una climatizada la hace útil durante todo el año.

DTCo se fundó en 2007 para la fabricación, diseño e instalación de terrazas climatizadas en espacios abiertos y de gran superficie. Actualmente abanderó 2 establecimientos, uno de los cuales funciona en franquicia desde



2012. La central de Leioa (Vizcaya) ha renovado su plan de expansión y en el plazo de un año prevé sumar 5 locales. El derecho de entrada cuesta 12.000 euros más IVA.

➔ [www.dtco.es](http://www.dtco.es)

# 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

# Cerveza al cubo

Tras la irrupción de la franquicia **La Sureña**, al clásico y solitario botellín de cerveza con el aperitivo están sustituyéndolo en numerosos locales de hostelería los cubos con varias unidades para compartir entre amigos a menor coste. **Kubo King** se ha apuntado a la moda, y la complementa con tapas y raciones variadas para compartir. La central, que gestiona 2 establecimientos propios abiertos en Madrid durante 2012, planea franquiciar su modelo de negocio y en un año espera sumar 5 bares en localidades con más de 15.000 habitantes. Kubo King se instala en una superficie mínima de 80 metros cuadrados y precisa una inversión inicial de unos 70.000 euros.

→ [www.kuboking.com](http://www.kuboking.com)



## Perfume a granel



Vender los perfumes a granel era un proceso habitual en el antiguo comercio de fragancias.

La **Botica de Los Perfumes** ha querido recuperar esa tradición para su concepto de elaboración y distribución de perfumería de equivalencia, que complementa con cosmética, aromaterapia, aceites y jabones. La red, fundada en 2011 en propiedad y en franquicia, cuenta con 30 tiendas (25 asociadas). Para este año 2013, la central de Mérida (Badajoz) planea impulsar su crecimiento con el objetivo de abrir 20 locales en municipios con más de 15.000 habitantes. El negocio se monta en una superficie a partir de 25 metros cuadrados y cuesta unos 35.000 euros.



→ [www.laboticadelosperfumes.com](http://www.laboticadelosperfumes.com)

## El número

# 5º

Las ventas del comercio minorista acentuaron su caída en 2012 hasta el 6,8%, según el INE. Es el quinto año consecutivo de descensos y el mayor retroceso desde 2007. Los ingresos bajaron un 9,1% en las grandes superficies, un 8,7% en las pequeñas cadenas, un 7,8% en las empresas unilocalizadas y un 1,8% en las grandes cadenas.

## Gente



### Nuevo presidente del SIF

El Salórn Internacional de la Franquicia

tiene un nuevo presidente. Se trata de **Mario Rubio de Miguel**, fundador de la cadena SaboreaTé y Café-The Flavour Shop. Mario Rubio es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid, y cuenta con una experiencia de 30 años en el ámbito de la franquicia.

### Director de Franquicias de Alain Afflelou

Alain Afflelou ha nombrado a **Olivier Guiter** nuevo director de Franquicias con el fin de coordinar las ópticas propias de la red y la expansión a través de nuevas aperturas y adquisiciones. Guiter, que ya había gestionado las tiendas asociadas de Alain Afflelou en Francia, sede central de la enseña, también tiene experiencia en otros sectores del comercio minorista y ha trabajado para marcas como Sephora o Petit Bateau.



### Nombramientos en CWT

**Jesús Pacheco Pérez** es el nuevo director de Recursos Humanos de Carlson Wagonlit Travel. La central ha valorado su trayectoria en empresas como Fundesco o Grupo Mahou-San Miguel. La cadena también ha designado a **Kevin O'Connor** vicepresidente ejecutivo. O'Connor ha trabajado durante 20 años en la Bolsa de Nueva York, y ha ocupado puestos de relevancia en UBS, Deutsche Bank y Morgan Stanley.



### Tuenti en Taberna Casa del Volapié

El fundador de la red social Tuenti, **Félix Ruiz**, ha inaugurado su cuarta franquicia de Taberna Casa del Volapié en Madrid. En septiembre de 2011 Ruiz entró a formar parte de la enseña marbellí, cuando abrió su primera taberna en Murcia, a la que siguió una segunda en Albacete y, pocos meses después, la tercera, en Sevilla.

# **GOLDCAR** *rental*

## **LA EMPRESA ESPAÑOLA LÍDER EN EL RENT A CAR ESPAÑOL**

**Goldcar Rental** es la empresa española líder en el rent a car turístico. Un total de 35 oficinas comerciales, presencia en tres países y más de 25 años de experiencia son las cifras que sitúan a **Goldcar Rental** como una referencia obligada en el sector.

Los orígenes de **Goldcar Rental** se remontan a 1985, año en el que los hermanos Juan y Pedro Alcaraz comienzan la actividad con una primera oficina en San Juan (Alicante), con el objetivo de crear una gran marca de alquiler de coches especializada en atender las necesidades del mercado turístico.

### **Un servicio orientado a la excelencia**

Las claves del éxito de **Goldcar** pasan por una cuidada estrategia empresarial en cuanto a implantación de las oficinas comerciales y una muy adecuada relación calidad-precio.

En este sentido, nos hemos convertido en la empresa número 1 en alquiler de coches económicos, sin bajar la calidad en el servicio, y entregando el vehículo siempre en perfectas condiciones.

Y es que la misión de **Goldcar Rental** es ofrecer un servicio integral en el rent a car en todas las zonas turísticas, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes mediante la prestación de un servicio competitivo y tendente siempre a la excelencia.

### **Un proyecto sólido en franquicia**

**Goldcar Rental** quiere seguir creciendo y mejorando y tras haber probado todos los aspectos del negocio y en condiciones de poder ofrecer al franquiciado todo un conjunto de herramientas y conocimientos que, unido al prestigio de la marca, maximizarán las expectativas de éxito de su negocio.

**Goldcar Rental** se presenta en el sistema de las franquicias arropada por casi tres décadas de experiencia, una flota de 30.000 vehículos (sin incluir los de ayuda logística ni asistencia en carretera), 35 oficinas operativas (cinco de ellas en Italia y Portugal) y una plataforma de gestión global elaborada con la tecnología más puntera.

### **Perfil del socio-franquiciado**

Respecto al perfil del socio franquiciado, **Goldcar** está buscando empresas con vinculaciones con el sector del automóvil, como concesionarios o compañías de comercialización de coches de segunda mano, rent a car independientes interesados en participar de las sinergias de una sólida red o bien inversores particulares con interés por este sector.

**Contacto:**  
**expansion@bya.es 91 444 81 67**

Las enseñas aprovechan la reducción de alquileres para reubicarse

# Tiendas

que funcionan en menos de **30 m<sup>2</sup>**



Información de contacto y webs de 99 cadenas

Son comercios pequeños, pero no por ello menos dinámicos que otros de mayores dimensiones. Gracias a su reducido tamaño pueden apostar por unas ubicaciones de primera línea, que ahora, con la rebaja de los alquileres, se han vuelto más rentables

Texto: **Catalina Mahón**

**Tailor & Co-**  
Arregla y Personaliza  
tu Ropa

- **Actividad:** Arreglo y transformación de prendas de vestir y ropa del hogar
- **Web:** [www.tailor.es](http://www.tailor.es)
- **Tno:** 93 583 95 67



La ropa se arregla y transforma en un espacio de 15 metros cuadrados como mínimo y hasta un máximo de 25. Son las dimensiones que Tailor & Co-Arregla y Personaliza tu Ropa ha establecido para su concepto de negocio. “El público no entra a pasear por nuestras tiendas taller, por lo que con una superficie mínima donde quepan las máquinas, el probador y el mostrador, tenemos suficiente”, explica Jordi Vallverdú, director general de la cadena de arreglos de ropa.

La marca de Rubí (Barcelona) se puede emplazar en una calle o en un centro comercial, y ahora, con la bajada de las rentas de los últimos tiempos, los nuevos franquiciados pueden permitirse zonas que antes quedaban lejos del plan de viabilidad. “Hemos podido abrir en áreas peatonales a precios que nos permiten ser rentables económicamente”, señala

**“Inauguramos la primera franquicia con un modelo adaptado a la crisis actual”**



## Viajes Carrefour

● **Actividad:** Agencias de viajes

● **Web:** [www.carrefour.es/viajes](http://www.carrefour.es/viajes) ● **Tno:** 91 663 37 33

Las agencias de Viajes Carrefour se instalan en locales de 30 metros cuadrados como mínimo, en zonas de alto tráfico peatonal. La situación económica ha favorecido algunos cambios positivos en materia de establecimiento para la cadena de origen francés. “Calculamos que más del 60% de nuestros franquiciados ha renegociado sus alquileres o cambiado de ubicación en los últimos 2 años”, afirma Itziar Cacho Legaz, responsable de expansión.

La marca se estrenó en España en 2001. Antes de franquiciar, la central española –con sede en Madrid– ensayó durante 9 años un concepto que ofrece diversas ventajas añadidas, entre las que Cacho destaca “una inversión inicial baja, financiación del cliente final a través de Carrefour, venta de entradas, producto exclusivo o venta multicanal en la web”.

En 2010 se abrió la primera agencia franquiciada con un “modelo adaptado a la coyuntura actual”. Actualmente la cadena está formada por 76 agencias propias, 201 franquiciadas y 130 asociadas –oficinas independientes que se benefician de los servicios de la central, pero que mantienen su propia marca–. La red opera en todas las comunidades autónomas excepto Murcia y Extremadura.

La enseña se expande de 2 maneras: con nuevos emprendedores que tengan una experiencia mínima de 4 años en el sector y con agencias de viajes independientes que estén en funcionamiento y cuenten al menos con 3 años de trayectoria.

Según el perfil, la inversión inicial cambia. Para las oficinas ya operativas, se calcula un presupuesto de 3.000 euros, sin canon de entrada. En cambio, los nuevos emprendedores tendrán que desembolsar alrededor de 18.000 euros, obra civil aparte e incluido el derecho de entrada, de 6.000 euros más IVA.

En ambos casos, la central exige el pago de un canon de mantenimiento de 150 euros al mes.

Vallverdú. “El alquiler no puede representar más del 20% de la facturación”, aclara.

La crisis ha traído más cambios. “Antes realizábamos más arreglos de ropa nueva, mientras que ahora actualizamos la ropa usada que el cliente tiene en su armario”, apunta el director general.

“No hay otra franquicia de nuestro sector que aborde este negocio como nosotros”, afirma Vallverdú, que explica que el método de la red se asienta

**“Hemos abierto en áreas peatonales a precios que nos permiten ser rentables”**

sobre 3 pilares: maximizar la producción –se enseña a las costureras para que aprendan a coser más rápido–, maximizar las ventas con enseñanza comercial y formar al franquiciado con gestión empresarial. “El seguimiento de estos 3 puntales nos permite vender más del doble que una costurera independiente en su local”.

Este saber hacer se ha forjado durante años, desde que la marca se fundó en 2000, con la apertura de la primera tienda propia. En 2003, la central catalana comenzó a expandirse con franquicias, un sistema con el que ha logrado crear una red de 41 establecimientos (31 asociados), que funcionan ➤

# Cómo ponerse en contacto

99 marcas en menos de 30 m<sup>2</sup>

## +Estudio

Sector: Enseñanza a domicilio **Contacto:** Jesús Capitán **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 11 03 82 **Correo:** expansion@masestudio.com **Web:** www.masestudio.com

## Abalorium Abalori

Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Pablo Imaz **Sede:** Zaratán **Teléfono:** 983 35 65 82 / 678 63 86 08 **Correo:** abalorium@terra.es **Web:** www.abaloriumabalori.com

## Abanolia, Estética y Bienestar

Sector: Estética **Contacto:** Adriana Guerrini Pardo **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 002 877 **Correo:** info@abanolia.com **Web:** www.abanolia.com

## Adaix

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** Jesús Espinosa **Sede:** Torreveja **Teléfono:** 902 43 09 20 / 96 678 61 00 **Correo:** info@adaix.com **Web:** www.adaix.com

## Alisado Japonés Definitivo

Sector: Peluquerías **Contacto:** Elena Hatoum **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 954 15 50 49 / 91 169 74 56 **Correo:** productmanager@alisado.com **Web:** www.alisado.com

## ALL English For Babies

Sector: Educación infantil **Contacto:** Graciela Buscaglia **Teléfono:** 00 54 11 4866 3767 **Correo:** gb@allmethod.com **Web:** www.englishforbabies.com

## Allenglobe Inmobiliaria Internacional

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** David Allen Martín **Sede:** Oviedo **Teléfono:** 902 83 00 49 / 985 20 26 67 **Correo:** franquicias@allenglobe.com **Web:** www.allenglobe.com

## 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

## Aloe Shop

Sector: Cosmética **Contacto:** Blasa Paz Morcillo Lomas **Sede:** Mislata **Teléfono:** 647 41 42 53 / 963 83 66 32 **Correo:** aloeshop@aloeshop.com **Web:** www.aloeshop.com

## Alquilotucasa.com

Sector: Departamento de Expansión **Sede:** Murcia **Teléfono:** 968 90 90 17 **Correo:** info@alquilotucasa.com **Web:** www.alquilotucasa.com

## Argán Benthami

Sector: Cosmética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Bilbao **Teléfono:** 944 077 967 / 944 077 003 **Correo:** info@oilargan.es **Web:** www.oilargan.es

## Arreglaría

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

## Auxis

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Pia Cerrutti/Jorge Maturana **Sede:** Sant Cugat del Vallès **Teléfono:** 93 325 46 19 **Correo:** franquicias@auxis.es **Web:** www.auxis.es

## Barberino

Sector: Peluquerías **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 381 41 14 **Correo:** info@barberino.es **Web:** www.barberino.es

## Barceló Viajes

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Antonio Roca Mora **Sede:** Palma de Mallorca **Teléfono:** 971 44 80 34 **Correo:** franquicias@barceloviajes.com **Web:** www.barceloviajes.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

## Best House

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** Diego Perelló **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 487 85 91 **Correo:** franquicia@best-house.com **Web:** www.best-house.com

## 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

## Bodysiluet

Sector: Estética **Contacto:** Óscar Benito **Sede:** L'Hospitalet de Llobregat **Teléfono:** 902 444 474 / 93 343 77 42 **Correo:** info@bodysiluet.com **Web:** www.bodysiluet.com

► en Aragón, Baleares, Canarias, Cataluña, Madrid, País Vasco y la Comunidad Valenciana. En 2006, la enseña se estrenó en el ámbito internacional, donde opera con 3 locales en Andorra, Chile y Dubai.

El plan de expansión para este 2013 prevé 10 aperturas, 6 en España, 2 en Francia y 2 en Dubai. Tailor & Co precisa una población mínima de 15.000 habitantes.

Este concepto está pensado para costureras que quieran establecerse por su cuenta y para gente con ganas de emprender. "Estos emprendedores habitualmente acaban gestionando más de una tienda, pues hay muchas economías de escala. Con nuestra formación, el franquiciado aprende a llevar el negocio con pocas horas de dedicación, lo que le permite alternarlo con un trabajo u otros intereses".

Para poner en marcha un Tailor & Co de 20 metros cuadrados la central calcula un presupuesto aproximado que se desglosa entre derecho de entrada (12.000 euros más IVA), maquinaria y centro de planchado (7.000 euros), mobiliario e imagen corporativa (7.000), equipo informático (4.500) y material de primera instalación (2.500). Estas partidas suman 33.000 euros, cifra a la que hay que añadir la obra civil.

La central

también establece un canon mensual. El asociado puede elegir entre abonar 500 euros o el 8% de la facturación.



Un negocio con la marca SaboreaTé y Café-The Flavour Shop se puede montar en 25 metros cuadrados si la ubicación es un centro comercial. La superficie aumenta hasta los 60 metros si se trata de un emplazamiento de calle.

Espoleada por la recesión económica, la central ha diseñado otras modalidades de negocio. "Se puede montar solo la tienda, sin el área de degustación, y también hemos creado unos carros de venta ambulante con degustación", afirma Cristina Sánchez, responsable del departamento de Marketing y Formación.

SaboreaTé y Café se define como un concepto "diferente", fundado en 2005 en propiedad y en 2007 en

**"Los franquiciados autoempleados acaban gestionando más de una tienda"**

franquicia. “Nos especializamos en la venta de té y café con barra de degustación. Ofrecemos una gran variedad de productos embolsados y a granel con nuestra propia marca, y organizamos actividades que atraen al público, como degustaciones, cursos de catas o veladas literarias”, explica Sánchez. “Además, trabajamos con una vocación didáctica, para asesorar al cliente en su compra”.

En la actualidad la red está formada por 24 establecimientos (1 propio), emplazados en Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Murcia, Galicia, Aragón y Canarias.

El concepto de SaboreaTé y Café se exporta desde 2007, y hoy abandera 16 locales en el exterior, operativos en Portugal, Brasil, Uruguay, Chile, Costa Rica y Guatemala.

La central, con sede en Boadilla del Monte (Madrid), prevé 9 aperturas para los próximos 12 meses, siempre en localidades con una población mínima de 15.000 habitantes. Para ello selecciona a “personas activas y emprendedoras que quieran cambiar su vida”. “También es muy importante ser ambicioso, trabajador y con mucha iniciativa”, añade Sánchez.

Fuera de nuestras fronteras, la enseña espera incorporar 10



establecimientos en Brasil, 10 en Chile, 4 en Costa Rica, 2 en Portugal, 4 en Uruguay, 2 en Guatemala y

1 en Angola.

La inversión mínima aproximada asciende a 39.500 euros, obra civil aparte. La cifra incluye derecho de entrada (15.000 euros más IVA), mobiliario, maquinaria y equipos, mercancía inicial, rótulos y publicidad de apertura, proyectos técnicos y licencias administrativas, y equipamiento informático.

Por otro lado, el franquiciado tiene que abonar un canon de mantenimiento de 180 euros mensuales durante los 2 primeros años, que pasa al 3% de la facturación neta a partir del tercero. También hay un canon de publicidad que supone el 2% de las ventas mensuales.



El negocio de Mister Minit cabe en 20 metros cuadrados. “También hemos sido ➤

**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

**Cacao Sampaka**

Sector: Tiendas-Degustación **Contacto:** Departamento de Franquicias **Sede:** Vic **Teléfono:** 93 889 39 33 / 902 18 19 40 **Correo:** franquicias@cacaosampaka.com **Web:** www.cacaosampaka.com

**Carte d'Or**

Sector: Heladerías **Contacto:** Luis Quilez **Sede:** Viladecans **Teléfono:** 93 691 27 00 / 686 469 412 **Correo:** luis.quilez@unilever.com

**CDA Central de Alquiler**

**Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Alicante **Teléfono:** 966 37 79 30 **Correo:** info@centralalquiler.com **Web:** www.centralalquiler.com

**CentroTour**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Fernando Sánchez **Sede:** Collado Villalba **Teléfono:** 91 850 45 04 **Correo:** centrotour@centrotour.com **Web:** www.centrotour.com

**Clean & Iron Service**

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Paqui Ibáñez **Sede:** La Seu d'Urgell (en España) **Teléfono:** 606 918 632 / 93 380 49 90 **Correo:** cleaniron@mypic.ad **Web:** www.cleaniron.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

**D-beauty Concept**

Sector: Estética **Contacto:** Tana Benasuly **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 28 34 46 **Correo:** expansion@d-pilate.com **Web:** www.d-pilate.com

**Di Pijù Milano**

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

**Doña Greta**

Sector: Comida rápida **Contacto:** Guadalupe Campos Ferraro **Sede:** Palma de Mallorca **Teléfono:** 627 08 11 10 / 871 94 28 38 **Correo:** franquicias@donyagreta.com **Web:** www.donyagreta.com

**D-pilate**

Sector: Estética **Contacto:** Tana Benasuly **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 28 34 46 **Correo:** expansion@d-pilate.com **Web:** www.d-pilate.com

**Dunkin' Coffee**

Sector: Cafeterías **Contacto:** Lucía Brasa Gayoso **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 070 682 **Correo:** lbrasa@nrstur.com **Web:** www.dunkincoffee.es

**D-uñas**

Sector: Estética **Contacto:** Tana Benasuly **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 28 34 46 **Correo:** expansion@d-unas.com **Web:** www.d-unas.com

**El Dedal de La Tata**

Sector: Arreglos de ropa **Contacto:** Ana Cruz Álvarez García **Sede:** Gijón **Teléfono:** 985 17 48 50 **Correo:** info@eldedaldelatata.com **Web:** www.eldedaldelatata.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

**E'Nanforas**

Sector: Cosmética **Contacto:** Manuel López Corpas **Sede:** Andújar **Teléfono:** 953 52 56 05 / 675 04 48 14 **Correo:** info@enanforas.com **Web:** www.enanforas.com

**Enjabonarte**

Sector: Cosmética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 522 37 85 **Correo:** expansion@enjabonarte.es **Web:** www.enjabonarte.es

**Extensionmania**

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

**Farggi**

Sector: Heladerías **Contacto:** Javier Graells **Sede:** Montgat **Teléfono:** 93 507 03 00 **Correo:** franquicias@farggi.com **Web:** www.farggi.com

**Farmatural**

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

**Financiera Inmobiliaria**

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** Juanjo Estruch **Sede:** Gandía **Teléfono:** 626 10 82 86 **Correo:** ventas@financierainmobiliaria.es **Web:** www.financierainmobiliaria.es

**Fincalium**

**Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Valencia **Teléfono:** 96 001 04 94 **Correo:** inmo@fincalium.com **Web:** www.fincalium.com

**Fun Print**

Sector: Reciclaje-Consumibles **Contacto:** Eusebio Azorín García **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 305 24 23 **Correo:** franquicias.fundosa@fundaciononce.es **Web:** www.grupofundosa.es

**GiraMundo Viajes Franquicia**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Vitoria **Teléfono:** 902 011 015 **Correo:** giramundo@giramundo.es **Web:** www.giramundo.es

**Globaldiet**

Sector: Dietética-Herboristerías **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Alcalá de Guadaíra **Teléfono:** 954 35 41 41 **Correo:** bionat@telefonica.net

**Grupo Eurenener**

Sector: Energías renovables **Contacto:** Carlos Rico **Sede:** Bigastro **Teléfono:** 96 677 85 89 **Correo:** expansion@eurenener.com **Web:** www.franquiciaeurenener.es

**Home Personal Services**

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Ramón Martínez Calvera **Sede:** Sabadell **Teléfono:** 902 36 03 95 **Correo:** franquicias@homepersonalservices.com **Web:** www.homepersonalservices.com

**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

**Imener**

Sector: Energías renovables **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Badajoz **Teléfono:** 91 662 66 20 **Correo:** franquicia@imener.com **Web:** www.imener.com

**Instituto Iberochino**

Sector: Idiomas **Contacto:** Marco Vicario **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 298 62 03 **Correo:** info@iberochino.com **Web:** www.iberochino.com

**Jabonalia Soap Shop**

Sector: Cosmética **Contacto:** Raquel Ortiz **Sede:** Dos Hermanas **Teléfono:** 687 42 00 76 **Correo:** expansion@jabonalia.es **Web:** www.jabonalia.es

**La Academia Empresas**

Sector: Formación para empresas **Contacto:** Jorge Alba **Sede:** San Sebastián **Teléfono:** 902 211 151 **Correo:** j.alba@laacademiaempresas.com **Web:** www.laacademiaempresas.com

**La Cruz Azul**

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Manuel Gordillo **Sede:** Valencia **Teléfono:** 96 351 07 00 / 902 45 64 56 **Correo:** info@lacruzazul.com **Web:** www.lacruzazul.com

**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 Yaya Costurera**

Sector: Arreglos de ropa **Contacto:** Núria Sánchez Martínez **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 217 77 70 **Correo:** nsanchez@layayacosturera.com **Web:** www.layayacosturera.com

**LavaXpres**

Sector: Lavanderías **Contacto:** Brad Lynch **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 318 30 18 **Correo:** info@lavaxpres.com **Web:** www.lavaxpres.com

**Leader Mobile**

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

**Linea Tours**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Raúl Mata **Sede:** Alcorcón **Teléfono:** 902 877 693 **Correo:** franquicias@lineatours.com **Web:** www.lineatours.com

**Luxenter**

Sector: Joyería **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 411 06 91 **Correo:** atcliente@luxenter.com **Web:** www.luxenter.com

**Mai-Sol**

Sector: Agencias matrimoniales **Contacto:** Ignacio Mensa **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 902 10 14 93 **Correo:** ignasi@mai-sol.com **Web:** www.mai-sol.com

► capaces de adaptarnos a espacios menores en algunos centros comerciales”, matiza Xavier Altarriba, director de Franquicias.

La marca funciona en calles céntricas y centros comerciales. “La rentabilidad de una tienda urbana es parecida a la de un centro comercial. Factura menos, pero los gastos de inversión y estructura son más bajos. Por ello, y porque actualmente hay buenas oportunidades en locales a pie de calle, recomendamos a los franquiciados esta opción”.

Altarriba constata que la crisis económica ha motivado rebajas en los alquileres. “Hemos podido inaugurar comercios nuevos con costes más moderados. También hemos renovado algunos contratos de arrendamiento con precios inferiores o, al menos, congelados”.

La bajada de las rentas ha mejorado la rentabilidad del negocio. “En el coste de la inversión no se ha notado demasiado, aunque obviamente es muy importante que la fianza se reduzca de 6 meses a 2 o 3. Pero un ahorro de un 15 a un 20% en el alquiler del local repercute sin duda en la cuenta de explotación”, explica Altarriba.

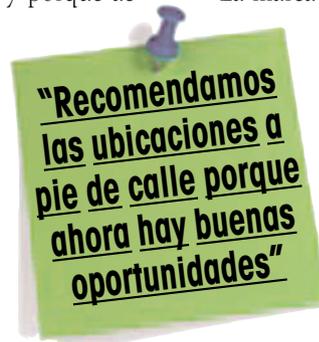
Mister Minit es una enseña de origen belga, fundada en

1957. Abandera un concepto de duplicado de llaves y reparación de calzado, además de otros servicios realizados al momento, como grabados, matrículas, cambios de pila o correa de reloj. “Somos una empresa muy dinámica, siempre estamos abiertos a incorporar nuevos productos y servicios”, dice el director de Franquicias.

La marca entró en España en 1966 y en 2009 vendió la primera licencia de franquicia. La central española, con sede en Cornellà de Llobregat (Barcelona) gestiona una cadena implantada en todas las comunidades autónomas y formada por 227 tiendas (31 franquiciadas).

La red también está muy extendida en el ámbito internacional. Existen unas 1.800 tiendas en el mundo (1.300 de ellas en Europa), de las que alrededor de 400 son franquicias. Además de España, Mister Minit opera en países como Portugal, Andorra, Francia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Suiza, Polonia, Hungría, Japón, China, Singapur, Australia y Suráfrica.

De una implantación como esta derivan 2 ventajas para el franquiciado: “un margen comercial muy atractivo, gracias al poder de compra de tantos locales, y un apoyo eficaz de



una multinacional acostumbrada a gestionar una cadena establecida en Europa”.

El objetivo de desarrollo en el plazo de un año es abrir una franquicia al mes en nuestro país. “Al estar presentes en la mayoría de los centros comerciales punteros de las ciudades más importantes de España, estamos recomendando a los franquiciados que busquen ubicaciones en ciudades medianas –a partir de 20.000 habitantes–, a menudo desatendidas por nuestros competidores, lo que las hace altamente interesantes”, aconseja Altarriba. “Por lo que se refiere a locales propios, hemos firmado un acuerdo con un operador muy importante que nos permitirá abrir 15 tiendas antes de verano”.

El perfil de franquiciado idóneo de Mister Minit es el de autoempleo. “Es una persona a la que le enseñaremos un oficio con el que podrá ganarse la vida cómodamente el resto de su vida. Eso no implica que descartemos las franquicias de inversión, pero la rentabilidad en este caso no es tan alta”.

Poner en marcha un negocio con Mister Minit supone un desembolso inicial aproximado de entre 40.000 y 45.000 euros. Las partidas principales del presupuesto son el derecho de entrada (6.000 euros

más IVA), maquinaria (entre 18.000 y 20.000 euros), mobiliario y adecuación del local (entre 10.000 y 12.000) y mercancía inicial (6.000).

La central exige el abono de un canon de mantenimiento mensual de 475 euros.



D-pilate es un negocio que precisa una superficie mínima de 30 metros cuadrados, aunque prevalece el criterio de la ubicación, que se corresponde con una zona de tránsito, ya sea en calle o centro comercial. “Los cierres de otros locales en las principales vías comerciales nos han permitido negociar las rentas con mayor flexibilidad, y así acceder a sitios que hace unos años eran impensables por su precio y disponibilidad”, subraya Tana Benasuly, directora de Expansión. “Que nuestros franquiciados puedan abrir en mejores emplazamientos y con un coste fijo inferior, ➤

**“Las ciudades medianas suelen estar desatendidas por nuestra competencia”**

**Mascarpone**

Sector: Heladerías Contacto: Departamento de Expansión Sede: Alcalá de Guadaíra Teléfono: 95 563 22 45 / 639 16 08 69 Correo: franquicias@mascarpone.es Web: www.mascarpone.es

**Master Costura**

Sector: Arreglos de ropa Contacto: Alberto Torrent Gómez Sede: Barcelona Teléfono: 93 339 76 25 Correo: central@cleanmas.com Web: www.cleanmas.com

**Maxwapa Make-Up Shops**

Sector: Cosmética Contacto: Cristina Sánchez Sofin Sede: Zaragoza Teléfono: 976 42 50 69 Correo: maxwapa@maxwapa.com Web: www.maxwapa.es

**Merkecartuchos**

Sector: Reciclaje-Consumibles Contacto: Departamento de Expansión Sede: Mutlva Teléfono: 948 29 20 94 Correo: admin@merkecartuchos.net Web: www.tiendamerkecartuchos.com

**Minicards Spain**

Sector: Publicidad Contacto: Ciska van Schagen Sede: Castelló i la Gornal Teléfono: 977 16 56 81 / 902 19 08 51 Correo: info@minicards.com Web: www.minicards.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.minitspain.es

**MyHair Barcelona**

Sector: Estética Contacto: Alberto Gámez Sede: L'Hospitalet de Llobregat Teléfono: 93 223 15 15 Correo: agamez@myhairbarcelona.com Web: www.myhairbarcelona.com

**Nails 4'us**

Sector: Estética Contacto: Manuel Escribano Sede: Madrid Teléfono: 91 735 71 58 Correo: mescribano@nails4us.es Web: www.nails4us.com

**Nooi**

Sector: Comida rápida Contacto: Pierre Laurans/Santiago Martínez Teléfono: 00 33 1533 27873 / 609 66 50 32 Correo: nooi@retailer.com Web: www.nooi.fr

**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

**NYS Collection**

Sector: Complementos de moda Contacto: Juan José Sanz Peña Sede: Alcobendas Teléfono: 91 357 43 64 Correo: info@shadesretail.com Web: www.nyscollection.com

**Passaró-Prestige**

Sector: Peluquerías Contacto: Javier Mesones Fuertes Sede: Zaragoza Teléfono: 636 45 88 50 Correo: passaro@passaro.com Web: www.passaro.es

**Pelu&Co**

Sector: Peluquerías Contacto: Frédéric Conquet Sede: Barcelona Teléfono: 93 310 42 82 / 91 575 57 01 Correo: expansion@provalliance.es

**Plantour Viajes**

Sector: Agencias de viajes Contacto: Mar Romero Pérez Sede: Inca Teléfono: 971 45 15 17 / Correo: expansion@plantour.es Web: www.plantourfranquicias.es

**Qualitas Grupo Turístico**

Sector: Agencias de viajes Contacto: Luis Luque Sede: Zaratán Teléfono: 902 99 81 94 / 983 40 63 62 Correo: expansion@grupoqualitas.com Web: www.grupoqualitas.com

**R. García**

Sector: Bisutería y complementos Contacto: Rafael Ortega García Sede: Valencia Teléfono: 96 351 48 71 Correo: bisorga@terra.es Web: www.rgarciabisuteria.com

**RB Inmobiliaria**

Sector: Agencias inmobiliarias Contacto: Departamento de Expansión Sede: Majadahonda Teléfono: 902 87 91 63 Correo: franquicias@rbinmobiliaria.es Web: www.rbinmobiliaria.com

**SaboreatÉ y Café-The Flavour Shop**

Sector: Tiendas-Degustación Contacto: Mario Rubio de Miguel Sede: Boadilla del Monte Teléfono: 91 715 40 64 / 91 391 43 81 Correo: informacion@saboreateycafe.com Web: www.saboreateycafe.com

**Sapphira**

Sector: Cosmética Contacto: Gustavo Eustache Soteldo Sede: Madrid Teléfono: 91 279 73 53 Correo: expansion@sapphiraestetica.es Web: www.sapphiraestetica.es

**Segway**

Sector: Ocio Contacto: Departamento de Expansión Sede: Sabadell Teléfono: 93 727 46 32 Correo: medios@segway.es Web: www.segway.es

**SerHogarsystem**

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Francisco Sánchez **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 23 26 26 **Correo:** expansion@serhogarsystem.com **Web:** www.serhogarsystem.com

**Spantajáparos**

Sector: Moda infantil **Contacto:** Ángeles Estellés **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 654 49 65 69 / 91 351 82 19 **Correo:** aestelles@consultasession.com **Web:** www.spantajaparos.com

**Tailor & Co-Arregla y Personaliza tu Ropa**

Sector: Arreglos de ropa **Contacto:** Alexia Porqueras/Jordi Vallverdú **Sede:** Rubí **Teléfono:** 93 583 95 67 / 626 73 97 30 **Correo:** jvalverdu@tailor.es **Web:** www.tailor.es

**Tax**

Sector: Asesoría-Consultoría **Contacto:** Raquel Moreno/Jordi Llach/Silvia Burgas **Sede:** Figueras **Teléfono:** 902 36 55 00 **Correo:** central@tax.es **Web:** www.tax.es

**Tea Shop**

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

**Tecnocasa**

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** Ana Borrás **Sede:** El Prat de Llobregat **Teléfono:** 901 100 103 **Correo:** comunicacion@tecnocasa.com **Web:** www.tecnocasa.es

**Tés Gallery**

Sector: Alimentación **Contacto:** Emilio Gómez Zapatero **Sede:** Valladolid **Teléfono:** 616 756 436 **Correo:** egomez@tesgallery.es **Web:** www.tesgallery.es

**Thelox**

Sector: Moda genérica **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Callosa del Segura **Teléfono:** 902 885 896 **Correo:** atencionalcliente@theloxbrand.com **Web:** www.theloxbrand.com

**Totto**

Sector: Complementos de moda **Contacto:** Julia Fernández/Carlos Martínez **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 190 38 36 **Correo:** julia.fernandez@totto.es **Web:** www.totto.com

**Traka Barraka**

Sector: Moda femenina **Contacto:** Olatz Esquiros **Sede:** Bilbao **Teléfono:** 944 16 83 48 / 639 17 74 85 **Correo:** trakabarraka@trakabarraka.com **Web:** www.trakabarraka.com

**Tutoner**

Sector: Reciclaje-Consumibles **Contacto:** Francisco Baena **Sede:** Castellón **Teléfono:** 964 05 16 41 **Correo:** tutoner@tutoner.es **Web:** www.tutoner.es

**Universalis**

Sector: Administración de fincas **Contacto:** Carlos León **Sede:** Guía de Isora **Teléfono:** 922 13 83 17 **Correo:** info@grupouniversalis.es **Web:** www.grupouniversalis.es

**Viajes Azul Marino**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Iñaki Velasco **Sede:** Bilbao **Teléfono:** 667 70 66 76 **Correo:** expansion@viajesazulmarino.com **Web:** www.viajesazulmarino.com

**Viajes Carrefour**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Ignacio Soler **Sede:** Alcobendas **Teléfono:** 91 663 37 33 **Correo:** es\_viajes\_asociados@carrefour.com **Web:** www.carrefour.es/viajes

**Viajes Outlet**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Jordi Alcaraz **Sede:** Las Palmas de Gran Canaria **Teléfono:** 902 00 28 52 / 93 188 87 33 **Correo:** info@viajes-outlet.com **Web:** www.viajes-outlet.com

**Wilma Stoned**

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

**Vive Soluciones Inmobiliarias**

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** José Luis Nevado Sierra **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 954 97 50 40 **Correo:** jsierra@grupo-vive.com **Web:** www.grupo-vive.com

**Volaria Travel**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Tamara García/Priscilla Lantadilla **Sede:** Alcoy **Teléfono:** 965 52 35 99 **Correo:** central@volariatravel.com **Web:** www.volariatravel.com

**Voy Volando**

Sector: Pizzerías **Contacto:** Luis Fernando Rivero **Sede:** Las Gabias **Teléfono:** 958 13 50 09 **Correo:** centralvoyvolando@hotmail.com **Web:** www.voyvolando.com

**Xococa All About Chocolate**

Sector: Alimentación **Contacto:** Maribel Rivera **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 304 03 00 **Correo:** maribel@xococa-bcn.com **Web:** www.xococa.es

► repercute en una mayor rentabilidad de sus centros. En ocasiones también podemos entrar en locales de mayor superficie, de modo que podemos incorporar más servicios”, añade.

D-Beauty Group lanzó el concepto D-pílate en 2009, en propiedad y en franquicia, después de una experiencia de 5 años en el campo de la estética con otra enseña, D-uñas. El nuevo negocio estaba enfocado a la prestación de diversos servicios, como fotodepilación, fotorrejuvenecimiento, remodelación mediante cavitación y radiofrecuencia, y tratamientos faciales como la microdermoabrasión.

“Nuestra franquicia se basa en 4 pilares fundamentales: imagen, calidad de la tecnología y eficacia de los tratamientos, protocolos definidos y tarifa plana en los servicios”, afirma Benasuly.

La cadena, con sede en Málaga, está formada por 70 establecimientos (68 franquiciados), que funcionan en todas las regiones excepto Asturias, Cantabria, Murcia y Extremadura.

La enseña comenzó su internacionalización en el pasado año 2012 y ahora está presente en Estados Unidos, México, Perú y Ecuador, con 6 locales.

De aquí a un año, la central de Málaga espera sumar 20 centros, en municipios con más de 8.000 habitantes.

“Nuestra franquicia es ideal para el autoempleo. El franquiciado puede comenzar desde cero, sin necesidad de conocimientos previos, pero sí con una clara orientación al cliente”, señala Benasuly. “La marca también es perfecta para los inversores por su fácil gestión”.

El concepto D-pílate propone varios modelos de negocio, en función de los servicios que el franquiciado quiera introducir en el centro. Así, existe el formato de fotodepilación, el de fotodepilación más cavitación, y el más completo, que suma la radiofrecuencia a los anteriores.

El primer modelo puede montarse con una inversión que parte de unos 15.000 euros. El presupuesto incluye equipo de fotodepilación y fototerapias, 1 camilla, mobiliario de cabina, mobiliario de recepción y sala de espera, elementos decorativos, rótulos, programa informático de gestión, uniformes, papelería, consumibles, producto de venta y uso en cabina, manuales de franquicia, formación inicial, y guía de obra y decoración.

La central establece un canon de mantenimiento de 390 euros al mes.



# Conoces el Rolled Japanese Crepe de MOMI & TOY'S



## Una franquicia original

Por la **exclusividad de su producto** (gracias a su fórmula secreta es menos graso y más natural que el crepe francés) y la **distinción de sus locales**.

## Sencillez operativa

No precisa experiencia previa en el sector, **te formamos**.

## De moderada inversión

**Desde 60.000€** (modalidad de negocio móvil) **hasta 80.000€** (modalidad de establecimiento tradicional).

## Rápido retorno

**Recuperación de la inversión** en un periodo aproximado en un año.

**Escríbenos y únete a la franquicia de mayor crecimiento del sector en Japón**



[www.momiandtoy.es](http://www.momiandtoy.es)  
[expansion@bya.es](mailto:expansion@bya.es)  
Tel. 91 444 81 64

**MOMI & TOY'S**  
ROLLED JAPANESE CREPE



ORO RAPID

# El oro se marcha a los centros comerciales

*La crisis también tiene un color dorado, el que resplandece de un sector que no deja de crecer. Aunque para todo hay una vuelta de tuerca. Estos nuevos cazadores del metal precioso ya no captan clientes en las vías urbanas, que empiezan a estar saturadas*



Fotos: Laura Martínez Lombardía

mica no hay señal de que esa tendencia vaya a parar y no parece que la situación tienda a mejorar. Por lo menos faltan 4 o 5 años para que llegue la recuperación y, mientras, la gente tendrá que seguir vendiendo sus joyas”, dice Asín.

Sin embargo, la venta de metales preciosos no siempre ha de ir ligada a la necesidad. “Hay mucha gente

Que en estos tiempos de crisis el oro cotice al alza –en los mercados bursátiles y en las calles de las ciudades– tiene su explicación. “Hay una desconfianza generalizada hacia las divisas. Los países con mayor crecimiento, como China, la India o Brasil, transforman sus reservas

en oro y de ahí la demanda creciente de este metal y la subida de su precio desde hace 10 años”, explica Nacho Asín, socio fundador y director general de Oro Rapid.

Y parte de esa demanda se satisface con la venta del oro de los particulares. “Desde 2008 y debido a la crisis econó-

que tiene oro en su casa que no se pone, y que no sabe que tiene un valor alto”, subraya el director general de Oro Rapid. De ahí su lema, “descubra el valor de su oro”, que también considera como una de las diferencias de esta marca madrileña con otras dedicadas a la compraventa de metales preciosos.

“Otra diferencia es la transparencia del local y del proceso de tasación, que realizamos delante del cliente. Queremos transmitir confianza, sin pantallas de cristal que bloquean la comunicación, y ofrecer un excelente trato. Buscamos que nos recomienden”.

En octubre de 2011 se inauguró el primer Oro Rapid en Barcelona. “Procedemos de una familia dedicada a la joyería. Hace 3 años abrimos en Madrid una tienda de compraventa de oro con otra marca, pero nos dimos cuenta de que este negocio estaba prácticamente saturado en la calle”.

### Un nuevo nicho de mercado

De aquella reflexión surgió la idea de trasladar el concepto a los centros comerciales, donde la competencia aún no había entrado. “Vimos que ahí sí había un buen nicho de mercado, que además favorecía la transparencia y accesibilidad que queríamos otorgar a



nuestra enseña”, recuerda el socio fundador de Oro Rapid.

Así se fundó la marca, con la idea de expandirla con franquicias. “Hay que aprovechar el momento y crecer lo más rápido posible con el fin de lograr una buena presencia en el mercado”.

En diciembre de 2012 comenzó a operar la primera tienda asociada de la marca, que actualmente abandera 4 establecimientos (3 propios).

Durante 2013 y 2014 la central prevé sumar 25 unidades en localidades con más de 50.000 habitantes. “En el ámbito internacional también estamos en conversaciones para instalar una masterfranquicia en México. Latinoamérica en general es un mercado interesante”.

Oro Rapid es una enseña pensada para emprendedores que se quieran



autoemplearse o inversores. “Se trata de un negocio fácil de gestionar si la central asesora adecuadamente. Hay mucha normativa y aspectos legales que se deben cuidar y que nosotros conocemos bien”, señala Nacho Asín.

La marca se instala normalmente en un expositor de 6 metros cuadrados en un centro comercial. “En Madrid, en cambio, la normativa no permite montar expositores para este tipo de negocio, así que en este caso es necesario un local de 15 metros cuadrados como mínimo”, matiza el socio fundador de Oro Rapid.

Instalar un expositor de la marca cuesta 27.500 euros. La cifra se desglosa entre el derecho de entrada (15.000 euros más IVA), el expositor (11.000 euros, incluidos el transporte y la instalación) y el equipo de TPV y programa informático (1.500).

La inversión en un local asciende a unos 29.500 euros, obra civil aparte. En este caso se destinan 11.000 euros a mobiliario y decoración y 2.400 a la adecuación.

La central madrileña establece un canon de mantenimiento decreciente para sus franquiciados. El primer año es de un 5% de las compras, el segundo año baja al 3%, y a partir del tercer año se queda en el 1%, “Según pasa el tiempo y el franquiciado va conociendo su negocio, también necesita menos ayuda por nuestra parte. No queremos aprovecharnos del saber hacer de los asociados”.

## Si Mahoma no va a la montaña

La instalación de Oro Rapid en los centros comerciales no es solo una mera ubicación para este negocio. Además de la “transparencia” y “confianza” que la central quiere transmitir, este tipo de emplazamiento tiene otras implicaciones. “Elegimos centros comerciales que tengan un supermercado, porque favorece la rotación de clientes cada día”, señala Nacho Asín, director general de Oro Rapid. Con el flujo de potenciales usuarios garantizado, solo queda captarlos. “Otra de las innovaciones de la enseña es que vamos a



buscar al público, no esperamos a que se anime a conocerlos. Por esa razón, nuestros locales funcionan casi a pleno rendimiento desde el primer día”, destaca el director general de la enseña madrileña.

Este modelo de acercamiento ha provocado un interés en otra dirección. “Para el centro comercial suponemos un buen reclamo, ya que nuestros clientes se gastan el dinero que les damos en las tiendas del centro”, dice Asín. “Varios gerentes nos han dicho que, junto con los negocios de yogur helado, somos el futuro”.

**Catalina Mahón**



**Más información:** Departamento de Expansión  
91 44481 61 • [ororapid@bya.es](mailto:ororapid@bya.es) • [www.ororapid.es](http://www.ororapid.es)

# Hemos decidido subir los precios. Y funciona

*Texto: Antonio Sánchez Lorenzo / Fotos: Thor Castro*

**D**esde que se creó, a mediados de 2007, Oh my Cut! ha abierto 41 salones en España (25 franquiciados), a una tasa de entre 8 y 10 aperturas por año durante los últimos 3 años. Este desarrollo le ha permitido incrementar la facturación de la cadena un 43% durante el peor ejercicio de la crisis, hasta sumar 4,95 millones de euros, después de inaugurar 8 salones en España y 1 en México, por donde ha comenzado la exportación del concepto. Las previsiones para este 2013 se cifran en un mínimo de 10 incorporaciones en nuestro país y en arrancar a buen ritmo en Latinoamérica.

La enseña tuvo la fortuna de partir como un concepto de bajo coste cuando ni su fundador, Francisco Medina Pérez, ni nadie en el mercado de la peluquería había previsto que dos

años después iba a sumirse en una crisis descomunal. Ahora, cuando los recortes de precios son tendencia en el sector, que busca así la supervivencia, Medina ha decidido subirlos.

**¿NO LE PARECE SUICIDA AUMENTAR LOS PRECIOS PRECISAMENTE AHORA?**

Hay gente del sector que los está bajando, pero a costa de utilizar malos productos. Y el cliente lo nota. Nosotros, con la adaptación de precios que estamos haciendo, conseguimos

**La facturación de la cadena se incrementó durante 2012 un 43%, hasta sumar 4,95 millones de euros**

# Francisco Medina



**“Primero pasamos de la exuberancia al bajo coste, y ahora entramos en la era de las consecuencias”**

que los márgenes se mantengan, como está previsto en el modelo operativo, pese a la recesión que está sufriendo la industria de la peluquería y la belleza. Y pensamos que todavía tenemos un buen recorrido y muchas opciones de mejora.

**PERO ESE NO ES EL MODELO QUE SE PLANTEÓ INICIALMENTE.**

Al principio queríamos generar un concepto de peluquería básico. Por mi experiencia en el sector, donde empecé a trabajar a los 18 años, sabía que aproximadamente el 80% de los ingresos de un salón procede de 4 servicios: cortar cabellos, peinarlos, ponerles color y hacerles mechas o tratarlos, y luego por la venta de productos. Nosotros comenzamos con estas líneas y poco más, con una lista de precios muy sencilla, estilos muy fáciles de replicar y absolutamente nada de moda, porque eso ya lo estaban haciendo todas las peluquerías.

**UN CONCEPTO DE BAJO COSTE.**

Una fórmula con precios buenos, en un espacio bien presentado y con grandes productos. Esto último nos dio algo fundamental: credibilidad en el sector y ante el cliente, porque nos alineamos con Procter & Gamble y sus marcas Wella y Sebastian.

**¿CÓMO ERAN ESOS PRECIOS?**

En el momento en que nació Oh my Cut! ➤

**“Si pasas de cobrar 40 a 20 euros por lo mismo, el cliente puede pensar que lo has estado engañando”**

➤ andaban alrededor de un 30% por debajo de la media del mercado, y ahora, un 15%. Mientras muchos han bajado los precios, nosotros los hemos ido subiendo, pero añadiéndole valor a la fórmula.

**Y, SORPRENDENTEMENTE, ESO FUNCIONA.**

Nos está funcionando muy bien porque nacimos como una empresa de costes bajos y nos hemos encaminado hacia un segmento de va-

**“Me consta que algunos jugadores del tablero de la belleza están haciendo malas prácticas”**

lor añadido, de modo que el cliente ve que, por un poquito más de dinero, está recibiendo muchas más cosas. Hemos duplicado el número de servicios, hasta 15 o 18. Y la imagen de los salones, que ya era buena, ha experimentado una gran evolución, con nuevos espacios diseñados para potenciar la reventa de producto. Por ejemplo, hemos creado una zona para poner color, donde hacemos que el cliente interactúe al hacer la mezcla, de manera que pueda ver que utilizamos artículos profesionales, de buena calidad. Además, ahora apostamos por la moda urbana.

**¿EN SUS PELUQUERÍAS HAY PERSONAL QUE TRABAJE COMO AUTÓNOMO?**

No, en absoluto. En nuestra cadena los peines los pone el salón, porque a quien paga el cliente es al salón. Este concepto de alquiler de tocadores o de autónomos ya lo vi en Estados Unidos la primera vez que estuve trabajando allí, en el año 97. Pero no creo que sean las mejores condiciones para un empleado. No podemos acabar con la gallina de los huevos de oro, y eso es lo que pasa cuando llegas a un punto en el que explotas a todo el mundo: proveedores, clientes, empleados. Al final te cargas el sector. No quiero mencionar a nadie, pero me



## UN SUSTO MAYÚSCULO

El pasado 20 de enero hizo su primer medio maratón, en Santa Pola. Esa dura carrera de 21.097 metros supuso la culminación de un gran cambio personal que Francisco Medina inició en 2010. “Hasta entonces solo había estado centrado en el trabajo y la familia. Hace dos años y medio decidí que eso tenía que cambiar y sacar una parte del tiempo para mí, y comencé a correr”. Toda su familia vive en Elche, donde Medina nació en 1974. Y en Elche ha residido siempre aunque por su empleo en Procter & Gamble ha trabajado en varias ciudades de dentro y fuera de España, sobre todo de Estados Unidos y Europa, primero como formador y luego como directivo. “Viajo constantemente, pero quiero permanecer allí donde me se siento a gusto”. Medina, que mide 1,84, confiesa que en su decisión también influyó la báscula, que un día le dio un susto mayúsculo, superior a 100 kilos. Desde entonces ha perdido 20. La transformación del fundador de Oh my Cut! ha sido la consecuencia de un reto personal, pero en ella también tuvo que ver, ay, el negocio. “Al sacar tiempo para ti”, reflexiona, “consigues un equilibrio que es fundamental para la actividad en la que más tiempo gastas, que es en el trabajo”.

consta que algunos jugadores del tablero de la belleza, no sé si porque están muy necesitados o porque no ven otra salida, están haciendo malas prácticas.

**¿CÓMO ESTÁ AFECTANDO LA CRISIS AL SECTOR?**

Aquí está pasando lo que pasó en otros países de Europa y en Estados Unidos hace ya tiempo. El mercado de la peluquería en España se encuentra tremendamente atomizado. Solo el 7 u 8% de las unidades operativas forma parte de cadenas; el resto son pequeños salones o minicadenas. Y cuando vienen mal dadas, las que más sufren son las empresas pequeñas. Es un problema para ellas, pero es una ventaja competitiva para quien tiene algo que contar. Porque, aunque ha habido una bajada importante de consumo, la gente sigue gastando en peluquería.

**¿NO SON MÁS FLEXIBLES LAS PYMES?**

Como sucede en muchas pymes en este país, en las de peluquería se carece de capacitación para gestionar el negocio. Numerosas firmas crecieron, aumentaron la plantilla, incluso

**“Numerosas firmas de peluquería crecieron antes de la crisis sin saber cuál era la clave de su éxito”**

abrieron un segundo o un tercer salón, sin saber cuál era la clave de su éxito. Como no sabían por qué funcionaban bien, ahora no saben por qué funcionan mal.

**¿NO LES AYUDA BAJAR LOS PRECIOS?**

Muchos piensan que eso es lo que hay que hacer ahora para ser competitivos. Pero si pasas de cobrar 40 a 20 euros, el cliente piensa: ¿qué ha pasado aquí?. ¿me has estado engañando durante todo este tiempo? Y, además, sabe que hay otro que no le cobra 20 euros, sino 25, pero le está dando más.

**“Constantemente sometemos a pruebas de estrés a los salones, con auditorías y clientes misteriosos”**

**QUE ES LO QUE ESTÁN HACIENDO USTEDES.**

Tiene sentido, porque por un lado ha bajado el dinero que la gente se gastaba en peluquería, pero también ha cambiado la forma que tenía de gastarlo. En el primer salón que tuve, donde el tique medio era de 45 euros, he visto a gente comprar productos o hacerse servicios sin importarle absolutamente nada. Era un dispendio brutal. Hoy no. Hoy esas clientas, aunque no se hayan reducido sus ingresos, no piensan pagar 45 euros cuando pueden pagar 27 o 25 por lo mismo. Creo que primero pasamos de la era de la exuberancia a la del control del dinero, es decir, a la del *low cost*, y que ahora entramos en una tercera fase, que nosotros denominamos la era de las consecuencias.

**PROFETIZA EL FIN DEL BAJO COSTE.**

El proceso ha sido así, al menos en la peluquería: yo antes gastaba 40; después pasé a gastar 20, pero me di cuenta de que con 20 no tenía lo que quería, y ahora voy a gastar 25, pero por ese precio quiero lo máximo. Esa es la oportunidad en el sector. Tengo muy claro que debemos conseguir que el cliente piense que, por los 25, 26 o 27 euros que le supone nuestro tique medio, se le atiende en un salón con una imagen increíble, con grandes profesionales, los mejores productos, unos buenos horarios, un sistema de control de turnos, eventos, recomendaciones, moda, manicura especializada...

**¿VIGILAN MUCHO LAS FRANQUICIAS?**

Constantemente sometemos a pruebas de estrés a las peluquerías, con clientes misteriosos, auditorías o visitas de responsables de área. Cuando detectamos alguna anomalía en los resultados de un salón, inmediatamente invita-

## EL PODER DE LA CONFIANZA

El principal problema que hay que afrontar al lanzar un negocio es la confianza, asegura Francisco Medina, que desde el principio se planteó Oh my Cut! como una cadena de peluquerías. “Pero no podía ponerla en marcha yo solo; necesitaba inversores y un equipo. Y cuando le quieres vender tu idea a alguien, lo primero es conseguir que confíe en lo que tú le dices”.

Lo logró, y en junio de 2007 se lanzaba Oh my Cut! en Murcia, y en Alicante en agosto. No eran los primeros salones de Medina, que ya tenía 3, el primero de ellos abierto en 2000. “Pero eran peluquerías demasiado personales. Tiraban mucho de uno, y así es el negocio el que controla tu tiempo. Pero yo quería controlar mi propio tiempo, y para eso había que darle la vuelta a la tortilla”.

Inspirado por *Lovemarks*, el bestseller del gerente de Saatchi & Saatchi, Kevin Roberts, se centró en crear una marca que enamora al cliente, y, avalado por la experiencia de 15 años de trabajo en el sector, ideó un modelo con una visión opuesta al personalismo y al localismo de sus primeros salones. De ahí el nombre Oh my Cut!, “porque la compañía nace como un concepto global, y el idioma global por excelencia es el inglés”. Ahora, 5 años y medio después, el principal problema para crecer sigue siendo el mismo que al principio. “Al final es todo cuestión de confianza. Sin ella es imposible conquistar a los franquiciados y hacerles ver que verdaderamente van a salir adelante”.



mos al propietario a que acuda a la central. Allí revisamos sus informes ejecutivos y de gestión, y hacemos una jornada de desarrollo. Como resultado, el franquiciado siempre se va con un plan de contingencia debajo del brazo para mejorar la situación. Esta es una de las cosas que más valora, porque se siente arropado por la central.

**¿QUÉ RENTABILIDAD SE PUEDE ESPERAR?**

La peluquería no es un negocio de corto plazo, porque los márgenes son los que son, pero en

**“La peluquería no es un negocio de corto plazo, pero se puede comer de él durante mucho tiempo”**

contrapartida se puede comer de él durante mucho tiempo.

**¿CUÁNTO SE PUEDE GANAR?**

Alrededor de un 16 a un 20% anual. Un salón medio puede facturar perfectamente 150.000 o 160.000 euros al año.

**¿POR QUÉ HA DECIDIDO SALIR FUERA DE ESPAÑA?**

Empezamos en México, donde tenemos un salón, y ahora hemos firmado allí otras 2 masterfranquicias, cada una de las cuales se compromete a montar 10 unidades. Nosotros vamos a abrir en el segundo trimestre del año en México DF una peluquería propia y, si todo va bien, también en Colombia unos meses después. Además, estamos sondeando Panamá. La internacionalización es una gran oportunidad, pero requiere mucho esfuerzo, porque hay que conocer las necesidades locales, el funcionamiento, la legislación, los proveedores, los equipos, los precios. Salir fuera es algo muy serio. O te lo planteas como abrir una empresa nueva o puede acabar contigo.



[www.ohmycut.com](http://www.ohmycut.com)



## Promoción de MBT hasta agotar existencias

Las zapaterías Masai Barefoot Technology (MBT) han puesto en marcha una promoción por la que venden una serie de modelos seleccionados a 99,95 euros hasta agotar existencias. De este modo, la cadena de origen suizo hace más asequible la adquisición de un calzado que se diferencia de la competencia porque, según recalca,

contribuye a activar la musculatura, mejora la postura y reduce el dolor lumbar. La colección otoño-invierno de MBT está fabricada con materiales que repelen el agua e interiores que protegen el pie de las inclemencias del tiempo.

Más información: 900 106 801  
Internet: [www.mbt.com](http://www.mbt.com)



## Un sello de calidad para CLÍNICA SACHER

La red de medicina estética Clínica Sacher ha sido reconocida con la Q de Quality Clinic, un sello de calidad que reúne a las mejores clínicas dentro del ámbito médico y estético.

“La marca de calidad garantiza que los clientes recibirán excelencia, tanto en tratamientos puramente médico-estéticos como en las intervenciones de cirugía estética, con el



añadido de un trato cercano y personal”, destacan en la central de Ontinyent (Valencia).

El certificado se obtiene después de una auditoría de los centros que verifica el cumplimiento de unos estándares en la gestión empresarial y los servicios prestados.

Más información: 962 38 90 09  
Internet: [www.clinicasacher.com](http://www.clinicasacher.com)

## BRASA Y LEÑA comienza 2013 con 25 restaurantes

Churrascarias Brasa y Leña ha hecho balance de 2012. La cadena de carnes a la brasa al estilo

de rodizio brasileño terminó el año con 25 restaurantes en 13 provincias y más de un millón de visitas en sus locales. Durante 2012 se sumaron 8 nuevos estable-

## OROCASH reparte premios entre sus clientes

Durante diciembre y hasta el 5 de enero, Orocash regaló 36 “experiencias únicas”. “Aprovechando la temporada navideña, queríamos recompensar a un gran número de clientes, porque nos apoyan día a día y nos han llevado a ser una cadena sólida en esta época de crisis”, señalan en la central de Churriana de la Vega (Granada).

La campaña “Realizamos tus sueños” consistía en un sorteo, en el que cada cliente podía participar si realizaba una transacción de compraventa de 20 gramos de metales preciosos. Los ganadores podían elegir, dentro de la categoría que le hubiera tocado, una escapada a un monasterio o antiguo palacio, un circuito de spa, vuelos en ultraligero o conducción extrema en coches deportivos.

Más información: 902 09 06 27  
Internet: [www.orocash-orobank.com](http://www.orocash-orobank.com)



cimientos en Madrid, Álava, Barcelona, Alicante, Valladolid, Zaragoza y Murcia. En sus 4 años de funcionamiento, la central de San Sebastián de los Reyes (Madrid)



ha realizado una inversión superior a los 10 millones de euros y ha creado alrededor de 500 puestos de trabajo. La inversión media por local ha sido de unos 400.000 euros, en superficies de entre 300 y 400 metros cuadrados.

Más información: 91 659 42 12  
Internet: [www.brasayleña.com](http://www.brasayleña.com)



## EUREKAKIDS desembarca en Latinoamérica

Después de formar una red de 132 jugueterías en 7 países europeos, EurekaKids se ha adentrado en América Latina.

La cadena de Riudellots de la Selva (Girona) ha comenzado con una tienda en Bogotá, la capital de Colombia, a la que seguirá un segundo establecimiento en breve. Durante 2013, la central catalana ha previsto implantar 20 puntos de venta en Colombia, Chile, Panamá y Perú.

Para Erik Mayol, director general de EurekaKids, la entrada en Latinoamérica supone un paso decisivo en la internacionalización de la enseña. “Nuestra presencia en Europa se consolida día a día. Aquí ya somos una de las compañías líderes en juguetes educativos, especialmente en el sur. La llegada a Suramérica nos abre mercados que se mantienen lejos de la recesión y siguen la senda del crecimiento económico”.

Más información: 972 46 44 10  
Internet: [www.eurekakids.net](http://www.eurekakids.net)

Elige tu negocio

# 43 entre marcas



## Índice

	Ficha	Más pistas	Contactos
<b>Agencias inmobiliarias</b>		<b>28</b>	
Adaix	32	30	
Alfa Inmobiliaria	33	32	
Alquiland			54
Alquilotucasa.com	33		
Allenglobe Inmobiliaria Internacional	34	34	
Best House	34		
Bolsa Inmobiliaria Valencia			54
Casas del Mediterráneo	35		
Cases i més Immobiliària	35		
CDA Central de Alquiler	36		
Century 21	36		
Donpiso	37	36	
Engel & Völkers	37	38	
Expofinques-Exes	38	39	
Financiera Inmobiliaria	38		
Fincalium	39		
Fincaterra			54
Geconta Servicios Inmobiliarios			54
Grupassa	39	41	
Grupo Inmobiliario Centrex	40		
Inmocasa	40		
Inmoventaja.com	41		
La Casa Agency	41		
Look & Find	42		
OptimHome	42		
Piso On	43	42	
Polirooms			54
Primer Grupo Inmobiliarias	43		
RB Inmobiliaria	44	43	
Re/Max	44	44	
Reines Grupo Inmobiliario	45		
Roma Grupo Inmobiliario	45		
Solo Alquileres	46	45	
Tecnocasa	46	47	
Tecnorete	47	47	
Unicasa Factory			54
Vive Soluciones Inmobiliarias	47		
<b>Energías renovables</b>		<b>48</b>	
A Green Space	50		
Bioenergy	51	50	
Cero Grados Sur	52	51	
Grupo Euren	52		
Imener	53	53	
Natural Project Eléctricas & Renovables	53		

Informe sobre 31 cadenas de agencias inmobiliarias que aglutinan 1.352 unidades (1.272 pertenecen a asociados) ○ Tecnocasa lidera el sector con 255 oficinas ○ inversión aproximada entre 6.000 euros + obra civil y 100.000 euros + IVA ○ sin local o superficie mínima entre 25 y 80 m<sup>2</sup> ○ población mínima entre 5.000 y 50.000 habitantes

# Las franquicias inmobiliarias encuentran el suelo



## Pilar Rodríguez Fernández

**S**on 31 las franquicias que han conseguido mantenerse en el sector símbolo de la gran depresión económica. El número es significativo, porque es idéntico al de hace dos años y superior al de 2010, que marcó el mínimo con 24 marcas operativas –en 2006 se registró el récord, con 50 enseñas–.

En cuanto al número de unidades, si se comparan los datos de las 10 primeras cadenas –que concentran el 91% del sector–, el total de oficinas ha disminuido en un 8% en el último bienio, lo que supone 81 cierres netos. Una caída similar a la del ejercicio ante-

rior y a años luz del precedente, en el que se registraron 10 veces más clausuras, hasta un total de

**El último trienio se caracterizó por el mantenimiento de las redes, aunque con ligeras caídas**

856.

Estos datos inducen a pensar que en el último trienio las fran-

quicias inmobiliarias han entrado en una nueva fase, de mantenimiento con ligeras caídas, radicalmente opuesta al trienio anterior, que destrozó el sector con la de-

**Las previsiones realizadas por los franquiciadores se mueven entre la cautela y el optimismo**

saparición del 70% de las oficinas abanderadas.

Las previsiones de los franqui-

ciadores se mueven entre la cautela y el optimismo (ver *Tendencias*). Entre los primeros se encuentran el director de Expansión de Re/Max España, José Luis García, que considera que “el futuro inmediato será duro durante un tiempo, hasta que aumente el acceso al crédito y mejore la economía española”, lo que “beneficiará en parte al segmento de la intermediación y contribuirá enormemente a su profesionalización”. “Estamos ante un mercado totalmente diferente y no debemos mirar atrás, sino adecuarnos a la nueva situación”, apunta David Allen, director general de Allenglobe Inmobiliaria Internacional, quien destaca que, “si bien el

**DAVID MOYA BENEDICTO**  
DIRECTOR GENERAL DE LOOK & FIND

## “Nuestras oficinas han ganado cuota por el hecho de mantenerse abiertas”

–Look & Find franquicia desde 1990, lo que la convierte en la enseña inmobiliaria más veterana. ¿Cuál es la clave para mantenerse después de tres crisis?



quiere decir que alguno de los locales que está abierto ahora pueda dejar de estarlo en este año.

–¿Cómo es el perfil del candidato de actual?

–En un 80% son

–La clave es una buena base de partida. Esta enseña se creó por los propios franquiciados, que tomaron la decisión de montar una central de servicios para que les diera soporte y les ayudara. Gran parte de los asociados de Look & Find son también accionistas y formaron parte de la génesis de la marca. A partir de ahí, hemos sido pioneros en la introducción de tecnología y hemos apostado por la formación, por los equipos profesionalizados y por la atención al cliente.

–¿El banco malo va a ser bueno para el sector?

–Aunque no nos gusta el apellido que le han puesto, esperamos que el producto que va a gestionar se canalice a través de los profesionales. Al ser una iniciativa pública, entendemos que debe buscar el beneficio de todos los sectores, y sobre todo el del consumidor. Y los que mejor podemos atender al consumidor inmobiliario y defender sus derechos somos los profesionales.

–¿Cómo espera que se desarrolle la red de Look & Find en 2013?

–Con la experiencia de 2012, año en el que hemos abierto 7 oficinas, y con los datos que tenemos nos parece razonable un objetivo 10 aperturas. Eso no

profesionales del propio sector de intermediación inmobiliaria que tienen su oficina, o bien de sectores afines como administración de fincas, consultorías o asesorías que ven el momento como una oportunidad para incorporarse a la intermediación y estar dentro de una red que les aporta todo lo necesario para poder funcionar.

–¿Qué supone abrir una agencia inmobiliaria hoy?

–Es el momento de posicionarse. En general, nuestras oficinas han ganado cuota en sus zonas por el simple hecho de mantenerse abiertas al público. El candidato valora esto, y también que seguimos apostando por incorporar novedades, por evolucionar y por desarrollarnos en los momentos más complicados, adaptándonos al medio.

–¿Es muy difícil convencer a los candidatos?

–Nuestra mejor referencia son nuestros asociados. A cualquier persona que esté interesada en la franquicia le pedimos que pregunte, que se informe, porque lo que no queremos es que se incorpore nadie que luego no se sienta cómodo o identificado, no solo con la metodología de trabajo, sino con los valores que defendemos.

Antonio S.L.



número de compraventas no ha remontado, se siguen vendiendo viviendas”.

**La rentabilidad esperada.** Uno de los más optimistas es Emiliano Bermúdez, responsable de Expansión de Donpiso, que afirma que el mercado actual “permite rentabilizar el punto de venta sin grandes dificultades”, y que el sector

**La superficie mínima de la oficina es de solo 25 m<sup>2</sup> en 6 enseñas y de 30 m<sup>2</sup> en 5**

“será de los primeros en iniciar la recuperación cuando la situación económica general mejore un poco: entonces el rendimiento será altísimo”.

Pero los franquiciadores son conscientes de que es muy difícil captar emprendedores tras cinco años de malas noticias sobre el sector, y hacen esfuerzos por aligerar el coste del negocio. En este sentido es significativa la reducción de la superficie mínima, que es de solo 25 metros cuadrados en 6 enseñas y de 30 metros en 5. O, incluso, la eliminación del local, al menos en la etapa inicial, una modalidad que ya utilizan Alfa Inmobiliaria, Best House, CDA Central de Alquiler, Expofinques, Inmoventaja.com y Optim-Home. De este modo el franquiciado puede probar el negocio sin necesidad de grandes desembolsos.

Por el lado del producto, las franquicias incluyen todo tipo de servicios complementarios, como seguros y reformas, y algunas hacen hincapié en el negocio de los arrendamientos, menos rentable que las compraventas pero en alza en la actualidad. De hecho, 3 enseñas se dedican únicamente a esta actividad (Solo Alquileres, Alquilotucasa.com y CDA Central

de Alquiler). Joaquín Rivera, responsable de Expansión de CDA, entiende que “este es uno de los pocos sectores a los que la crisis económica ha ayudado en su desarrollo”.

**3 con más de 100.** En total, las 31 enseñas inmobiliarias que buscan asociados aglutinan 1.352 agencias, de las que 1.272 (el 94%) pertenecen a asociados. Las tres primeras superan el centenar de unidades: la italiana Tecnocasa, con 255; la barcelonesa Best House, que declara 219 unidades, y la madrileña Alfa Inmobiliaria, con 140.

Los conceptos que se franquician pueden ser viables en localidades con una población mínima entre 5.000 habitantes (Allenglobe, Grupo Inmobiliario Centrex, Primer Grupo Inmobiliarias) y 50.000 (Alquilotucasa.com, Roma Grupo Inmobiliario). La superficie mínima del establecimiento oscila entre 25 y 80 metros cuadrados (Engel & Völkers).

La inversión inicial mínima aproximada oscila entre los 6.000 euros más obra civil que declara Alquilotucasa.com y los 100.000 más IVA de Engel & Völkers. El fondo de maniobra adicional, necesario hasta que se equilibran las cuentas, puede llegar hasta 50.000 euros, aunque las cifras más recomendadas son 15.000 y 20.000.

**Al prescindir del local, el asociado puede probar el negocio sin grandes desembolsos**

7 marcas no cobran derecho de entrada, un epígrafe de la inversión que en las demás varía, IVA aparte, entre 500 euros (Fincalium) y 32.500 (Engel & Völkers).

Los pagos periódicos al fran-



➔ quiciador más frecuentes son el canon de mantenimiento, que cobran 29 centrales (entre el 6 y el 12,5% de las ventas o entre 75 y 1.713 euros al mes) y el de publicidad, aplicado por 14 (el 3 o 4% de la facturación o entre 18 y 210 euros mensuales).

**7 marcas extranjeras.** 24 de las 31 enseñas analizadas en este informe son españolas, 3 italianas (Solo Alquileres, Tecnocasa y Tecnorete), 2 estadounidenses (Century 21 y Re/Max), 1 francesa (OptimHome) y 1 alemana (Engel & Völkers). 28 marcas se han inscrito en el Registro de Franquiciadores.

La cadena más veterana en

franquicia es Look & Find, que vendió la primera licencia en 1990, y las más bisoñas son CDA, Fincalium y Roma, que comenzaron la expansión con asociados en el pasado año 2012. OptimHome, por su parte, comienza ahora su desarrollo en España.



**A**daix propone un negocio centrado en la intermediación inmobiliaria y complementado con servicios financieros, seguros y administración de fincas. “Los seguros generales son una actividad con un



**Adaix.** La enseña alicantina no precisa un emplazamiento especial para sus locales, de al menos 25 m<sup>2</sup>.

crecimiento anual significativo”, destaca Alain Brand, director del Grupo Adaix.

La central proporciona asesoramiento y soporte técnico a través de un portal de formación *online*

con asistencia las 24 horas.

**■ Trayectoria.** Las primeras unidades propia y franquiciada de Adaix datan de 2005, y desde 2007 cuenta con una masterfranquicia en Francia. La enseña, con sede en Torrevieja (Alicante), abanderará en la actualidad 84 oficinas

(83 asociadas) que le dan presencia en todas las comunidades autónomas.

**■ Perfil del asociado.** Persona motivada y seria, con buena presencia y aptitud comercial. El franquiciado ➔

Nombre de la enseña	Unidades operativas (*)	Aperturas en un año	Primer asociado	Fondos necesarios (euros)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Población mínima (habitantes)
1 Tecnocasa	255		1994	30.000/40.000 <sup>(1)</sup>	Mínima: 25 - Recomendable: 40/50	20.000
2 Best House	219	50	1999	Desde 12.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (desde 6.900 sin local)	Mínima: 25 o sin local - Recomendable: 50/60	No facilitada
3 Alfa Inmobiliaria	140	12	1997	No facilitada	No necesita local al principio	Sin límite
4 Adaix	84		2005	Desde 10.000 <sup>(1)</sup> + obra civil + IVA (para 25 m <sup>2</sup> )	Mínima: 25 - Recomendable: 40	Sin límite
5 Donpiso	83	15	1997	10.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 40 - Recomendable: 60/70	No facilitada
6 Expofinques-Exes	81	10	2000	No facilitada	Mínima: 60 o sin local - Recomendable: 80	30.000
7 Look & Find	78	Desde 10	1990	25.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 60 - Recomendable: 75/100	10.000
8 Re/Max	60	20	1995	60.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (con fondo de maniobra) (para 70 m <sup>2</sup> )	Mínima: 70 - Recomendable: 100	10.000
9 Engel & Völkers	50	15	2000	100.000/138.000 <sup>(2)</sup> + IVA (para 80 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 80/100	Sin límite
10 Grupassa	45	5	1999	22.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 50 m <sup>2</sup> )	Mínima: 50 - Recomendable: 90	35.000
11 Solo Alquileres	42 (+ 1 rincón)	25	2008	No facilitada	Mínima: 35 - Recomendable: 50	30.000
12 Primer Grupo Inmobiliarias	40	10	2001	10.000/15.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 40 - Recomendable: 60	5.000
13 Casas del Mediterráneo	19	1	2000	60.000 + IVA (para 70 m <sup>2</sup> )	Mínima: 50 - Recomendable: 80	40.000
14 La Casa Agency	18		2009	No facilitada	No facilitada	No facilitada
14 RB Inmobiliaria	18 (+ 2 rincones)	20	2004	20.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 40 m <sup>2</sup> )	Mínima: 25 - Recomendable: 45	Sin límite
16 Inmocasa	17		1997	15.000/18.000 <sup>(1)</sup>	Mínima: 40	10.000
17 Allenglobe Inmobiliaria Internacional	15	1/2	2001	27.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 30 m <sup>2</sup> )	Mínima: 30 - Recomendable: 60/80	5.000
18 Fincalium	14 (+ 9 rincones)	15	2012	No facilitada	Mínima: 30	10.000
19 Alquilerucasa.com	11 (+ 2 rincones)	20	2011	Desde 6.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 25 m <sup>2</sup> )	Mínima: 25	50.000
20 Century 21	10	20	2010	30.000 <sup>(1)</sup>	Mínima: 60 - Recomendable: 70/80	15.000
20 Grupo Inmobiliario Centrex	10		2003	24.000/50.000 <sup>(1)</sup>	Mínima: 50	5.000
22 Financiera Inmobiliaria	8	2	2004	20.000 <sup>(1)</sup> (para 35 m <sup>2</sup> )	Mínima: 30 - Recomendable: 60	10.000
23 Vive Soluciones Inmobiliarias	7	5	2005	30.000 <sup>(1)</sup> (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 30 - Recomendable: 60	30.000
24 Reines Grupo Inmobiliario	6	3	2001	No facilitada (a negociar según experiencia)	Mínima: 60 - Recomendable: 70/90	Sin límite
24 Tecnorete	6		2004	30.000/40.000 <sup>(1)</sup>	Mínima: 25 - Recomendable: 40/50	20.000
26 Immoventaja.com	4	4	2010	No facilitada	No necesita local	No facilitada
27 Cases i més Immobiliària	3	1	2005	Desde 18.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 50 - Recomendable: 60	10.000
27 CDA Central de Alquiler	3 (+ 12 sin local)		2012	Desde 8.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (1.000 sin local)	Mínima: 30 o sin local - Recomendable: 50/150	25.000/100.000
27 Piso On	3	2	2006	No facilitada	Mínima: 40 - Recomendable: 50	10.000
27 Roma Grupo Inmobiliario	3	4	2012	17.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 75 m <sup>2</sup> )	Mínima: 75	50.000
31 OptimHome	0			No facilitada	No necesita local	No facilitada

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

# SÚMATE AL ÉXITO EN FRANQUICIA DE MUNDOPÁN

**T**ras dos años de expansión, las **41 delegaciones** que la marca posee en toda España reparten diariamente pan y productos artesanales a domicilio a más de 12.000 familias, en más de 220 localidades y urbanizaciones diferentes.

**Mundopán a domicilio**, empresa especializada en el reparto de productos de alimentación de gran calidad y pan a domicilio dentro de un buzón panera térmico, registrado en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), continúa seleccionando socios que quieran formar parte de su red de negocio.

La firma, tras sólo dos años de crecimiento a través del sistema de franquicias, ha ampliado progresivamente su presencia en nuestro país y **ya opera en 13 provincias**, a través de 41 delegaciones: Madrid (14), Barcelona (11), Valencia (4), Málaga (2), Asturias (2), Toledo (1), Murcia (1), Cádiz (1), Zaragoza (1), Las Palmas (1), Tarragona (1), Sevilla (1) y Pamplona (1)

De la experiencia derivada de este proceso, **Mundopán** ha desarrollado y testado un modelo de franquicia que constituye una alternativa para inversores o una vía de autoempleo para emprendedores. La marca pone a disposición de sus socios acuerdos con proveedores a nivel nacional y toda una serie de economías de escala que beneficia a toda su red de delegaciones.

Este sistema de asociación es una garantía también para el franquiciador, ya que **Mundopán** se beneficia del conocimiento de la zona que posee el franquiciado y de una gestión directa y personalizada de sus unidades franquiciadas.

La entrada en la red de negocio de la firma implica una **inversión moderada**, a partir de 25.000 euros, para acometer todos los requisitos para la puesta en marcha de una nueva delegación, de los que el canon de entrada es de 15.400 euros e incluye 300 buzones panera térmicos.

De este modo, los socios cuentan con el apoyo y la formación inicial y continua para poder plasmar el sistema de trabajo de la marca y el saber hacer de la enseña.

## Las claves de este modelo de negocio se asientan sobre varios aspectos básicos:

– **'Buzón panera térmico':** estos dispositivos, registrados en la OEPM, se instalan de forma gratuita en las fachadas de las viviendas de los clientes y posibilitan y facilitan las labores diarias de entrega, ya que no es necesario que el consumidor se encuentre en casa en el momento en que **Mundopán** efectúa el reparto y optimizan la conservación de los productos que en ellos se deposita. Así, **Mundopán** se convierte en la panadería "en casa" de confianza de sus clientes con el objetivo de evitar desplazamientos para una mayor comodidad en su día a día.

– **Sistema informático de gestión:** con el fin de sistematizar y facilitar el trabajo diario del franquiciado, la central ha desarrollado en red un paquete de herramientas a través de las cuales se organizan las rutas de reparto, se registran los pedidos de cada cliente y se canaliza el sistema de facturación y cobros a finales de mes. La Central de Franquicias considera además esta herramienta clave para el ahorro en tiempo para sus franquiciados, por lo que se trata de un programa en continuo proceso de mejora y evolución de funcionalidades asociadas al mismo.

Como resultado de este planteamiento, la firma ofrece en la actualidad a más de 12.000 familias residentes en más de 220 puntos diferentes de la geografía española una prestación diaria, a domicilio, personalizada y que no precisa contratos de permanencia ni pedidos mínimos.

Te lo explicamos a través de [este vídeo](#).

Si quieres convertirte en nuestra franquicia nº 42, amplía la información o contáctanos directamente a través de [maria.gallego@bya.es](mailto:maria.gallego@bya.es) o del 91 444 81 63.



➔ debe tener conocimientos de informática a nivel de usuario.

■ **Ubicación.** Adaix no precisa un emplazamiento especial para sus locales, que deben ocupar al menos 25 metros cuadrados.

### La central proporciona asesoramiento y soporte técnico 'online' con asistencia 24 horas

■ **Desglose de la inversión.** La central calcula que se puede montar una oficina de 25 metros cuadrados con un desembolso aproximado a partir de 10.000 euros, obra civil e IVA aparte. El derecho de entrada es de 3.900 euros más IVA. "El franquiciado puede comenzar a su ritmo, pues somos conscientes de la coyuntura actual y facilita-

mos siempre un plan de desarrollo de la agencia adaptado a la situación de cada persona", señala el director del Grupo Adaix.

Asimismo, se aconseja contar con un circulante adicional de 3.500 euros. "Siempre es recomendable tener un fondo de maniobra, ya que todo negocio ha de contar con un aprovisionamiento para los primeros meses de comienzo de la actividad", subraya Alain Brand.

■ **Plantilla.** El franquiciado y un secretario o comercial.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

### ALFA INMOBILIARIA

Junto al servicio de intermediación básico, Alfa Inmobiliaria ofrece otros, como Particular Ven- de Inmueble, en el que la agencia publicita la vivienda del vendedor -al que también proporciona ase-

### ADAIX



Central	Grupo Adaix, S.L.
Actividad	Servicios inmobiliarios, seguros, financiera y administración de fincas
Contacto	Jesús Espinosa
Dirección	Ronda César Cánovas, 12
Código Postal - Localidad	03180 Torreveja (Alicante)
Teléfono	902 43 09 20 / 96 678 61 00
Fax	
Internet	<a href="http://www.adaix.com">www.adaix.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@adaix.com">info@adaix.com</a>
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	84
asociadas	83
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	1 masterfranquicia
Inversión aproximada	Desde 10.000 euros + obra civil + IVA (para 25 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	3.900 euros + IVA
Canon de mantenimiento	200 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	50 euros sin IVA al mes
Superficie	Mínima: 25 m <sup>2</sup> - Recomendable: 40 m <sup>2</sup> (local comercial, oficina)
Población mínima	Sin límite

## Tendencias

### Peor que el anterior

Jesús Duque Martínez, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria "Lo cierto es que el último año ha sido peor que el anterior, pero esperamos que en este 2013 se sienten las bases para que se empiecen a abrir nuevos negocios".



### Cierta estabilidad

Vittorio Rossi, presidente Grupo Tecnocasa España (Tecnocasa y Tecnorete)

"En 2012 el sector de la intermediación inmobiliaria de segunda mano, campo en el que operamos y somos expertos, se ha mantenido estable.



Para nosotros los periodos más duros fueron finales de 2007, 2008 y el primer semestre de 2009. Desde entonces, nuestro sector ha mostrado cierta estabilidad y nuestras oficinas bastante actividad, actividad que mejoró a finales de 2011 y en 2012.

En los últimos dos años hemos sustituido algún punto de venta y hemos seguido abriendo, afincándonos y apostando por

**"Para nosotros los periodos más duros fueron finales de 2007, 2008 y el primer semestre de 2009"**

aquellas poblaciones en las que ya tenemos presencia. El futuro lo vemos bien, pues creemos que los peores años ya han pasado".

### Una gran bolsa de demanda

Emiliano Bermúdez, socio-subdirector general y responsable de Expansión de Donpiso

"Actualmente es un mercado que permite rentabilizar el punto de venta sin grandes dificultades y que será de los primeros en iniciar la recuperación cuando la situación económica general mejore un poco: entonces el rendimiento será altísimo. Existe una gran bolsa de demanda que se va activando progresivamente a medida que los precios bajan. En el último año se ha experimentado una ligera mejoría con respecto al pasado ejercicio, y parece que se está consolidando como tendencia en inmuebles ubicados en las ciudades y poblaciones, es decir, en el mercado inmobiliario tradicional".



### Tras la gran reestructuración

Iban Otero Rekalde, director general de Piso On

"Esperamos que, después de la gran reestructuración que se está produciendo en el mercado, el sector inmobiliario comience a mejorar, aunque la evolución será paulatina".



## ALFA INMOBILIARIA



Central	Inmobiliaria de Administradores Alfa, S.A.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	Jesús Duque/Miguel Ángel Sancho
Dirección	C/ Palos de la Frontera, 4
Código Postal - Localidad	28012 Madrid
Teléfono	91 519 13 19
Fax	91 415 20 86
Internet	<a href="http://www.alfainmo.com">www.alfainmo.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@iaalfa.es">info@iaalfa.es</a>
Primer franquiciado en España	1997
Unidades en España	140
asociadas	139
Aperturas previstas en un año	12
Unidades en el extranjero	47
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	0/9.000 euros + IVA (según provincia y zona)
Canon de mantenimiento	150/375 euros al mes (según provincia y zona)
Canon de publicidad	70 euros al mes
Superficie	No necesita local al principio
Población mínima	Sin límite

## ALQUILOTUCASA.COM



Central	Atc Murcia 1, S.L.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Pza. Santa Catalina, 1, 1º C
Código Postal - Localidad	30004 Murcia
Teléfono	968 90 90 17
Fax	
Internet	<a href="http://www.alquilerotucasa.com">www.alquilerotucasa.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@alquilerotucasa.com">info@alquilerotucasa.com</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	11 (+ 2 rincones)
asociadas	10 (+ 2)
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 6.000 euros + obra civil (para 25 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	1.500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	350 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 25 m² (local comercial, oficina, a pie de calle o entresuelo)
Población mínima	50.000 habitantes

soramiento-, o intercambio, que ataca la escasez de financiación con el trueque de propiedades.

La enseña también apuesta por los alquileres, especialmente con opción a compra, pues "se bloquea el precio de la vivienda desde el comienzo del contrato de arrendamiento

y ofrecen al inquilino la posibilidad de disfrutar de la propiedad antes de adquirirla". "La tendencia inmobiliaria está cambiando a pasos agigantados: la inestabilidad económica y laboral da lugar a que cada vez sean más los españoles que apuesten por arrendar una vivienda en lugar de comprarla" asegura Jesús Duque, vicepresidente de la firma.

■ **Trayectoria.** Alfa Inmobiliaria inició su actividad con una agencia propia en Madrid, donde tiene la



**Alfa Inmobiliaria.** La marca madrileña tiene presencia en México, Chile, Ecuador, Nicaragua y Paraguay.

sede, en 1996, un año antes de comenzar la expansión con franquicias. En la actualidad abanderada una red de 140 unidades (139 asociadas) repartidas entre todas las comunidades autónomas.

La marca madrileña también tiene presencia en México, Chile, Ecuador, Nicaragua y Paraguay, países en los que dispone de 47 oficinas franquiciadas.

■ **Zonas preferentes.** País Vasco, Comunidad Valenciana, Cataluña y Madrid.

## Tendencias



### El nicho menos azotado

Ignacio Fiter, director de Expansión de Engel & Völkers "Nuestra enseña se dedica a los inmuebles de alto nivel, un nicho de mercado no tan azotado por la crisis económica como el inmobiliario en general. Los compradores que acuden a nuestras agencias saben aprovechar las oportunidades que se presentan por todo el mundo.

Las perspectivas son buenas, con un moderado crecimiento sobre los resultados del año anterior".

### Incipiente y con gran recorrido

Joaquín Rivera, responsable de Expansión de CDA Central de Alquiler "El segmento del alquiler es incipiente en España y tendrá un gran recorrido en los próximos años. De los casi 22 millones de viviendas con los que cuenta el país, solamente 1,7 millones están arrendadas. Para la próxima década se prevé llegar a 8 o 10 millones.

Este es uno de los pocos sectores a los que la crisis económica ha ayudado en su desa-

**"Este es uno de los pocos sectores a los que la crisis económica ha ayudado en su desarrollo"**

Sigue en la página 34

➔ **Perfil del asociado.** Persona emprendedora, con o sin experiencia inmobiliaria, con interés en dirigir un negocio propio con el apoyo y el respaldo de la marca. Para los precedentes del sector la enseña ofrece “condiciones económicas especiales”.

**“Estamos planteando un modelo sin inversión inicial, sin necesidad de local y sin riesgos”**

**Ubicación.** Alfa Inmobiliaria no exige comenzar el negocio con un local abierto al público.

**Desglose de la inversión.** La central, que cobra un derecho de entrada de hasta 9.000 euros más IVA según la provincia y la zona, no facilita el importe del presu-

puesto. “Estamos planteando un modelo de negocio sin inversión inicial, sin necesidad de local y sin riesgos económicos”, afirma Jesús Duque.

El fondo de maniobra aproximado que se recomienda es de 10.000 euros.

**Plantilla.** El asociado y un empleado.

**Duración del contrato.** La determina el franquiciado.

### ALLENLOBE INMOBILIARIA INTERNACIONAL

La cadena asturiana Allenglobe Inmobiliaria Internacional presta servicios inmobiliarios –principalmente, la venta y alquiler de todo tipo de inmuebles de nueva construcción y segunda mano– y financieros, como seguros o financiación.

**Trayectoria.** La enseña comenzó

## Tendencias

... Viene de la página 33

rollo. Durante el pasado año se ha notado un incremento en el número de operaciones y un descenso de entre el 15 y el 20% en los precios de alquiler”.



### Pero se siguen vendiendo viviendas

David Allen, director general de Allenglobe Inmobiliaria Internacional

“Creo que lo primero de todo es considerar que estamos ante un mercado inmobiliario totalmente diferente y no debemos mirar atrás, sino adecuarnos a la nueva situación. Y la realidad actual es que, si bien el número de compraventas no ha remontado, se siguen vendiendo viviendas. Aun con la recesión que vive nuestro país, con un alto grado de endeudamiento de un elevado porcentaje de las familias y con un comportamiento restrictivo de las entidades de crédito a la hora de facilitar el acceso a la financiación, los españoles tenemos mentalidad de vivir en propiedad. Por tanto, se siguen

**“Estamos ante un mercado inmobiliario totalmente diferente y no debemos mirar atrás, sino adecuarnos a la nueva situación”**

### ALLENLOBE INMOBILIARIA INTERNACIONAL



Central	Inmoglobe, S.L.
Actividad	Agencia inmobiliaria
Contacto	David Allen Martín
Dirección	C/ Caveda, 9, bajo
Código Postal - Localidad	33002 Oviedo
Teléfono	902 83 00 49 / 985 20 26 67
Fax	985 21 42 03
Internet	<a href="http://www.allenglobe.com">www.allenglobe.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@allenglobe.com">franquicias@allenglobe.com</a> - <a href="mailto:central@allenglobe.com">central@allenglobe.com</a>
Primer franquiciado en España	2001
Unidades en España	15
asociadas	14
Aperturas previstas en un año	1/2
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	27.000 euros + obra civil (para 30 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	12.000/15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	300 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	4% sobre facturación al mes
Superficie	Mínima: 30 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60/80 m <sup>2</sup> (fachada mínima de 4 m, recepción y 2 despachos, con escaparate)
Población mínima	5.000 habitantes

### BEST HOUSE



Central	Another Mind, S.L.
Actividad	Agencias inmobiliarias, financieras y multiservicios
Contacto	Diego Perelló
Dirección	P <sup>o</sup> Gracia, 55, 3 <sup>o</sup> 5 <sup>a</sup>
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	93 487 85 91
Fax	93 487 75 32
Internet	<a href="http://www.best-house.com">www.best-house.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicia@best-house.com">franquicia@best-house.com</a>
Primer franquiciado en España	1999
Unidades en España	219
asociadas	217
Aperturas previstas en un año	50
Unidades en el extranjero	3
Inversión aproximada	Desde 12.000 euros + obra civil (desde 6.900 sin local) <desglose parcial>
Derecho de entrada	Desde 6.750 euros + IVA (garantía contractual de recuperación)
Canon de mantenimiento	Desde 185 euros al mes (con compensación: 0 euros)
Canon de publicidad	18 euros al mes
Superficie	Mínima: 25 m <sup>2</sup> o sin local - Recomendable: 50/60 m <sup>2</sup>
Población mínima	No facilitada (a definir)

**CASAS DEL MEDITERRÁNEO**


Central	Casas del Mediterráneo Grupo Inmobiliario, S.L.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	Gonzalo Calvo Piera
Dirección	C/ San Vicente, 66 (edificio)
Código Postal - Localidad	46002 Valencia
Teléfono	96 394 48 48
Fax	96 394 02 00
Internet	<a href="http://www.casasdelmediterraneo.com">www.casasdelmediterraneo.com</a>
Correo	<a href="mailto:central@casasdelmediterraneo.com">central@casasdelmediterraneo.com</a>
Primer franquiciado en España	2000
Unidades en España	19
asociadas	17
Aperturas previstas en un año	1
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	60.000 euros + IVA (para 70 m <sup>2</sup> )
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1º año: 450 euros al mes, 2º: 550, 3º: 650
Canon de publicidad	210 euros al mes
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> - Recomendable: 80 m <sup>2</sup>
Población mínima	40.000 habitantes

a operar con un establecimiento propio en 2000, un año antes de poner en marcha la expansión con franquicias. Con sede en Oviedo, actualmente abanderada 15 agencias (14 asociadas) que se encuentran en Asturias, Castilla y León y Comunidad Valenciana.



**Allenglobe Inmobiliaria Internacional.** Asturias, Castilla y León y Valencia son sus zonas prioritarias.

“Nuestro objetivo a corto plazo es mantener las oficinas existentes e ir impulsando el desarrollo de la red de una forma muy sostenida y en emplazamientos muy concretos de estas regiones”, indica David Allen, director general de Allenglobe Inmobiliaria Internacional.

■ **Zonas preferentes.** Asturias, Castilla y León y Comunidad Valenciana.

■ **Perfil del asociado.** Persona joven y con carácter emprendedor.

No es necesario que el franquiciado tenga experiencia en el sector inmobiliario.

■ **Ubicación.** Emplazada en una zona muy céntrica o muy comercial, de gran tránsito peatonal, la agencia debe tener escaparate, recepción y dos despachos. La superficie mínima se ha fijado en 30 metros cuadrados, y se requiere una fachada de al menos 4 metros.

“Una de las señas de identidad de las oficinas de Allenglobe es la cuidada imagen de sus ofici- ➔

**CASES I MÉS IMMOBILIÀRIA**


Central	Imopuebla, S.L.
Actividad	Agencia inmobiliaria
Contacto	Pedro Sánchez Bosch
Dirección	Avda. Neptuno, 6. Ed. Orly-Corales, bajo
Código Postal - Localidad	46137 Playa Poble de Farnals (Valencia)
Teléfono	96 146 16 16
Fax	96 146 16 16
Internet	<a href="http://www.casesimes.com">www.casesimes.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@casesimes.com">info@casesimes.com</a>
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	3
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	1
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 18.000 euros + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	1.800 euros + IVA
Canon de mantenimiento	200 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60 m <sup>2</sup> (a pie de calle, con escaparate)
Población mínima	10.000 habitantes

## Tendencias

vendiendo viviendas, eso sí, a unos precios mucho menores, de modo que se puede afirmar que para el que goce de una situación económica holgada es el mejor momento para invertir en inmuebles”.



### En beneficio de los profesionales

José Luis García, director de Expansión de Re/Max España

“Creo que en el último año el sector inmobiliario ha sufrido una recesión. Las ventas han disminuido, principalmente debido a la falta de acceso al crédito. Sin embargo, en nuestra cadena nos hemos mantenido más o menos a niveles muy similares a los del ejercicio anterior, llegando incluso a crecer tanto en número de oficinas como de ventas. Ahora somos más y nuestras agencias han aumentado su facturación, de una forma leve pero continua. Mi punto de vista es que el futuro inmediato será duro durante un tiempo, un tiempo que finalizará cuando aumente el acceso al crédito y mejore la economía española. Sin embargo, este hecho beneficia en parte al segmento de la intermediación inmobiliaria

**“En el último año el sector inmobiliario ha sufrido una recesión”**

Sigue en la página 36 •••

nas, tanto exterior como interior”, señala David Allen. “Hoy en día, con las dificultades conocidas por todos, hay una gran cantidad de

**“La imagen que muestre la oficina es la que va a atraer, en gran medida, al potencial cliente”**

información negativa sobre el sector, por eso hay que destacarse desde el primer momento, porque la primera imagen es la que va a provocar, en gran medida, que un potencial cliente se decida por solicitar nuestros servicios o los de otro profesional”.

**■ Desglose de la inversión.** “El presupuesto para abrir una nueva oficina de Allenglobe Inmobiliaria Internacional varía, sobre todo, en

función de la población”, explica David Allen, “pero suele rondar los 27.000 euros sin obra civil. Esa inversión incluye local –preferentemente instalado y con una superficie mínima de 30 metros cuadrados–, sistemas informáticos, canon de entrada –entre 12.000 y 15.000 euros más IVA–, mobiliario y personal, es decir, todo lo necesario para poner en marcha la actividad”.

El fondo de maniobra adicional que se recomienda oscila entre 6.000 y 12.000 euros, y es preciso aportar un aval bancario de 6.000 euros.

**■ Plantilla.** El franquiciado y de uno a tres empleados.

**■ Duración del contrato.** 5 años.

## DONPISO

En Donpiso confluyen el negocio inmobiliario, el financiero y el de seguros. “Ofrecemos una

## Tendencias

... Viene de la página 35

y contribuye enormemente a su profesionalización. Con esto me refiero a que, dadas las adversidades económicas con las que se encontrarán todos aquellos que buscan comprar o vender un inmueble, requerirán ayuda, una ayuda que solo pueden ofrecer las agencias inmobiliarias. Esto significa que solo los verdaderos profesionales que sigan formándose y que conozcan y se adapten a la situación del sector podrán continuar avanzando y creciendo, mientras que los que no lo sean irán desapareciendo”.

## Normas que facilitan el arrendamiento

Miguel Tortajada Cinteros, responsable de Marketing de Solo Alquileres

“Nuestra apuesta por una especialización en arrendamiento de inmuebles no fue una casualidad. Se trata de un sector sin estancamientos, y su evolución actual en España es más que positiva.

La compraventa del mercado inmobiliario se encuentra empujada y las previsiones pronostican una caída de los precios de la vivienda. Si a esto le sumamos que las entidades bancarias no conceden

**“Las reformas han sido pensadas para que más de 3 millones de inmuebles desocupados puedan ser alquilados”**

## CDA CENTRAL DE ALQUILER

CdA  
Central de Alquiler

Central	Escar Financial Group, S.L.
Actividad	Gestión de alquiler de viviendas para larga temporada, residencia habitual y permanente
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Avda. Maisonnave, 19, 5º
Código Postal - Localidad	03003 Alicante
Teléfono	966 37 79 30
Fax	96 637 79 31
Internet	<a href="http://www.centralalquiler.com">www.centralalquiler.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@centralalquiler.com">info@centralalquiler.com</a>
Primer franquiciado en España	2012
Unidades en España	3 (+ 12 delegados y agentes asociados sin local)
asociadas	2 (+ 12)
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	Desde 8.000 euros + obra civil (1.000 euros sin local) <no desglosada>
Derecho de entrada	5.000 euros + IVA (1.000 euros + IVA sin local)
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 30 m² (oficina básica)/100 m² (máster) o sin local (delegado y agente asociado)/ - Recomendable: 50 m² (oficina básica)/150 m² (máster)
Población mínima	25.000 habitantes (agente asociado)/100.000 (oficina básica)

## CENTURY 21

Century 21  
PROFESIONALES INMOBILIARIOS

Central	Red Global España
Actividad	Agencias inmobiliarias
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Pº Gracia, 55, 5º 6º
Código Postal - Localidad	08007 Barcelona
Teléfono	93 487 41 05 / 902 21 01 02
Fax	
Internet	<a href="http://www.century21.es">www.century21.es</a>
Correo	<a href="mailto:rsousa@century21iberia.com">rsousa@century21iberia.com</a>
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	10
asociadas	10
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	7.800 agencias y 115.000 asesores de venta
Inversión aproximada	30.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	12.500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	6% sobre ventas
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 60 m² - Recomendable: 70/80 m² (a pie de calle)
Población mínima	15.000 habitantes

DONPISO		
Central	Don Piso Franquicia, S.L.	
Actividad	Servicios de intermediación inmobiliaria, financiera y de seguros	
Contacto	Emiliano Bermúdez	
Dirección	C/ Gran Vía Carlos III, 124, 3º 3º	
Código Postal - Localidad	08034 Barcelona	
Teléfono	902 36 00 84	
Fax		
Internet	<a href="http://www.donpiso.com">www.donpiso.com</a>	
Correo	<a href="mailto:franquicia@donpiso.com">franquicia@donpiso.com</a>	
Primer franquiciado en España	1997	
Unidades en España	83	
	asociadas	73
Aperturas previstas en un año	15	
Unidades en el extranjero		
Inversión aproximada	10.000 euros + obra civil (para 60 m²) <desglose parcial>	
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA	
Canon de mantenimiento	Desde 500 euros al mes (fijo progresivo)	
Canon de publicidad	0	
Superficie	Mínima: 40 m² - Recomendable: 60/70 m² (a pie de calle)	
Población mínima	No facilitada	

ENGEL & VÖLKERS		
Central	Engel & Völkers Spain, S.L.	
Actividad	Agencias inmobiliarias de inmuebles de alto nivel	
Contacto	Ignacio Fiter	
Dirección	Avda. Diagonal, 640	
Código Postal - Localidad	08029 Barcelona	
Teléfono	93 228 78 93 / 617 42 89 90	
Fax	93 217 81 81	
Internet	<a href="http://www.engelvoelkers.es">www.engelvoelkers.es</a>	
Correo	<a href="mailto:spain@engelvoelkers.com">spain@engelvoelkers.com</a> - <a href="mailto:ignacio.fiter@engelvoelkers.com">ignacio.fiter@engelvoelkers.com</a>	
Primer franquiciado en España	2000	
Unidades en España	50	
	asociadas	50
Aperturas previstas en un año	15	
Unidades en el extranjero	Unas 600	
Inversión aproximada	100.000/138.000 euros + IVA (para 80 m²) <desglose parcial>	
Derecho de entrada	32.500 euros + IVA	
Canon de mantenimiento	12,5% sobre ventas netas	
Canon de publicidad	0	
Superficie	Mínima: 80 m² - Recomendable: 80/100 m² (fachada a partir de 10 m con grandes escaparates)	
Población mínima	Sin límite	

gran imagen de marca, tecnología de última generación y formación continuada", afirma Emiliano Bermúdez, socio-subdirector general y responsable de Expansión.

■ **Trayectoria.** Creada en 1984, Donpiso ha tenido 4 propietarios desde que empezó a franquiciar, en 1997. Los fundadores vendieron la enseña a la constructora Ferrovial en 2001 por 21 millones de euros. A principios de 2007 Donpiso pasó a manos de la promotora Habitat, que en 2008 entró en concurso de acreedores y arrastró con ella a la enseña. El juez encargado del concurso decidió subastar la marca en una puja que ganó, en 2009, un equipo directivo de la firma formado por Luis Pérez, director general, y Emiliano Bermúdez, Mi-



**Donpiso.** El franquiciado precisa de la ayuda de un secretario y de un asesor comercial para abrir la agencia.

guel Ángel Vázquez y José Antonio Pérez. El coste de la operación fue de 810.000 euros.

Con sede en Barcelona, la cadena está implantada actualmente en todas las comunidades autónomas gracias a una red de 83 establecimientos (73 asociados).

■ **Perfil del asociado.** El concepto está abierto tanto a agentes inmobiliarios, financieros o de seguros como a emprendedores en busca de autoempleo.

■ **Ubicación.** Las agencias inmobiliarias

## Tendencias

créditos con la facilidad que lo hacían antes y el cambio en la mentalidad de las nuevas generaciones, el alquiler se convierte en una opción muy valorada actualmente.

También nos gustaría resaltar las modificaciones llevadas a cabo en la legislación, que tratan de facilitar el acceso al arrendamiento tanto para propietarios como para inquilinos. Las reformas han sido pensadas para que más de 3 millones de inmuebles desocupados puedan ser alquilados y se reactive el sector".



### Tendencia al alza

José Luis Nevado Sierra, gerente de Vive Soluciones Inmobiliarias

"Es un mercado que se ha estabilizado, con grandes oportunidades de negocio. La tendencia es al alza, no solo en segunda mano, sino también en el campo del alquiler y los activos bancarios".

### Un mercado en constante cambio

Alejandro Agrelo, director de Franquicias de Expofinques

"Después del importante cierre de agencias inmobiliarias que ha sufrido el sector en los años anteriores, en este último ejercicio nosotros hemos decidido no quedarnos como un espectador más o con un modelo de ne-

Sigue en la página 38

→ liarias Donpiso se sitúan en zonas comerciales, en calles con alto tránsito peatonal. El local, a pie de calle, debe ocupar 40 metros cuadrados como mínimo.

## La enseña complementa el negocio inmobiliario con otros como el financiero y el de seguros

■ **Desglose de la inversión.** Una agencia Donpiso de 60 metros cuadrados cuesta alrededor de 10.000 euros más obra civil, y se aconseja disponer de un fondo de maniobra adicional de 6.000 euros.

Emiliano Bermúdez desglosa la inversión entre el derecho de entrada (6.000 euros más IVA), y mobiliario, informática y telefonía

(4.000 euros). El responsable de Expansión de Donpiso calcula que la obra civil supone otros 10.000 euros.

■ **Plantilla.** 3 personas por franquicia. El asociado precisa de la ayuda de un secretario y un asesor comercial.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## ENGEL & VÖLKERS

La cadena alemana Engel & Völkers franquicia un concepto de agencias inmobiliarias de inmuebles residenciales y comerciales de alto nivel. Una de sus especialidades es la venta y alquiler de yates.

“Tanto nuestras ventas como nuestra facturación están en torno a un 20% por encima de la media nacional”, asegura Ignacio Fiter, director de Expansión.

■ **Trayectoria.** La enseña, creada en 1977 en Alemania, tiene la se-

## Tendencias

... Viene de la página 37

gocio exclusivamente franquiciador, con un único punto de venta. Creemos en nuestro concepto y lo hemos demostrado ampliando nuestra red propia para tener más próximas las experiencias de un mercado en constante cambio y para dar el mejor soporte a nuestros asociados”.



### Flujo continuo de clientes

Alain Brand, director del Grupo Adaix

“La actividad inmobiliaria necesita una importante organización, tanto en formación como en tecnología e Internet. Una agencia profesional y bien organizada tiene buena rentabilidad porque existe menos competencia. También cuenta con más productos, como los activos inmobiliarios de los bancos, además de la opción de potenciar el alquiler, sin olvidar, por supuesto, que todas las existencias acumuladas hacen que bajen los precios de las viviendas, y la figura del pequeño inversor, tanto nacional como extranjero, ha resurgido.

La opinión de los distintos medios y de las personas de a pie dista mucho de la situa-

**“Una agencia profesional y bien organizada tiene buena rentabilidad porque existe menos competencia”**

Sigue en la página 40 ...

## EXPOFINQUES-EXES



Central	Expofinques, S.L.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	Alejandro Agrelo
Dirección	C/ Diagonal, 359-361, bajos
Código Postal - Localidad	08037 Barcelona
Teléfono	93 115 22 00
Fax	93 208 13 25
Internet	<a href="http://www.expofinques.com">www.expofinques.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@expofinques.com">franquicias@expofinques.com</a>
Primer franquiciado en España	2000
Unidades en España	81 (5 agentes Exes)
asociadas	45 (5)
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	650 euros al mes (carencia el 1º año)
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 60 m <sup>2</sup> o sin local (agente Exes) - Recomendable: 80 m <sup>2</sup> (a pie de calle, fachada de 4 m)
Población mínima	30.000 habitantes

## FINANCIERA INMOBILIARIA



Central	La Pirámide 10, S.L.
Actividad	Servicios inmobiliarios
Contacto	Juanjo Estruch
Dirección	C/ Alcalá de Olmo, 8
Código Postal - Localidad	46701 Gandía (Valencia)
Teléfono	626 10 82 86
Fax	96 287 11 33
Internet	<a href="http://www.financierainmobiliaria.es">www.financierainmobiliaria.es</a>
Correo	<a href="mailto:ventas@financierainmobiliaria.es">ventas@financierainmobiliaria.es</a>
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	8
asociadas	6
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	20.000 euros (para 35 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 30 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	10.000 habitantes

## FINCALIUM



Central	Fincaminium, S.L.
Actividad	Servicios inmobiliarios
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Avda. Cortes Valencianas, 58, 5º. Ed. Sorolla Center
Código Postal - Localidad	46015 Valencia
Teléfono	96 001 04 94
Fax	
Internet	<a href="http://www.fincalium.com">www.fincalium.com</a>
Correo	<a href="mailto:inmo@fincalium.com">inmo@fincalium.com</a>
Primer franquiciado en España	2012
Unidades en España	14 (+ 9 rincones)
asociadas	12 (+ 9)
Aperturas previstas en un año	15
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	75 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 30 m <sup>2</sup>
Población mínima	10.000 habitantes

## GRUPASSA



Central	Grupass, S.A.
Actividad	Servicios inmobiliarios de intermediación
Contacto	Montse Bruch
Dirección	Rambla de Catalunya, 123
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	93 496 55 55
Fax	93 237 39 45
Internet	<a href="http://www.grupassa.com">www.grupassa.com</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@grupassa.net">expansion@grupassa.net</a>
Primer franquiciado en España	1999
Unidades en España	45
asociadas	44
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	22.000 euros + obra civil (para 50 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	Desde 12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	Desde 500 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> - Recomendable: 90 m <sup>2</sup> (despacho profesional)
Población mínima	35.000 habitantes

## Agencias inmobiliarias |



**Engel & Völkers.** La firma germana opera en 41 países, como Argentina, Australia, China, Francia o Italia.

entre 100.000 y 138.000 euros más IVA, y además es aconsejable disponer de un fondo de maniobra del orden de 50.000 euros.

Ignacio Fiter desglosa el montante de la inversión entre el derecho de entrada (32.500 euros más IVA), la formación (7.500 euros), pro-

yecto de obra (2.500) y reforma, mobiliario y decoración (en torno a 800 euros el metro cuadrado, aunque la cifra puede variar en función del estado del local).

■ **Plantilla.** Como mínimo, el franquiciado y 2 empleados.

■ **Duración del contrato.** 10 años.

de española en Barcelona desde 2000, año en que abrió las primeras oficinas propia y asociada en nuestro país. Ahora dispone de 50 locales franquiciados repartidos entre Cataluña, Madrid, Baleares, Canarias, Comunidad Valenciana y Andalucía. Además, Engel & Völkers está presente con unas 600 agencias en otras 40 naciones, como Argentina, Australia, Bélgica, China, Francia, Italia, o Estados Unidos.

■ **Zonas preferentes.** Tarragona, Madrid, Sevilla, País Vasco y Galicia.

■ **Perfil del asociado.** Empresario, autónomo o agente comercial con vocación de servicio al cliente, con ganas y capacidad de aprendizaje.

■ **EXPOFINQUES-EXES**

ExpoFinques ofrece asesora-

miento en el proceso de adquisición o enajenación de un inmueble “desde la valoración inicial de la vivienda hasta la formalización del acuerdo de compraventa y la firma final”, expone la central. “La

**Se ha especializado en la gestión de inmuebles residenciales y comerciales de alto nivel**

■ **Ubicación.** La firma germana busca para sus agencias los mejores emplazamientos, céntricos y preferiblemente en una zona peatonal. La superficie mínima del local es de 80 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Para abrir una oficina Engel & Völkers de 80 metros hay que contar con unos recursos aproximados de

**“El franquiciado puede empezar como agente sin local para testar sus posibilidades de desarrollo”**

compañía proporciona un servicio global al cliente y apoyo a la red a través de los distintos departamentos y de las 8 firmas que componen el grupo”, especializadas en productos vinculados a la compraventa de un inmueble, como asesoramiento financiero (hipotecas, créditos, reunificación de préstamos).



**Expofinques.** La oficina se ubica en una zona de paso, en un local a pie de calle con una superficie desde 60 m<sup>2</sup>.

➔ **Trayectoria.** La enseña, ubicada en Barcelona, comenzó a operar en 1995 con un establecimiento propio, y desde el año 2000 emplea el sistema de franquicia. En la actualidad abandera 81 unidades (45 asociadas) situadas entre Cataluña y la Comunidad Valenciana. En esta cifra se incluyen las de otro modelo de negocio del grupo denominado Exes, un concepto inmobiliario sin local con el que operan 5 franquiciados, que pueden gestionarse desde casa o des-

de cualquier punto de conexión remoto.

“El agente Exes es un formato para que el emprendedor pruebe sus posibilidades de desarrollo en el mundo de la intermediación inmobiliaria. Si tiene éxito, puede derivar al modelo de franquicia con local de Expofinques por vo-

luntad propia, como ha sido el caso de nuestro último asociado de Terrassa”, explica Alejandro Agrelo, director de Franquicias de Expofinques.

**Zonas preferentes.** Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña.

**Perfil del asociado.** Emprendedor con una fuerte vocación comercial, preferiblemente joven. La experiencia no es un requisito indispensable, puesto que la compañía se encarga de transferirle el saber hacer para el desarrollo de la acti-

## Tendencias

... Viene de la página 38

ción real. Seguimos teniendo un flujo constante de clientes de alquiler, pero también para la compra de propiedades. No olvidemos que, en la mente del español, la idea de ser propietario es en la actualidad todavía más atractiva. Por otro lado, la vivienda es un bien de primera necesidad que hay que tener, y más con el ajuste de los precios, que además beneficia a los inversores”.



### El comprador necesita ahorros previos

Salvador Boix, director de Expansión de Grupassa

“Deberá ser un mercado mucho más selectivo, en el que las entidades financieras filtrarán al máximo las demandas de financiación de los compradores, por lo que estos deberán utilizar ahorros previos para adquirir una vivienda. Al no existir financiación al 100%, el precio de los pisos tenderá a seguir moderándose. Esta tendencia es de largo recorrido”.

### El alquiler va en aumento

Miguel Albaladejo Mirón, administrador de Alquilerotucasa.com

“El mercado del alquiler está en aumento, en tanto que las ventas son muy escasas. Nuestra cadena ha cerrado acuerdos con entidades finan-

Sigue en la página 42 ...

GRUPO INMOBILIARIO CENTREX	
Central	Grupo Inmobiliario Centrex, S.L.
Actividad	Inmobiliaria, gestión de cooperativas y administración de fincas
Contacto	Óscar Martínez Solozábal
Dirección	C/ Cid, 7, bajo
Código Postal - Localidad	28001 Madrid
Teléfono	902 24 56 22 / 91 701 01 63
Fax	915 22 93 27
Internet	<a href="http://www.grupocentrex.com">www.grupocentrex.com</a>
Correo	<a href="mailto:inmobiliaria@irequa.com">inmobiliaria@irequa.com</a> - <a href="mailto:madrid@grupocentrex.com">madrid@grupocentrex.com</a>
Primer franquiciado en España	2003
Unidades en España	10
asociadas	3
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	24.000/50.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	721 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> (local comercial, oficina, a pie de calle, entreplanta)
Población mínima	5.000 habitantes

INMOCASA	
Central	Piba, S.A.
Actividad	Inmobiliaria
Contacto	Mariazell Gracia Sanz
Dirección	C/ Santo Reino, 4, 2º B
Código Postal - Localidad	23003 Jaén
Teléfono	953 27 63 03
Fax	953 27 63 05 / 953 27 63 03
Internet	<a href="http://www.inmocasa.com">www.inmocasa.com</a>
Correo	<a href="mailto:pibasa@inmocasa.net">pibasa@inmocasa.net</a>
Primer franquiciado en España	1997
Unidades en España	17
asociadas	16
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	15.000/18.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	180 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento
Superficie	Mínima: 40 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	10.000 habitantes

INMOVENTAJA.COM	
Central	Inmoventaja, S.L.
Actividad	Servicios inmobiliarios y financieros
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Alameda de Colón, 16, 1º, of. 8
Código Postal - Localidad	29001 Málaga
Teléfono	952 227 479
Fax	952 227 479
Internet	<a href="http://www.inmoventaja.com">www.inmoventaja.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicia@inmoventaja.com">franquicia@inmoventaja.com</a>
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	4
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	No facilitado (porcentaje sobre beneficios)
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	No necesita local
Población mínima	No facilitada

LA CASA AGENCY	
Central	Franquiciador Inmobiliario La Casa Grup, S.L.
Actividad	Agencias inmobiliarias
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Rambla Catalunya, 85, pral. 1º
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	93 487 30 00
Fax	93 167 20 19
Internet	<a href="http://www.lacasa.net">www.lacasa.net</a>
Correo	<a href="mailto:info@lacasa.net">info@lacasa.net</a>
Primer franquiciado en España	2009
Unidades en España	18
asociadas	18
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	78
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	No facilitada (a pie de calle)
Población mínima	No facilitada

vidad a través de la escuela de formación del grupo IEGE. El franquiciado debe adaptarse al riesgo y orientar su gestión hacia los resultados.

■ **Ubicación.** Expofinques se emplaza en zonas de paso, preferiblemente en áreas comerciales, en establecimientos a pie de calle con una superficie a partir de 60 metros cuadrados y con una fachada de 4 metros. En el caso del formato Exes no se precisa local.

■ **Desglose de la inversión.** “Por la oferta actual existente, podemos encontrar locales en los que las obras necesarias sean mínimas o nulas, por lo que la adaptación puede quedarse en pintar, amueblar, rotular y adquirir equipos informáticos, a los que dotamos de nuestros programas sin coste alguno”, expone el director de Franquicias de Expofinques. “Esa adecuación la podemos efectuar nosotros, con nuestro sistema de llave en mano personalizado, o el asociado, si opta por realizarla con terceros, a los que la marca asesorará para que la agencia no pierda uniformidad con el resto de la red. Por tanto, el desembolso del franquiciado en el primer año es el canon de entrada, de 6.000 euros más IVA, al que habrá que añadir otros gastos dependiendo de sus circunstancias”.

Asimismo, “se recomienda disponer de un fondo que cubra los gastos en los que incurrirá el asociado por un periodo de 3 meses, como salarios del personal, alquiler del local, coste de autónomos, suministros o publicidad”.

■ **Plantilla.** Se recomiendan 4 empleados por oficina, incluido el franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## GRUPASSA

Grupassa ofrece servicios inmobiliaria basados, según el franquiciador, “en un sistema de gestión exclusivo, elaborado a partir la estrategia comercial que durante más de tres décadas ha de-



**Grupassa.** El presupuesto para montar una agencia de 50 m<sup>2</sup> asciende a unos 22.000 euros, obra civil aparte.

sarrollado la empresa, que es una referencia indiscutible de la intermediación en Cataluña”.

■ **Trayectoria.** El origen de Grupassa data de 1977, aunque el comienzo de la expansión con asociados no se produjo hasta 1999. La enseña, afincada en Barcelona, está implantada en Cataluña, Madrid, Pamplona, Aragón, Levante y Baleares con una red de 45 establecimientos, de los que 44 pertenecen a asociados.

■ **Zonas preferentes.** Capitales de provincia.

**“Se recomienda una cantidad holgada, de 30.000 euros, como fondo de maniobra”**

■ **Perfil del asociado.** El candidato debe tener capacidad para la gestión y organización, y dotes comerciales y negociadoras. No es necesaria experiencia en el sector inmobiliario, pero sí las aptitudes y la actitud para asimilar el saber hacer del franquiciador.

■ **Ubicación.** Las oficinas Grupassa se encuentran en zonas de tránsito peatonal o en edificios de oficinas, en locales con una superficie mínima de 50 metros cuadrados.

➔ **Desglose de la inversión.** El presupuesto aproximado para montar una agencia de 50 metros asciende a 22.000 euros, obra civil aparte. “El canon de entrada está a partir de los 12.000 euros más IVA, en función de población; el mobiliario y la decoración pueden ascender a 3.000 o 4.000 euros, y el equipamiento informático, a 2.000”, señala Salvador Boix, director de Expansión de Grupassa. “Respecto al fondo de maniobra, se recomienda una cantidad holgada, de 30.000 euros”.

■ **Plantilla.** El franquiciado y un secretario comercial.

■ **Duración del contrato.** 5 años.



**Piso On.** El negocio que propone la enseña vizcaína se ofrece únicamente a agencias en funcionamiento.

vienda, con un adelanto de 1.000 euros mensuales hasta que se firme la escritura. Asimismo, la enseña se encarga de realizar reformas para mejorar las posibilidades de enajenación de la propiedad.

■ **Trayectoria.** Un grupo de agentes inmobiliarios creó Piso On en 2006, año en el que también pu-

## PISO ON

Piso On se define como una empresa especializada en soluciones inmobiliarias. Entre los planes que ofrece a sus clientes se incluye la garantía de la venta de la vi-

## Tendencias

... Viene de la página 40

cieras a escala nacional para incrementar el negocio”.



### Un concepto a domicilio

Jean-Philippe Petot, responsable de Desarrollo en Europa de Optimhome

“Muchos profesionales del sector inmobiliario ‘tradicional’ sufren económicamente cada vez más. Al pagar los costos fijos asociados a la estructura de la agencia, no pueden hacer frente a la realidad del mercado.

Además, los compradores prefieren seleccionar en Internet o en la prensa los inmuebles que pueden ser de su interés, para luego ir a visitarlos. Ya no se consiguen clientes a través de la vitrina de la agencia inmobiliaria típica, sino gracias a la cantidad y calidad de los bienes en venta, por un lado, y al profesionalismo y capacidad comercial del intermediario a través de la comunicación y publicidad masivas.

Al crear la primera red inmobiliaria a domicilio, nuestra marca responde a las expectativas de los clientes y de los asociados. En Francia, gracias a la inspiración de Frédéric Pi-

**“Los compradores prefieren seleccionar en Internet o en la prensa los inmuebles que pueden ser de su interés”**

Sigue en la página 44 ...

## LOOK & FIND



Central	L & F Primera Red Inmobiliaria, S.A.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	José Manuel Lorenzo
Dirección	C/ Miguel Yuste, 16, 3º C
Código Postal - Localidad	28037 Madrid
Teléfono	91 375 03 40
Fax	91 304 95 66
Internet	<a href="http://www.lookandfind.es">www.lookandfind.es</a>
Correo	<a href="mailto:info@lookandfind.es">info@lookandfind.es</a> - <a href="mailto:lookandfind@lookandfind.es">lookandfind@lookandfind.es</a>
Primer franquiciado en España	1990
Unidades en España	78
asociadas	78
Aperturas previstas en un año	Desde 10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	25.000 euros + obra civil (para 60 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	Desde 12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	Desde 750 euros al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 60 m² - Recomendable: 75/100 m² (a pie de calle, con escaparate)
Población mínima	10.000 habitantes

## OPTIMHOME



Central	Optimhome, S.A.S.
Actividad	Agencia inmobiliaria
Contacto	Departamento de Desarrollo en Europa
Dirección	400, Av. de Roumanille BP309
Código Postal - Localidad	06906 Sophia Antipolis (Francia)
Teléfono	00 33 04 94 39 89 42
Fax	00 33 04 94 73 70 43
Internet	<a href="http://www.optimhome.com">www.optimhome.com</a>
Correo	<a href="mailto:developpement.europe@optimhome.com">developpement.europe@optimhome.com</a>
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	0
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	No necesita local
Población mínima	No facilitada

PISO ON		piso on	
Central	Inmobizkaia, S.A.		
Actividad	Inmobiliaria		
Contacto	Ainhoa Olaso Cuesta		
Dirección	C/ Uribarri, 13		
Código Postal - Localidad	48200 Durango (Vizcaya)		
Teléfono	902 200 297		
Fax	94 623 26 21		
Internet	<a href="http://www.pisoon.com">www.pisoon.com</a>		
Correo	<a href="mailto:oficinascentrales@pisoon.com">oficinascentrales@pisoon.com</a>		
Primer franquiciado en España	2006		
Unidades en España	3		
	asociadas	2	
Aperturas previstas en un año	2		
Unidades en el extranjero			
Inversión aproximada	No facilitada		
Derecho de entrada	0		
Canon de mantenimiento	150 euros sin IVA al mes		
Canon de publicidad	0		
Superficie	Mínima: 40 m <sup>2</sup> - Recomendable: 50 m <sup>2</sup> (a pie de calle)		
Población mínima	10.000 habitantes		

PRIMER GRUPO INMOBILIARIAS		PRIMER GRUPO INMOBILIARIAS	
Central	Primer Grupo Franquicia Inmobiliaria, S.A.		
Actividad	Sector inmobiliario		
Contacto	Marisol Ruix		
Dirección	C/ Mayor, 2		
Código Postal - Localidad	46980 Paterna (Valencia)		
Teléfono	902 44 11 22		
Fax	902 44 01 22		
Internet	<a href="http://www.primergrupo.com">www.primergrupo.com</a>		
Correo	<a href="mailto:expansion@primergrupo.com">expansion@primergrupo.com</a>		
Primer franquiciado en España	2001		
Unidades en España	40		
	asociadas	40	
Aperturas previstas en un año	10		
Unidades en el extranjero			
Inversión aproximada	10.000/15.000 euros + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>		
Derecho de entrada	Desde 0 euros (según modalidad de contrato)		
Canon de mantenimiento	Desde 150 euros al mes (según modalidad de contrato)		
Canon de publicidad	0		
Superficie	Mínima: 40 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60 m <sup>2</sup> (escaparate mínimo de 4 m)		
Población mínima	5.000 habitantes		

so en marcha el proyecto de franquicia. La enseña, que tiene la sede en la población vizcaína de Durango, cuenta actualmente con 3 agencias, 2 de ellas asociadas, emplazadas en Vizcaya.

#### ■ Zonas preferentes.

País Vasco, Cantabria, Asturias, La Rioja, Burgos y Madrid.

■ **Perfil del asociado.** Agencia en funcionamiento.

■ **Desglose de la inversión.** “Como nuestro proyecto está destinado a inmobiliarias ya existentes que quieren unirse a nuestra marca, los gastos se limitan básicamente al cambio del rótulo, que supone 600 euros, y a una fianza de 150 euros más IVA”, afirma Iban Otero Rekalde, director general de Piso On.

El fondo de maniobra que recomienda hasta alcanzar el punto de



**RB Inmobiliaria.** El franquiciado debe ser una persona dinámica, pero no se le exige experiencia en el sector.

en el sector, sabemos cómo afrontar los momentos difíciles y resolver cualquier incidencia”, afirma Manuel de la Rosa, presidente del grupo empresarial RBS.

■ **Trayectoria.** Creada en 1986, RB Inmobiliaria franquicia su actividad desde 2004. La enseña, cuya sede se encuentra en Majadahonda (Madrid), abandera 18 agencias (16 asociadas) y 2 rincones en Madrid, Andalucía, Pamplona, Comunidad Valenciana, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

■ **Zonas preferentes.** Madrid, Cas-

**Adelanta 1.000 euros mensuales hasta que se firme la escritura de venta de la vivienda**

**“Las primeras compraventas se suelen realizar antes de los 60 días desde la apertura”**

equilibrio en las cuentas del negocio es de 30.000 euros.

■ **Plantilla.** De 1 a 5 empleados, incluido el franquiciado.

■ **Duración del contrato.** Indefinida.

### RB INMOBILIARIA

**R**B Inmobiliaria se define como una consultoría especialista en el sector inmobiliario y financiero. “Contamos con servicios de asesoría y formación, y con un departamento tecnológico de última generación. Tras más de 25 años

tilla y León, Castilla-La Mancha, Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña, Galicia, Asturias, Extremadura y Canarias.

■ **Perfil del asociado.** Persona dinámica, con ganas de aprender. Al franquiciado no se le exige experiencia en el sector inmobiliario.

■ **Ubicación.** RB Inmobiliaria no establece requisitos de emplazamiento para sus agencias, que deben ocupar al menos 25 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Sin obra civil, un establecimiento de 40 metros requiere un desembolso del orden de 20.000 euros, comprendido un derecho de entra- ➔

## Agencias inmobiliarias

➔ da de 7.000 euros más IVA. “La inversión en algunos casos llega a ser menor, dependiendo del local arrendado”, matiza Manuel de la Rosa.

El presidente del grupo empresarial RBS considera que “disponer de un fondo de maniobra de unos 10.000 euros es más que suficiente para arrancar. En la gran mayoría de los casos, las primeras operaciones de compraventa se realizan antes de los 60 días desde la apertura, y se recupera la inversión en menos de 6 meses”.

■ **Plantilla.** 1 o 2 empleados.

■ **Duración del contrato.** 2 años.



**Re/Max.** La cadena de Estados Unidos dispone de 60 franquicias repartidas entre todas las comunidades.

cios para vendedores autónomos. Los asociados forman un equipo de agentes inmobiliarios que gestionan en exclusiva las propiedades de sus clientes. Los agentes participan de los gastos de la oficina del franquiciado y, según su grado de autonomía, pueden recibir entre el 50 y el 80% de la comisión de venta.

## RE/MAX

El modelo de negocio de intermediación inmobiliaria en que se basa Re/Max consiste en la creación de franquicias que funcionan como centrales de servi-

## Tendencias

\*\*\* Viene de la página 42

tout, presidente y fundador de la empresa, y a sus 20 años de experiencia en el sector, nuestra red se ha transformado en un éxito en tiempos de crisis en tan solo 5 años, al sumar casi 1.300 agentes independientes. Se trata de un modelo de negocio perfectamente adaptado al contexto económico actual”.

### La supervivencia de los más fuertes

Manuel de la Rosa, presidente del grupo empresarial RBS (RB Inmobiliaria) “Hemos pasado unos años de dificultades, no solo en el sector inmobiliario, sino en cualquier sector de la economía. Gracias al saber hacer, a cómo afrontar los momentos más delicados, los más fuertes hemos conseguido mantenernos e incluso, en algunos casos como el nuestro, superar las expectativas de facturación.

Hemos notado durante estos últimos 12 meses un asentamiento de los precios, con menores bajadas y un mayor número de operaciones de compraventa en nuestras oficinas. Es el mejor momento para hacerse franquiciado”.

### Precios muy ajustados

Roberto González, director de Reines Grupo Inmobiliario

“Es un buen momento para aprovechar las grandes oportunidades inmobiliarias porque hay poca competencia. Las propiedades se encuentran muy ajustadas de precio”.

Sigue en la página 46 \*\*\*

## RB INMOBILIARIA



Central	RB Inmobiliaria Franquicias, S.L.
Actividad	Consultoría inmobiliaria
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Avda. Claveles, 74. C.C. Novotienas, local 14
Código Postal - Localidad	28220 Majadahonda (Madrid)
Teléfono	902 87 91 63
Fax	91 639 05 41
Internet	<a href="http://www.rbinmobiliaria.com">www.rbinmobiliaria.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@rbinmobiliaria.es">franquicias@rbinmobiliaria.es</a>
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	18 (+ 2 rincones)
asociadas	16 (+ 2)
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	20.000 euros + obra civil (para 40 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	7.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	300 euros al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento
Superficie	Mínima: 25 m <sup>2</sup> - Recomendable: 45 m <sup>2</sup> (local comercial, oficina)
Población mínima	Sin límite

## RE/MAX



Central	CDC Franquiciadora Inmobiliaria, S.A.
Actividad	Servicios inmobiliarios
Contacto	José Luis García
Dirección	C/ Estudio, 3
Código Postal - Localidad	28023 Aravaca (Madrid)
Teléfono	91 357 12 44
Fax	91 357 13 29
Internet	<a href="http://www.remax.es">www.remax.es</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@remax.es">expansion@remax.es</a>
Primer franquiciado en España	1995
Unidades en España	60
asociadas	60
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	6.255
Inversión aproximada	60.000 euros + obra civil (con fondo de maniobra) (para 70 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	6% sobre ventas
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 70 m <sup>2</sup> - Recomendable: 100 m <sup>2</sup> (a pie de calle, con escaparate. Oficina de negocios)
Población mínima	10.000 habitantes

**REINES GRUPO INMOBILIARIO**


Central	Reines Grupo Inmobiliario, S.L.
Actividad	Servicios inmobiliarios y financieros
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Pedro Vigil, 4
Código Postal - Localidad	33510 Pola de Siero (Asturias)
Teléfono	902 860 861
Fax	
Internet	<a href="http://www.reinesgrupo.es">www.reinesgrupo.es</a>
Correo	<a href="mailto:info@reinesgrupo.es">info@reinesgrupo.es</a>
Primer franquiciado en España	2001
Unidades en España	6
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	No facilitada (a negociar según experiencia)
Derecho de entrada	No facilitado (a negociar según experiencia)
Canon de mantenimiento	No facilitado (en función del número de habitantes del emplazamiento)
Canon de publicidad	No facilitado (variable)
Superficie	Mínima: 60 m <sup>2</sup> - Recomendable: 70/90 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	Sin límite

**ROMA GRUPO INMOBILIARIO**


Central	Iria Isla, S.L.
Actividad	Servicios de intermediación inmobiliaria
Contacto	Antonio Crespo
Dirección	Avda. Gabriel Alomar i Villalonga, 4, entlo.
Código Postal - Localidad	07006 Palma de Mallorca
Teléfono	971 28 71 31
Fax	971 28 72 37
Internet	<a href="http://www.grupo-roma.com">www.grupo-roma.com</a>
Correo	<a href="mailto:antonio@jpmarcas.es">antonio@jpmarcas.es</a>
Primer franquiciado en España	2012
Unidades en España	3
asociadas	1
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	17.000 euros + obra civil (para 75 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 75 m <sup>2</sup> (a pie de calle, con escaparate para exposición de información)
Población mínima	50.000 habitantes

■ **Trayectoria.** Fundada en 1973 en Denver, Estados Unidos, Re/Max es una de las enseñas inmobiliarias más internacionalizadas. Actualmente dispone de 6.255 oficinas franquiciadas en 75 países.

En España, Re/Max fijó en 1995 su sede en Aravaca (Madrid), desde donde ha gestionado un desarrollo que hoy le permite abanderar 60 franquicias repartidas entre todas las comunidades autónomas.

■ **Zonas preferentes.** Madrid, Canarias y Cataluña.

### Los agentes pagan sus gastos y pueden recibir entre el 50 y el 80% de la comisión de venta

■ **Perfil del asociado.** Persona con capacidad para liderar equipos humanos, que esté dispuesta a asumir nuevos retos empresariales y que comparta con Re/Max una visión profesional del negocio inmobiliario. La central considera fundamental que el franquiciado se comprometa a aplicar los sistemas y métodos de trabajo y gestión de la organización.

■ **Ubicación.** Una zona con tránsito de personas o un área de negocios son emplazamientos apropiados para abrir una agencia Re/Max, que se monta a pie de calle, con escaparate, o en una oficina. La superficie mínima es de 70 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Una agencia de 70 metros para 12 agentes cuesta alrededor de 60.000 euros, obra civil aparte. José Luis García,

director de Expansión de Re/Max España, explica que en este importe figuran el derecho de entrada (12.000 euros más IVA), capacitación inicial (1.200 euros), 2 meses de fianza (2.400), acondicionamiento y mobiliario (8.000 euros, en función de cómo se encuentre el local), equipos de oficina (3.000), publicidad inicial (500), gastos de constitución y relacionados (600), licencia de apertura e imprevistos (500) y dinero necesario para los primeros meses hasta empezar a hacer operaciones (31.800).

■ **Plantilla.** Los asalariados son el franquiciado o *broker* y un coordinador. Los agentes inmobiliarios asociados son autónomos.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

### SOLO ALQUILERES

Solo Alquileres es una cadena italiana que se dedica al arrendamiento de inmuebles. “Proponemos un modelo de negocio en el que el franquiciado está respaldado en todo momento por su tutor asignado, que se encarga de formarlo, asesorarlo y prepararlo continuamente”, indica Miguel Tortajada Cinteros, responsable de Marketing. A su juicio, “el mercado del alquiler augura unos prósperos años dada la tendencia al cambio en la mentalidad de las nuevas generaciones, reforzada por la situación del sector inmobiliario”.

■ **Trayectoria.** En 1997 nació en ➔



**Solo Alquileres.** La firma italiana Solo Affitti eligió España en 2008 para internacionalizar el concepto.

➔ Italia Solo Affitti, que en 15 años ha formado una cadena de 300 unidades (5 propias) en su país. La enseña eligió España en 2008 para internacionalizar el concepto e instaló la sede en Valencia, desde donde coordinó las primeras aperturas de franquicias con la marca Solo Alquileres en ese mismo año. En la actualidad abande-

**“El franquiciado está respaldado por su tutor asignado, que se encarga de asesorarlo”**

ra 42 establecimientos (41 asociados) y 1 rincón en la Comunidad Valenciana, Murcia, Cataluña, Madrid, Andalucía, Navarra, Castilla y León, País Vasco, Cantabria, Castilla-La Mancha y Galicia.

■ **Perfil del asociado.** Persona que quiera tener su propio negocio como autoempleo.

■ **Ubicación.** La oficina se monta al pie de una calle transitada en un local con una superficie mínima de 35 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** “Al tratarse de una franquicia de bajo coste y al tener ahora una promoción por la cual no cobramos el canon de entrada, por poco más de 3.000 euros podemos disponer una agencia abierta al público”, asegura el responsable de Marketing de Solo Alquileres. Miguel Tortajada indica que el negocio “necesita al menos dos puestos operativos con sus respectivos ordenadores, mesas, pintar el local con los colores de la marca, la cartelería y material corporativo, y los elementos básicos de cualquier oficina, como una buena multifunción, fax o teléfonos”.

■ **Plantilla.** El franquiciado y un comercial para empezar.

## Tendencias

\*\*\* Viene de la página 44



### Enfriamiento absoluto

Pablo Gracia Sanz, gerente de Inmocas

“La situación del mercado es difícil, y lo seguirá siendo mientras los bancos no aporten liquidez y no cambie la coyuntura socioeconómica. No obstante, en nuestra cadena

buscamos la innovación y estamos incorporando producto bancario. Además, estamos interviniendo en la implantación de empresas de todos los sectores en países extranjeros, especialmente en Suramérica, donde contamos con un importante equipo de profesionales. A escala nacional, la evolución sigue siendo negativa, con un enfriamiento absoluto del mercado”.

### A niveles de los años sesenta

Antonio Crespo, portavoz del Departamento de Expansión de Roma Grupo Inmobiliario

“Se está tocando fondo en las existencias de viviendas construidas, y ya estamos a niveles de los años sesenta. Habrán un repunte de las ventas en los tres próximos ejercicios, una vez depurados los activos tóxicos en poder de los bancos.

El futuro inmediato está necesariamente centrado en el saneamiento de nuestro sector, que depende muy estrechamente, a su vez, del saneamiento del sector financiero”.

## SOLO ALQUILERES



Central	Solo Arrendamientos, S.L.
Actividad	Alquiler de inmuebles
Contacto	Miguel Tortajada Cinteros
Dirección	Pza. Reina, 12, 1º
Código Postal - Localidad	46001 Valencia
Teléfono	960 600 199 / 900 859 889
Fax	963 910 389
Internet	<a href="http://www.soloalquileres.es">www.soloalquileres.es</a>
Correo	<a href="mailto:info@soloalquileres.es">info@soloalquileres.es</a> - <a href="mailto:siro.chaparro@soloalquileres.es">siro.chaparro@soloalquileres.es</a>
Primer franquiciado en España	2008
Unidades en España	42 (+ 1 rincón)
asociadas	41 (+ 1)
Aperturas previstas en un año	25
Unidades en el extranjero	300
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	0 (promoción)
Canon de mantenimiento	500 euros al mes
Canon de publicidad	900 euros al año
Superficie	Mínima: 35 m <sup>2</sup> - Recomendable: 50 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	30.000 habitantes

## TECNOCASA



Central	Franchising Ibérico Tecnocasa, S.A.
Actividad	Intermediación en servicios inmobiliarios (sistema de franquicia)
Contacto	Ana Borrós
Dirección	Parque de Negocios Mas Blau II. C/ Pallars, 1-3
Código Postal - Localidad	08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	901 100 103
Fax	93 478 68 91
Internet	<a href="http://www.tecnocasa.es">www.tecnocasa.es</a>
Correo	<a href="mailto:comunicacion@tecnocasa.com">comunicacion@tecnocasa.com</a> - <a href="mailto:a.borros@tecnocasa.com">a.borros@tecnocasa.com</a>
Primer franquiciado en España	1994
Unidades en España	255
asociadas	255
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	2.311
Inversión aproximada	30.000/40.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1.477 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento (20% sin IVA al mes)
Superficie	Mínima: 25 m <sup>2</sup> - Recomendable: 40/50 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	20.000 habitantes

TECNORETE	
Central	Tecnorete, S.L.
Actividad	Intermediación inmobiliaria en franquicia
Contacto	Ana Borrós
Dirección	Parque de Negocios Mas Blau II. C/ Pallars, 1-3
Código Postal - Localidad	08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	902 106 145
Fax	93 478 68 91
Internet	<a href="http://www.tecnorete.es">www.tecnorete.es</a>
Correo	<a href="mailto:info@tecnorete.es">info@tecnorete.es</a>
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	6
asociadas	6
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	483
Inversión aproximada	30.000/40.000 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1.477 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	Incluido en canon de mantenimiento (20% sin IVA al mes)
Superficie	Mínima: 25 m <sup>2</sup> - Recomendable: 40/50 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	20.000 habitantes

VIVE SOLUCIONES INMOBILIARIAS	
Central	Vive Asesores Inmobiliarios, S.L.
Actividad	Intermediación inmobiliaria
Contacto	José Luis Nevado Sierra
Dirección	C/ Fray Isidoro de Sevilla, 66
Código Postal - Localidad	41009 Sevilla
Teléfono	954 97 50 40
Fax	954 95 95 67
Internet	<a href="http://www.grupo-vive.com">www.grupo-vive.com</a>
Correo	<a href="mailto:jsierra@grupo-vive.com">jsierra@grupo-vive.com</a>
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	7
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	30.000 euros (para 60 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	300 euros al mes
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 30 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60 m <sup>2</sup> (con fachada para el escaparate)
Población mínima	30.000 habitantes

## TECNOCASA-TECNORETE

Tecnocasa y Tecnorete son dos enseñanzas inmobiliarias del mismo grupo italiano que funcionan de manera similar. Ambas ejercen la actividad de intermediación inmobiliaria principalmente con viviendas usadas. La central destaca que las oficinas proporcionan “un riguroso asesoramiento y un servicio profesional desde el inicio hasta el cierre de la operación de compraventa”.

■ **Trayectoria.** Tecnocasa empezó a franquiciar en Italia en 1994, mientras que Tecnorete se lanzó 7 años después. Esta última enseñanza solo dispone de unidades operativas en su país de origen, donde abandera 483 locales, y en España, mientras que Tecnocasa también se ha extendido por México, Hungría, Polonia, Túnez, República Checa, Rumanía, San Marino, Francia y Tailandia con un total de 2.311 franquicias.

Las dos marcas se gestionan en España desde la sede del grupo, en El Prat de Llobregat (Barcelona).

Tecnocasa es la franquicia líder en el sector de la intermediación inmobiliaria en España con 255 oficinas asociadas repartidas entre las comunidades autónomas de Andalucía, Extremadura, Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Cataluña y Comunidad Valenciana. Tecnorete, por su parte, abandera 6

franquicias en Andalucía y Castilla-La Mancha. Tecnocasa empezó a vender licencias en España en 1994, 10 años antes que Tecnorete.

■ **Perfil del asociado.** La fórmula de expansión de ambas enseñanzas es el desarrollo interno. Por este motivo, el negocio solo está abierto a jóvenes dinámicos y emprendedores que hayan trabajado previamente en alguna de las oficinas del Grupo Tecnocasa. Los franquiciados deben tener estudios medios y claras aptitudes comerciales, y tienen que superar “un exhaustivo plan de formación cursado en la escuela de la marca”.

■ **Ubicación.** La oficina, con un mínimo de 25 metros cuadrados, se instala en un local situado a pie de calle en una zona comercial.

## La marca italiana es líder de la intermediación inmobiliaria en España con 255 franquicias

■ **Desglose de la inversión.** “El coste medio para poner en marcha una oficina Tecnocasa o Tecnorete oscila entre los 30.000 y los 40.000 euros”, señala Vittorio Rossi, presidente del Grupo Tecnocasa España. “El canon de entrada es de 10.000 euros más IVA, y el resto de la inversión va-

ría según las características del local y las reformas que precise para adaptarlo a la imagen corporativa de cada marca”.

■ **Plantilla.** El asociado, un responsable de oficina y, al menos, dos agentes inmobiliarios en Tecnorete y tres en Tecnocasa. EF



**Tecnocasa-Tecnorete.** El negocio solo está abierto a jóvenes que hayan trabajado en el grupo trasalpino.

Informe sobre 6 cadenas de energías renovables que suman 224 unidades (213 son asociadas) ○ A Green Space encabeza el sector con 120 puntos de venta ○ inversión aproximada entre 32.000 euros + obra civil y 50.000 euros ○ sin local o superficie mínima entre 20 y 40 m<sup>2</sup> ○ sin límite o población entre 5.000 y 50.000 habitantes

# El bajo coste ilumina las energías renovables

Patricia Paradelo Bruña

A l margen de las grandes instalaciones y de empresas que movilizan inversiones multimillonarias, hay un nicho de mercado en las energías renovables accesible a emprendedores con menguados recursos económicos. Es más, ni siquiera se precisan conocimientos específicos para montar un negocio basado en algo tan especializado y tan técnico como la eficiencia energética.

**4 de las 6 marcas no necesitan local para desarrollar la actividad, al menos al principio**

Las franquicias del sector han conseguido este pequeño milagro con unos conceptos que permiten al asociado vender todo tipo de instalaciones "verdes", como solar, hidráulica, eólica, biomasa o geotermia. Además, comerciali-



zan artículos relacionados, especialmente vehículos eléctricos y luminarias led. Un producto este

último que, según Francisco Alcaraz, gerente de Cero Grados Sur, está sustituyendo rápidamente a

los tradicionales, "sobre todo en la industria y en empresas de servicios".

Nombre de la enseña	Unidades operativas (*)	Aperturas en un año	Primer asociado	Fondos necesarios (euros)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Población mínima (habitantes)
1 A Green Space	120	30	2008	No facilitada	Mínima: No necesita local al principio - Recomendable: 45	No facilitada
2 Grupo Eurenor	43	10	2004	No facilitada	Mínima: 20 o sin local al principio - Recomendable: 20	Sin límite
3 Natural Project Eléctricas & Renovables	25	15	2010	No facilitada	No necesita local	Sin límite
4 Bioenergy	20		2011	50.000 <sup>(1)</sup> (14.000 para rincón)	Mínima: 40 (9 para rincón) - Recomendable: 50	5.000
5 Cero Grados Sur	13 (+ 3 sin local)	12	2009	No facilitada	No necesita local	Sin límite
6 Imener	3	10	2008	32.000 + obra civil (para 25 m <sup>2</sup> )	Mínima: 25 - Recomendable: 25	50.000

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

**FERNANDO TÉLLEZ CANTERO**  
DIRECTOR DE EXPANSIÓN DE A GREEN SPACE

## “Las continuas subidas de la luz aumentan el interés por nuestro producto”

—¿Les favorecen las continuas subidas de la luz?

—Aunque a nadie le gustan, nosotros aportamos soluciones que, a causa de estas subidas, se amortizan en menos tiempo. Y el interés hacia nuestro producto por parte del cliente aumenta en la misma proporción en que se incrementan los precios del combustible y de la energía tradicional.

—¿Es un sector muy dependiente del legislador?

—Las líneas que vierten la producción a la red, como la fotovoltaica o los grandes parques eólicos, están primadas, y han sufrido con los cambios normativos del Gobierno. Pero nosotros trabajamos con cualquier tipo de renovables para cualquier clase de cliente, privado o público. Nuestros franquiciados no tienen nada que ver con la prima estatal, sino con autoconsumo.

—¿Cómo han conseguido abrir 120 unidades en 5 años?

—El sector es muy atractivo, tanto a corto como a medio y largo plazo. Por otro lado, la inversión en A Green Space es reducida, porque de inicio no es necesario local, y no exigimos conocimientos técnicos ni experiencia. Este perfil encaja en el de muchas personas que, desgraciadamente, están sin empleo. Y, cuanto más crece la red, se genera más confianza.

—¿No retrae el que sea un negocio muy técnico?

—Tenemos un departamento de ingeniería encargado de desarrollar los proyectos que nos so-



licitan los asociados a través de una operativa perfectamente establecida. El franquiciado solo debe tener un perfil comercial, iniciativa y contactos en la zona para conseguir clientes.

—¿Quién hace las instalaciones?

—La central ofrece cobertura de instalación para toda España, pero al franquiciado le aconsejamos que llegue a un acuerdo en su zona con algún instalador de fontanería y electricidad. De este modo puede realizar casi el 90% de los proyectos.

—¿Cuándo se exige local?

—Al cabo de dos años como máximo desde el comienzo de la actividad, porque da mayor imagen de marca. Ahora bien, lo que buscamos es la rentabilidad de cada franquiciado, y si vemos que eso le va a causar un perjuicio económico, somos lo suficientemente flexibles para que pueda seguir sin local.

—¿Cuándo empezó la expansión exterior?

—Comenzamos a finales de 2011 en Portugal, donde contamos con 6 unidades. En 2012 terminamos las negociaciones de masterfranquicia con México y Argentina, y tenemos una oficina comercial en la República Dominicana que está haciendo prospección de mercado. Ahora estamos en negociaciones muy avanzadas con Brasil, y seguramente en el primer trimestre de este año empezaremos a abrir franquicias allí a través de una sociedad compartida.

Antonio S.L.



El sector se ve favorecido por los continuos aumentos del coste de la luz y por el alto precio del petróleo, “que dirigen al cliente final hacia una energía más sostenible y hacia el autoconsumo”, dicen Beatriz Monge y Elena Marín Arroyo, de Natural Project Eléctricas & Renovables. Y también por una legislación, comunitaria y nacional, que “ha creado un marco idóneo para iniciativas empresariales relacionadas con la economía verde y el desarrollo sostenible”, en palabras de Jesús Capitán López, responsable de Expansión de Imener (ver *Tendencias*).

**Labor comercial.** El franquiciado recibe, lógicamente, formación sobre los entresijos del sector, pero su principal labor es comercial. Los proyectos que contrata, e incluso las instalaciones, los realiza la central de franquicia. De ahí que 4 de las 6 marcas que integran el segmento no exijan local, al menos al principio, para desarrollar la actividad (A Green Space, Cero Grados Sur, Grupo Eurener, Natural Project Eléctricas & Renovables).

Como consecuencia de ello, se trata de modelos de negocio orientados generalmente al autoempleo: 5 arrancan únicamente con el franquiciado, y solo Bioenergy precisa 2 empleados en el inicio.

### Son conceptos orientados al autoempleo: 5 funcionan únicamente con el franquiciado

Las 6 cadenas de energías renovables activas suman 224 unidades operativas (213 son asociadas, lo que supone el 95%). Más de la mitad pertenece a la sevillana A Green Space, que abandera 120.

Solo 2 enseñas han estableci-

do un parámetro de población mínima, de 5.000 habitantes (Bioenergy) y 50.000 (Imener). Si se opta por instalar el negocio en un local, la superficie mínima varía entre 20 metros cuadrados (Grupo Eurener) y 40 (Bioenergy, que también monta rincones desde 9 metros).

### Algunas enseñas también comercializan artículos relacionados, como led y vehículos eléctricos

La mayor parte de las marcas del sector no da demasiados datos sobre la inversión mínima aproximada, aduciendo que, al no necesitar local, se reduce prácticamente al derecho de entrada, al equipamiento informático y a unos gastos de establecimiento y de lanzamiento reducidos. Las que aportan más información son Imener y Bioenergy, que cifran el coste del negocio respectivamente en 32.000 euros más obra civil y en 50.000 euros. El fondo de maniobra, necesario mientras no se alcanza el umbral de rentabilidad, puede suponer hasta 10.000 euros adicionales.

**Sin entrada en un caso.** El canon de entrada oscila, IVA aparte, entre 2.250 euros (Cero Grados Sur) y 15.000 (Imener). Bioenergy no cobra por este concepto.

Tras el inicio de la actividad hay que aportar una cuota de mantenimiento en 4 firmas, que ingresan entre 150 y 200 euros mensuales o el 5% de las ventas. Solo Imener cobra canon de publicidad (400 euros al trimestre).

Salvo Bioenergy, que procede de Estados Unidos, las enseñas de energías renovables son españolas. 3 figuran censadas en el Registro de Franquiciadores.

La cadena más veterana en franquicia es Grupo Eurener, que

➔ comenzó la expansión en 2004. La última en incorporar este sistema de colaboración empresarial ha sido, en 2011, Bioenergy.

## BIOENERGY

El negocio que propone Bioenergy abarca la comercialización de todo tipo de productos y servicios relacionados con las energías renovables solar fotovoltaica,



**Bioenergy.** La marca estadounidense abanderará 51 locales en 12 países, de los que 20 están en España.

taica, solar térmica, eólica, biomasa, geotermia y termodinámica. Asimismo, distribuye iluminación led, tanto de interior como de exterior, alumbrado público, bicicletas eléctricas y sistemas de calefacción de alta eficiencia.

■ **Trayectoria.** Fundada en Estados Unidos en 2002, Bioenergy instaló una sede en Madrid en ese mismo año, aunque su apuesta por el sistema de franquicia para crecer en España no se produjo hasta 2011 –un año

antes que en su nación de origen–. En la actualidad abandonará 51 establecimientos en 12 países, de los que 20 (18 asociados) se encuentran en la península.

■ **Perfil del asociado.** Persona emprendedora con ganas de ser independiente.



## A GREEN SPACE

Central	Cenca Energías Futuras 2005, S.L.
Actividad	Energías renovables
Contacto	Fernando Téllez Cantero
Dirección	Glorieta Fernando Quiñones, s/n. Ed. Centris, 4º, módulo 17
Código Postal - Localidad	41940 Tomares (Sevilla)
Teléfono	954 987 590
Fax	954 157 698
Internet	<a href="http://www.agreenspace.org">www.agreenspace.org</a>
Correo	<a href="mailto:info@agreenspace.org">info@agreenspace.org</a>
Primer franquiciado en España	2008
Unidades en España	120
asociadas	118
Aperturas previstas en un año	30
Unidades en el extranjero	8
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	Desde 5.800 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: No necesita local al principio - Recomendable: 45 m <sup>2</sup> (a pie de calle, con escaparate)
Población mínima	No facilitada (según zona)

## Tendencias

### Una revolución por la bajada de precios

Manuel Norniella, gerente de Bioenergy (energías renovables, eficiencia energética)

“Se ha producido una revolución en el sector de las energías renovables con una bajada de precios que las hacen hoy rentables sin necesidad de subvenciones. Sirva como ejemplo que en el año 2008 el coste del panel fotovoltaico estaba a 3,6 euros el vatio y ahora está a 0,6. Paralelamente, la energía tradicional subió en España un 58%.

Se está viviendo un cambio de la utilización de las renovables, que hasta ahora consistían en un negocio financiero en el que se producía energía con el objetivo de venderla a la red eléctrica. Para esto eran necesarias las ayudas y los permisos del Gobierno. Actualmente el modelo consiste en generar energía para no pagar por ella, para autoconsumirla. Este mercado nuevo no solo es para particulares, también lo es para las empresas, que son las mayores consumidoras”.

### Hacia el autoconsumo fotovoltaico

Francisco Alcaraz, gerente de Cero Grados Sur (energías renovables)

“Con carácter inmediato se están sustituyendo las luminarias tradicionales por otras de tipo led, sobre todo en la industria y en empresas del sector servicios. Los plazos de amortización son interesantes, y la tecnología está lo su-

**“Con carácter inmediato se están sustituyendo las luminarias tradicionales por otras de tipo led”**

ficientemente probada como para ofrecer las garantías necesarias a los nuevos usuarios. Por otro lado, el incremento en el coste de la energía tradicional frente al abaratamiento y la mejora de la fotovoltaica han abierto un nuevo horizonte para esta última: el autoconsumo. El sector está aún pendiente de la nueva normativa regulatoria, pero las primeras instalaciones ya se llevan a cabo en algunas comunidades autónomas”.



### Ventajas de ser fabricantes

Carlos Rico, director de Expansión de Grupo Eurener (energía solar)

“El entorno actual no es el mejor para los emprendedores, pero ser emprendedor significa asumir riesgos acompañados de una visión clara y una adecuada identificación de los nichos de negocio. Nosotros hemos conseguido en 2012 una posición superior en el mercado, y la previsión es seguir subiendo peldaño a peldaño a lo largo de 2013. En nuestro caso, como somos fabricantes del producto que instalamos, la rentabilidad para nuestros franquiciados es mayor frente a los que

BIOENERGY	
Central	Bioenergy del Principado, S.A.
Actividad	Energías renovables, eficiencia energética
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Saucedá, 10, 5º
Código Postal - Localidad	28050 Madrid
Teléfono	91 169 70 65
Fax	91 318 50 86
Internet	<a href="http://www.bioenergysolar.com">www.bioenergysolar.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@bioenergysolar.com">info@bioenergysolar.com</a> - <a href="mailto:franquicia@bioenergysolar.com">franquicia@bioenergysolar.com</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	20
asociadas	18
Aperturas previstas en un año	
Unidades en el extranjero	31
Inversión aproximada	50.000 euros (14.000 para rincón) <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 40 m² (9 m² para rincón) - Recomendable: 50 m²
Población mínima	5.000 habitantes

■ **Ubicación.** Las tiendas Bioenergy se emplazan en calles comerciales o en centros comerciales, en locales con una superficie mínima de 40 metros cuadrados.

### “Disponemos de una línea de financiación propia para ayudar al franquiciado en la inversión”

■ **Desglose de la inversión.** “Para constituir una franquicia se necesitan 50.000 euros, que se destinan a la decoración del local –interior y exterior–, pantallas led, ordenadores, programas informáticos, material publicitario, formación –con hotel y manutención incluidos– y visitas periódicas de nuestros representantes para acompañar en la labor comercial

durante la duración del contrato”, dice Manuel Norriella, gerente de Bioenergy. “La empresa franquiciadora dispone de una línea de financiación propia para ayudar en caso de ser necesario”.

Para el formato rincón, la inversión se reduce a 14.000 euros. En ambos casos se recomienda un fondo de maniobra adicional de 10.000 euros.

■ **Plantilla.** El franquiciado y un empleado.

■ **Duración del contrato.** Se firma por 10 años.

### CERO GRADOS SUR

El negocio de energías renovables que licencia Cero Grados Sur comprende energía solar fotovoltaica, biomasa y sustitución de luminaria, con la venta de productos, ingeniería, instalación y mantenimiento. Los clientes de la en-

## Tendencias

tienen que comprarlo a terceros y redistribuirlo. Los resultados dan la razón a la gestión realizada y nos orientan a seguir en esta línea.

Hemos fortalecido nuestra red de franquicias con una optimización de recursos centrados en facilitar las herramientas para que nuestras delegaciones puedan cerrar operaciones de venta con éxito. Los principales elementos para esta tarea son dos: inversión en I+D+i y facilitar la financiación de las ventas.

El segmento de la energía solar ha atravesado un año duro con una nueva legislación que ha hecho que varias empresas, muchas competencia directa nuestra, estén pasando momentos difíciles. En nuestro caso la expansión con mesura y unas necesidades financieras bajas nos han permitido llevar a cabo nuestros planes de desarrollo tal y como teníamos previsto.

Según informan fuentes próximas al Gobierno, dentro de unos meses se aprobará una nueva normativa para autoconsumo instantáneo de la electricidad producida con los módulos fotovoltaicos que se instalen en las cubiertas de naves industriales y edificios, lo que supone un ahorro muy significativo

“Ser emprendedor significa asumir riesgos acompañados de una visión clara y una adecuada identificación de los nichos de negocio”

en la factura de la luz. Como consecuencia de ello se abrirá una nueva área de negocio en la que nosotros ya estamos posicionados, dado que tenemos experiencia en el desarrollo, instalación y puesta en marcha de soluciones tecnológicas de autoconsumo tanto doméstico como industrial”.

### Nuevas normativas favorecedoras

Beatriz Monge, portavoz del Departamento de Expansión, y Elena Marín Arroyo, responsable del Departamento de Marketing y Comunicación de Natural Project Eléctricas & Renovables (eléctricas y renovables)

“En nuestra marca ofrecemos un ahorro energético y económico que, sumado al contexto actual en el que nos encontramos, hace que nuestros servicios obtengan una gran demanda. Por otro lado, desde las instituciones gubernamentales nacionales e internacionales se aboga cada vez más por este tipo de instalaciones, con nuevas políticas y subvenciones que facilitan su ejecución, promoviendo a su vez la conciencia social por las energías renovables y el ahorro energético. Nuestro mercado es una de las mejores apuestas, somos presente y futuro.

En el último año nos hemos encontrado con una evolución muy positiva, pues los incrementos del coste de la luz y el alto precio del petróleo dirigen al cliente final hacia una energía más sostenible y hacia el autoconsumo. Para 2013 prevemos el mismo balance gracias, entre otras nuevas normativas

Sigue en la página 52 ●●

señan son edificios de nueva construcción, como geriátricos, hospitales, hoteles, restaurantes, gimnasios o naves industriales.

La principal labor del franquiciado consiste en la comercialización de los servicios de la red.

### La principal labor del franquiciado consiste en comercializar los servicios de la cadena

**■ Trayectoria.** Con sede en Murcia, Cero Grados Sur está en el mercado desde 2004 con unidades propias y desde 2009 con franquicias. La enseña cuenta en la actualidad con 13 establecimientos (11 asociados) y 3 operadores sin local, ubicados Murcia, Alicante, Madrid, Cádiz, Tenerife, Valencia,

Barcelona, Zamora y A Coruña.

**■ Perfil del asociado.** Emprendedor dinámico, con capacidad de liderazgo y espíritu comercial. El concepto también es adecuado para empresas con equipo de vendedores en funcionamiento que deseen ampliar su abanico de actividades.

**■ Ubicación.** El negocio no necesita local, pero se puede abrir una oficina en un polígono industrial.

**■ Desglose de la inversión.** “La franquicia tiene un canon de inicial de 750 euros más IVA que se destina a la formación técnico-comercial y al material de *marketing* corporativo”, detalla Francisco Alcaraz, gerente de Cero Grados Sur. “Además, se entrega al franquiciado un surtido de materiales, valorado a coste en 1.500 euros más IVA, que tiene por objeto servir de muestra comercial real del producto ofertado. Está compuesto por luminarias led de distinta tipología y por un kit de autoconsumo fotovoltaico”.

“Como la labor del franquiciado

## Tendencias

... Viene de la página 51

favorecedoras de nuestro sector, al certificado energético para la segunda vivienda, que será obligatorio para todos los edificios a partir del 2020”.



### Un momento idóneo para posicionarse

Jesús Capitán López, responsable de Expansión de Imener (gestión de proyectos de inversión en energías renovables y desarrollo sostenible)

“Se ha creado un marco idóneo para iniciativas empresariales relacionadas con la economía verde y el desarrollo sostenible. Prueba de ello son los objetivos marcados por la Unión Europea en su estrategia 20-20-20, los elevados precios de los combustibles fósiles, las normativas de gestión de residuos, la creciente preocupación ciudadana por el medio ambiente, o la demanda de nuevos productos y servicios respetuosos con el entorno natural. Nuestra marca ha diseñado un modelo de negocio adecuado a emprendedores que deseen trabajar en este campo y que compartan las premisas de respeto al medio ambiente, dedicación al cliente y transparencia en el trabajo. El sistema de franquicia es una excelente herramienta para la expansión, por las ventajas que aporta al franquiciado y al franquiciador. Debido a las variables externas de la economía, creemos que es un momento idóneo para posicionarse en el mercado”.

## CERO GRADOS SUR

CEROGRADOSSUR  
energíasolar



Central	Cero Grados Sur, S.L.
Actividad	Energías renovables
Contacto	Eduard González
Dirección	Ctra. Alicante, 62-b
Código Postal - Localidad	30007 Murcia
Teléfono	968 20 53 24
Fax	968 20 53 26
Internet	<a href="http://www.cerogradossur.com">www.cerogradossur.com</a>
Correo	<a href="mailto:comercial@cerogradossur.com">comercial@cerogradossur.com</a>
Primer franquiciado en España	2009
Unidades en España	13 (+ 3 operadores sin local)
asociadas	11 (+ 1)
Aperturas previstas en un año	12
Unidades en el extranjero	1
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	750 euros + IVA (+ 1.500 euros + IVA de stock de materiales)
Canon de mantenimiento	150 euros al mes (asistencia técnica)
Canon de publicidad	0
Superficie	No necesita local
Población mínima	Sin límite

## GRUPO EURENER



Central	Eurenener, S.L.
Actividad	Energía solar
Contacto	Carlos Rico
Dirección	C/ Gabriel Miró, 2
Código Postal - Localidad	03380 Bigastro (Alicante)
Teléfono	96 677 85 89
Fax	96 677 20 50
Internet	<a href="http://www.franquiciaeurenener.es">www.franquiciaeurenener.es</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@eurenener.com">expansion@eurenener.com</a>
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	43
asociadas	40
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	10
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	200 euros al mes (prestación de servicios)
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 20 m <sup>2</sup> o sin local al principio - Recomendable: 20 m <sup>2</sup> (oficina)
Población mínima	Sin límite

IMENER	
Central	Imener Franquicias, S.L.
Actividad	Gestión de proyectos de inversión en energías renovables y desarrollo sostenible
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Islas Bermudas, 10, 1º
Código Postal - Localidad	28034 Madrid
Teléfono	91 662 66 20
Fax	
Internet	<a href="http://www.imener.com">www.imener.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicia@imener.com">franquicia@imener.com</a>
Primer franquiciado en España	2008
Unidades en España	3
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	32.000 euros + obra civil (para 25 m²)
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	5% sobre ventas
Canon de publicidad	400 euros al trimestre
Superficie	Mínima: 25 m² - Recomendable: 25 m² (local comercial, oficina)
Población mínima	50.000 habitantes



**Cero Grados Sur.** El negocio no necesita local, pero se puede abrir una oficina en un polígono industrial.

Ambiente”, destaca Jesús Capitán López, responsable de Expansión de Imener

■ **Trayectoria.** Con sede en Badajoz, Imener opera desde 2008 en propiedad y en franquicia. En la actualidad la marca dispone de 3 establecimientos (2 asociados) en Extrema-

es principalmente comercial”, agrega Alcaraz, “no se exigen otros condicionantes respecto a obras, mobiliario, locales o fianzas. El resto de las pautas de funcionamiento de la franquicia corresponden a la organización interna y propia del emprendedor. Este debería disponer al menos de un fondo de maniobra suficiente para la materialización de las primeras operaciones de venta, que estimamos que en el peor de los casos se producirán unos 3 meses después del comienzo de la actividad”.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 2 años.

dura, Castilla y León y Madrid.

■ **Perfil del asociado.** Persona emprendedora con capacidad para la gestión de negocio y las relaciones públicas, y con formación técnica comercial.

■ **Ubicación.** La central no exige un emplazamiento especial para la tienda, que debe ocupar al menos 25 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Un establecimiento de 25 metros precisa un desembolso de alrededor de 32.000 euros más obra civil, y adicionalmente se aconseja contar con un fondo de maniobra de 10.000 euros.

## NATURAL PROJECT ELÉCTRICAS & RENOVABLES



Central	Natural Project Energías Renovables, S.L.
Actividad	Eléctricas y renovables
Contacto	Beatriz Monge
Dirección	Torneo Parque Empresarial. C/ Astronomía, torre 5, 11º, módulos 1 y 2
Código Postal - Localidad	41015 Sevilla
Teléfono	955 72 35 85
Fax	
Internet	<a href="http://www.naturalproject.org">www.naturalproject.org</a>
Correo	<a href="mailto:info@naturalproject.org">info@naturalproject.org</a>
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	25
asociadas	24
Aperturas previstas en un año	15
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	No facilitada
Derecho de entrada	6.500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	5% sobre facturación
Canon de publicidad	0
Superficie	No necesita local
Población mínima	Sin límite

## IMENER

Imener gestiona proyectos de inversión en energías renovables y desarrollo sostenible. La enseña comercializa maquinaria para producir biomasa y biogás, así como energía solar térmica y fotovoltaica, tanto para autoconsumo como para su venta a la red. Otros productos de su catálogo son los equipos de aprovechamiento del viento para la generación de electricidad a partir de instalaciones de energía minieólica. La enseña presta servicios energéticos a entidades públicas y privadas.

“Tenemos la satisfacción de haber conseguido el Primer Premio Empreverde 2012 en la categoría de Nuevas Líneas de Negocio, concedido por la Fundación Biodiversidad y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio

## “Hemos conseguido en 2012 el Primer Premio Empreverde del Ministerio de Agricultura”

Jesús Capitán López, responsable de Expansión de Imener, desglosa la inversión entre el derecho de entrada (15.000 euros más IVA), alta de la empresa (1.600 euros), adecuación de local (1.200 euros), equipos informáticos (1.200), rotulación y adecuación a la imagen corporativa (1.500), y vehículo de empresa, que tiene carácter opcional (11.800 euros).

■ **Plantilla.** Como máximo, 2 personas, aunque depende de la unidad de negocio.

■ **Duración del contrato.** Se firma por 5 años.



## ► Más contactos

### ALQUILAND

Central	Alquiland Services Rent, S.L.
Actividad	Agencia inmobiliaria especializada en alquileres
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Mar Menor, 3, bajo
Código Postal - Localidad	30009 Murcia
Teléfono	968 90 79 88 / 902 92 93 48
Correo	<a href="mailto:expansion@mealquilan.com">expansion@mealquilan.com</a> - <a href="mailto:central@mealquilan.com">central@mealquilan.com</a>
Internet	<a href="http://www.mealquilan.com">www.mealquilan.com</a>

### FINCATERRA

Central	Fincaterra Servicios Inmobiliarios, S.L.
Actividad	Servicios globales inmobiliarios
Contacto	José Luis Mateu
Dirección	Pº Marítimo Pablo Ruiz Picasso, 21
Código Postal - Localidad	29016 Málaga
Teléfono	952 212 317 / 960 61 57 18
Correo	<a href="mailto:expansion@fincaterra.com">expansion@fincaterra.com</a> - <a href="mailto:central@fincaterra.com">central@fincaterra.com</a>
Internet	<a href="http://www.fincaterra.com">www.fincaterra.com</a>

### BOLSA INMOBILIARIA VALENCIA



Central	Bolsa Inmobiliaria Valencia, S.L.
Actividad	Agencia inmobiliaria
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Moratín, 11, 4º, 27A
Código Postal - Localidad	46002 Valencia
Teléfono	96 325 55 55
Correo	<a href="mailto:info@bolsainmobiliariavalencia.com">info@bolsainmobiliariavalencia.com</a>
Internet	<a href="http://www.bolsainmobiliariavalencia.com">www.bolsainmobiliariavalencia.com</a>

### GECONTA SERVICIOS INMOBILIARIOS



Central	Geonta Servicios Inmobiliarios, S.L.
Actividad	Agencia inmobiliaria
Contacto	Joaquín Gálvez
Dirección	Avda. Manuel de Falla, 17
Código Postal - Localidad	29580 Estación de Cártama (Málaga)
Teléfono	952 42 70 67
Correo	<a href="mailto:joaquingalvez@geonta.es">joaquingalvez@geonta.es</a>
Internet	<a href="http://www.geonta.es">www.geonta.es</a>

## ● Punto Blanco

busca personas interesadas en emprender en régimen de

# FRANQUICIA AUTOEMPLEO

que dispongan de locales comerciales con ubicaciones en ZONAS COMERCIALES PREFERENTES para la venta de todos los productos de su gama Calcetines - Underwear - Homewear - Baño

#### CONTACTO

✉ [franquicias@puntoblanco.com](mailto:franquicias@puntoblanco.com)

☎ 93 803 52 52

### POLIROOMS

Central	Polirooms, S.L.
Actividad	Portal inmobiliario con información de propiedades en alquiler
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Santa Engracia, 35
Código Postal - Localidad	28010 Madrid
Teléfono	91 359 28 64 / 902 014 251
Correo	<a href="mailto:info@polirooms.com">info@polirooms.com</a>
Internet	<a href="http://www.polirooms.com">www.polirooms.com</a>

### UNICASA FACTORY



Central	Unicasa Franquiciadora, S.L.
Actividad	Intermediación en la compraventa de viviendas en cartera de entidades financieras
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Mahler, 3, local bajo
Código Postal - Localidad	29006 Málaga
Teléfono	900 711 900
Correo	<a href="mailto:unicasafactory@unicasa.es">unicasafactory@unicasa.es</a>
Internet	<a href="http://www.unicasafactory.es">www.unicasafactory.es</a>



200 enseñanzas 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

✓ Gimnasios

✓ Idiomas

✓ Mobiliario de cocina

✓ Mobiliario-Decoración

✓ Moda femenina

✓ Moda genérica

✓ Moda infantil

✓ Ocio

✓ Peluquerías

✓ Restauración genérica

✓ Restauración italiana

✓ Restaurantes temáticos

✓ Salud-Bienestar

✓ Textil y decoración del hogar



# 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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 91 351 90 01  
 Correo: curi.gallardo@gruporestalia.com  
 Web: www.gruporestalia.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 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 925 25 63 65  
 Correo: julio.ramirez@abrasador.com  
 Web: www.abrasador.com

## 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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 93 200 47 03  
 Correo: cvila@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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 25 m<sup>2</sup>  
 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 m<sup>2</sup> (para 1200 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 800 m<sup>2</sup>  
 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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 902 32 32 35 / 958 27 48 81  
 Correo: mperez@millermalmann.es  
 Web: www.americansecrets.es

## Amichi

Moda de elevada calidad y diseño exclusivo para mujer y hombre  
 Origen: España  
 Sede: Las Rozas  
 Unidades en España: 116  
 Unidades asociadas: 30  
 Inversión: 250/700 euros por m<sup>2</sup>  
 Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 91 636 31 80  
 Correo: gdeoya@amichi.es  
 Web: www.amichi.es

## Angel Schlessler

Textil y complementos  
 Origen: España  
 Sede: Madrid  
 Unidades en España: 9 (+ 3 rincones)

Unidades asociadas: 3  
 Inversión: Desde 250.000 euros  
 Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 91 431 24 68  
 Correo: borja@angelschlessler.com  
 Web: www.angelschlessler.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 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 608 92 62 99  
 Correo: e.nieto@animalparty.es  
 Web: www.animalparty.es

## Anluser Viajes

Agencias de viajes  
 Origen: España  
 Sede: Pedrera  
 Unidades en España: 7  
 Unidades asociadas: 6  
 Inversión: 10.000/15.000 euros (para 25 m<sup>2</sup>)  
 Teléfono: 955 20 14 13  
 Correo: info@viajesanluser.com  
 Web: www.viajesanluser.com

## Art Modul

Diseño, fabricación a medida e instalación de mobiliario para el hogar  
 Origen: España  
 Sede: Barcelona  
 Unidades en España: 6

## Andemoss

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 m<sup>2</sup>)  
 Derecho de entrada: 5.900 euros + IVA  
 Superficie mínima: 20 m<sup>2</sup>



(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@andemoss.es  
 Web: www.andemoss.es

## 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@bya.es

Web: www.aonsolutions.es



Unidades asociadas: 1

Inversión: Desde 42.500 euros + obra civil (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Población mínima: 100.000 habitantes

Teléfono: 615 96 03 30 / 93 424 81 14 / 93 453 56 67

Correo: expansion@artmodul.es

Web: www.artmodul.es

## Artikel

Decoración, textil, mobiliario y regalos para la casa y el jardín

Origen: España

Sede: Benifayó

Unidades en España: 12

Unidades asociadas: 8

Inversión: 72.000 euros + obra civil (para 200 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 200 m<sup>2</sup> (modelo A)/400

(modelo B)

Teléfono: 96 176 74 76

Correo: victorbeltran@artikel.es

Web: www.artikel.es

## Azul de Rizos

Peluquería, belleza y formación

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 26

Unidades asociadas: 24

**Inversión:** Desde 900 euros por m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 25.000 habitantes  
**Teléfono:** 91 702 03 69  
**Correo:** rizados@rizos.es  
**Web:** www.rizados.es

## Becara

*Mobiliario y decoración*  
**Origen:** España  
**Sede:** Valdemoro  
**Unidades en España:** 7  
(+ 7 rincones + 1 tienda en T4 Barajas)  
**Unidades asociadas:** 4  
**Inversión:** 600 euros por m<sup>2</sup> (para 500 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 300 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 296 66 66  
**Correo:** alfonso.gv@becara.com  
**Web:** www.becara.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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 541 62 15 / 91 542 54 66  
**Correo:** gines.mendez@berlitz.es  
**Web:** www.berlitz.es

## BoConcept

*Muebles y complementos del hogar*  
**Origen:** Dinamarca  
**Sede:** Leganés  
**Unidades en España:** 15  
**Unidades asociadas:** 10

## 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 m<sup>2</sup> (centro ciudad)/300 m<sup>2</sup> (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

**Inversión:** 180.000 euros + obra civil + IVA  
(para 400 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 350 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 22 50 05  
**Correo:** jrg@boconcept.es  
**Web:** www.boconcept.es

## 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 105 339  
**Correo:** franquicias@byebyepelos.com  
**Web:** www.byebyepelos.com

## Café & Té

*Cafetería, bocardillería*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 201 (+ 5 rincones)  
**Unidades asociadas:** 49 (+ 1)  
**Inversión:** 132.000 euros (para 120 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 11 72 30  
**Correo:** franquicias@cafento.com  
**Web:** www.cafento.com

## Carpisa

*Venta de bolsos, accesorios, maletas, complementos y marroquinería*  
**Origen:** Italia  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 8 (+ 2 rincones)  
**Unidades asociadas:** 2  
**Inversión:** 120.000 euros  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 237 66 10  
**Correo:** info@kuvera.es  
**Web:** www.carpisa.com

## Casa

*Comercio minorista de artículos de regalo y para el hogar*  
**Origen:** Bélgica  
**Unidades en España:** 82  
**Unidades asociadas:** 41  
**Inversión:** 400.000 euros  
**Superficie mínima:** 500 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 751 80 85  
**Correo:** info@casashops.com  
**Web:** www.casashops.com

## Centro Proctológico Europeo

*Tratamiento con las últimas técnicas médicas en láser CO2, Hemobyte y THD Ecodoppler, que reducen los tiempos de espera y recuperación del paciente*  
**Origen:** España  
**Sede:** Perillo-Oleiros  
**Unidades en España:** 1  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 360.000 euros  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**Correo:** info@centroproctologiceuropeo.es  
**Web:** www.centroproctologiceuropeo.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 m<sup>2</sup> (para 350 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 300 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 659 42 12  
**Correo:** franquicias@brasaylena.com  
**Web:** www.brasaylena.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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 15.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 125 m<sup>2</sup> (incluido almacén)  
**Población mínima:** 75.000 habitantes  
**Contacto:** Susana Ortega  
**Teléfono:** 91 444 81 64 / 91 309 65 15  
**Correo:** franquiciaschicco@bya.es  
**Web:** www.chicco.es



## 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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 12.000 euros  
**Superficie mínima:** sin local o 45 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Teléfono: 962 38 90 09

Correo: sacher@clnicasacher.com

Web: www.clinicasacher.com

## Clínicas Fisi(ON)

Centros de fisioterapia, fisioestética y bienestar

Origen: España

Sede: Las Rozas

Unidades en España: 12

Unidades asociadas: 10

Inversión: 49.000 euros + obra civil (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 916 40 28 71

Correo: expansion@fisi-on.com

Web: www.fisi-on.com

## Clínicas Séptima Dental

Clinicas dentales

Origen: España

### 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 m<sup>2</sup> (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



Sede: Sevilla

Unidades en España: 7

Unidades asociadas: 4

Inversión: Desde 100.000 euros + obra civil

Superficie mínima: 120 m<sup>2</sup>

Teléfono: 954 53 08 64

Correo: info@septimadental.com

Web: www.clinicasseptimadental.com

## Cocinas.com

Mobiliario de cocina

Origen: España

Sede: Viana

Unidades en España: 10

Unidades asociadas: 8

Inversión: Desde 30.000 euros + obra civil (para 200 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>

Teléfono: 948 44 66 31

Correo: info@cocinas.com

Web: www.cocinas.com

## 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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 45 m<sup>2</sup>

Teléfono: 976 85 82 48 / 659 09 19 13

Correo: albertoramon@amdecora.com

## Crack

Regalos y decoración

Origen: España

Sede: Montcada y Reixac

Unidades en España: 20

Unidades asociadas: 15

Inversión: 100.000/150.000 euros (para 350 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 350 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 572 69 93

Correo: crack@crackhogar.com

Web: www.crackhogar.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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Teléfono: 968 35 56 09

Correo: info@createsse.es

Web: www.createsse.es

## Cuisine Plus

Venta de muebles de cocina, electrodomésticos y accesorios

Origen: Francia

Sede: Madrid

Unidades en España: 10

Unidades asociadas: 10

Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Población mínima: 50.000 habitantes

Teléfono: 660 751 317

Correo: mcuenca@plusint.fr

Web: www.cuisine-plus.es

## Cuple

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 m<sup>2</sup>

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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 120 m<sup>2</sup> (Básico)/170 m<sup>2</sup> (Completo)

Teléfono: 949 20 09 38

Correo: ventas@curveurope.com

Web: www.curveurope.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 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 642 25 43 / 609 25 17 79

Correo: franquicias@divinaprovidencia.com

Web: www.divinaprovidencia.com

## El Guardabosques

Venta de mobiliario en madera maciza y complementos de decoración

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 7 (+ 2 rincones)

Unidades asociadas: 7 (+ 2)

Inversión: Desde 55.000 euros + obra civil (para 300 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 250 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 547 44 34

Correo: central@elguardabosques.com

Web: www.elguardabosques.com

## El Lagarto Está Llorando

Prêt-à-porter infantil

Origen: España

Sede: Santander

Unidades en España: 29 (+ 1 rincón)

Unidades asociadas: 27

Inversión: 60.000 euros (para 25 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 25 m<sup>2</sup>

Teléfono: 942 22 65 86

Correo: franquicias@elagartoestallorando.com

Web: www.elagartoestallorando.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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 654 49 65 69 / 91 351 82 19

Correo: aestelles@consultasession.com

Web: www.fluency.es

## Ginos

Restauración italiana

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 100

Unidades asociadas: 9

Inversión: Desde 440.000 euros (para 300 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 270 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 270 90 53

Correo: ftendero@grupovips.com

Web: www.ginos.es

## Gioseppe

Calzado y complementos

Origen: España

Sede: Elche

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 1

Inversión: 50.000 euros + obra civil (para 150 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 407 408

Correo: gioseppe@gioseppe.com

Web: www.gioseppe.com

## 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](mailto:sercla@sercla.com)

Web: [www.documentos.gno-site.com/presentacion.pdf](http://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](mailto: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](mailto:franchise@gocco.es)

Web: [www.gocco.es](http://www.gocco.es)

## Goldenpoint

Lencería

Origen: Italia

Sede: Barcelona

Unidades en España: 50

## Goldcar Rental

Alquiler de vehículos

Origen: España

Sede: Sant Joan

d'Alacant

Primera unidad propia: 1988

Unidades en España: 35

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](mailto:expansion@bya.es)

Web: [www.goldcar.es](http://www.goldcar.es)



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](mailto:franquicias@goldenpointonline.es)

Web: [www.goldenpointonline.com](http://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](mailto:info@beerandfood.es)

Web: [www.pubirlandes.com](http://www.pubirlandes.com)

## Hamelin

Centros de educación infantil (guarderías)

Origen: España

Sede: Alella

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 3

Inversión: 170.000 euros (para 400 m²)

Derecho de entrada: 20.000 euros + IVA

Superficie mínima: 350 m² + 75 de patio

Población mínima: 100.000 habitantes

Teléfono: 93 555 22 96

Correo: [comercial@franquiciashamelin.com](mailto:comercial@franquiciashamelin.com)

Web: [www.franquiciashamelin.com](http://www.franquiciashamelin.com)

## Hokiba

Comercialización muebles de cocina y hogar

Origen: España

Sede: Móstoles

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 6

Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 50 m²)

Superficie mínima: 40 m²

Teléfono: 91 664 88 79

Correo: [hokiba@hokiba.es](mailto:hokiba@hokiba.es)

Web: [www.hokiba.es](http://www.hokiba.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

Teléfono: 91 733 62 13

Correo: [expansion@hope1967.com](mailto:expansion@hope1967.com)

Web: [www.hope1967.com](http://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](mailto:alex@hsw.com.es)

Web: [www.hsw.com.es](http://www.hsw.com.es)



## 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](mailto:expansion@lavazza.es)

Web: [www.ilcaffediroma.com](http://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](mailto:expansion@zena.com)

Web: [www.iltimpietto.com](http://www.iltimpietto.com)

## Ingredients:café

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](mailto:franquicias@ingredientscafe.es)

Web: [www.ingredientscafe.es](http://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](mailto:info@iberochino.com)

Web: [www.iberochino.com](http://www.iberochino.com)

## KA International

Telas, muebles tapizados y complementos para decoración

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 78 (+ 15 rincones)

**Unidades asociadas:** 68 (+ 15)  
**Inversión:** Desde 60.000 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 578 01 27  
**Correo:** expansion@ka-international.com  
**Web:** www.ka-international.com

### Korōshi

*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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 798 44 46  
**Correo:** franquicias@koroshi.tv  
**Web:** www.koroshishop.com

### Küchen House

*Venta de cocinas, baños y armarios*  
**Origen:** España  
**Sede:** Valladolid  
**Unidades en España:** 11 (+ 31 rincones)  
**Unidades asociadas:** 11 (+ 31)  
**Inversión:** 55.000 euros + obra civil (para 120 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup> útiles  
**Teléfono:** 902 53 66 66 / 983 29 45 51  
**Correo:** info@kuchenhouse.com  
**Web:** www.kuchenhouse.com

### Kumon

*Centros de enseñanza con método propio basado en las matemáticas y la lectura*  
**Origen:** Japón  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 209 (+ 47 rincones en colegios)  
**Unidades asociadas:** 203 (+ 47)  
**Inversión:** Desde 8.000 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 190 275 / 91 323 70 92  
**Correo:** info@kumon.es  
**Web:** www.kumon.es

### Kurz & Gut

*Cervecería-salchichería alemana*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 16  
**Unidades asociadas:** 11  
**Inversión:** 255.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Teléfono:** 93 318 53 56  
**Correo:** kurz-gut@kurz-gut.com  
**Web:** www.kurz-gut.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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 26.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 250 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 250 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 11 28 60  
**Correo:** info@latableria.com  
**Web:** www.latableria.com

### Laura Ashley

*Prendas de vestir y decoración para el hogar*  
**Origen:** Reino Unido  
**Sede:** Arrúbal  
**Unidades en España:** 15  
**Unidades asociadas:** 13  
**Inversión:** 43.000/61.000 euros + obra civil + IVA (según local)  
**Superficie mínima:** 65 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 941 27 51 54 / 941 58 76 76  
**Correo:** alberto.gomez@lauraashley.es  
**Web:** www.lauraashley.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 m<sup>2</sup>

(opción de mercancía en depósito)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 928 48 20 55  
**Correo:** prensa@burmen.es  
**Web:** www.lenita-xtg.com

### Les Ptit's 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 300 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 689 58 22 11  
**Correo:** info@lesptitsbilingues.com  
**Web:** www.lesptitsbilingues.com

### Lizarran

*Pinchos y tapas*  
**Origen:** España  
**Sede:** Pozuelo de Alarcón  
**Unidades en España:** 198 (+ 2 rincones)  
**Unidades asociadas:** 188  
**Inversión:** Desde 1.250 euros por m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 490 28 05

### 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 m<sup>2</sup>)



**Derecho de entrada:** 6.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup> o dirección virtual  
**Población mínima:** 20.000 habitantes  
**Contacto:** Massimiliano Brigida  
**Teléfono:** 93 419 78 54  
**Correo:** info@leadermobile.es  
**Web:** www.leadermobile.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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 12.000 euros  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 80.000 habitantes  
**Contacto:** Alicia Mardones Labanda  
**Correo:** alicia@lollipops.fr  
**Web:** www.lollipops.fr

Correo: expansion@comessgroup.com  
Web: www.comessgroup.com

## London Café

Establecimientos de hostelería abiertos durante todo el día

Origen: España  
Sede: Vitoria  
Unidades en España: 3  
Unidades asociadas: 2  
Inversión: 250.000 euros (para 200 m<sup>2</sup>)  
Teléfono: 945 20 28 63 / 669 84 59 13  
Correo: contacto@londoncafe.es  
Web: www.londoncafe.es

## Mango/MNG

Textil

Origen: España  
Sede: Palau Solità i Plegamans  
Unidades en España: 314  
Unidades asociadas: 110  
Inversión: 1.400 euros por m<sup>2</sup>  
Superficie mínima: 300 m<sup>2</sup>  
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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup>  
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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 900 106 801  
Correo: info@es.mbt.com  
Web: www.mbt.com

## Maxwapa Make-Up Shops

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

## 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: Desde 180.000 euros (para 120 m<sup>2</sup>)



Origen: España  
Sede: Zaragoza  
Unidades en España: 3 (+ 1 rincón)  
Unidades asociadas: 2 (+ 1)  
Inversión: 15.400 euros + obra civil (para 35 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 976 42 50 69  
Correo: maxwapa@maxwapa.com  
Web: www.maxwapa.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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 902 02 71 35  
Correo: franquicias@meigallo.com  
Web: www.meigallo.com

## Merkamueble

Grandes centros de venta de mobiliario y electrodomésticos

Origen: España  
Sede: Bollullos de la Mitación  
Unidades en España: 75  
Unidades asociadas: 71  
Superficie mínima: 2.500 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 95 500 14 20  
Correo: franquicia@merkamueble.com  
Web: www.merkamueble.com

## Mi Casa Cosas de Casa

Textil-hogar, menaje de baño, cocina, decoración y mueble

Origen: España  
Sede: Pontareas  
Unidades en España: 43  
Unidades asociadas: 30  
Inversión: 62.000 euros + obra civil (para 130 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 90 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 986 64 47 44



Derecho de entrada: 20.000 euros + IVA  
Superficie mínima: 120 m<sup>2</sup>  
Contacto: Departamento de Expansión  
Teléfono: 607 494 779  
Correo: barcelona@bya.es  
Web: www.masqmenos.com

Correo: informacion@tiendasmicasa.com  
Web: www.tiendasmicasa.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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 93 770 86 28  
Correo: acarascosa@misako.es  
Web: www.misakoshop.com

## Moblerone

Distribución de muebles

Origen: España  
Sede: Alicante  
Unidades en España: 60  
Unidades asociadas: 50  
Superficie mínima: 600 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 965 17 41 11

## Momi & Toy's

Comercialización del rollo japonés 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

**MOMI & TOY'S**  
ROLLED JAPANESE CREPE

Correo: franquicias@moblerone.es  
Web: www.moblerone.com

## Muebles El Rebajón de La Ardilla

Comercio de muebles de hogar

Origen: España  
Sede: Alicante  
Unidades en España: 9  
Unidades asociadas: 4  
Inversión: Desde 75.000 euros + obra civil (para 500 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 500 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 965 98 42 65  
Correo: info@grupoventura.com  
Web: www.franquiciasdelmueble.com

## Muebles La Factoría

Comercio del mueble de hogar y decoración

Origen: España  
Sede: Alicante  
Unidades en España: 10  
Unidades asociadas: 4  
Inversión: Desde 75.000 euros + obra civil (para 500 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 500 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 965 98 42 65  
Correo: info@grupoventura.com  
Web: www.franquiciasdelmueble.com

## Muebles Rey/Tuco

Venta al menor de muebles

Origen: España  
Sede: Zaragoza  
Unidades en España: 76 (+ 53 afiliadas con agrupación en compras, no en marca)  
Unidades asociadas: 62 (+ 53)



(establecimiento tradicional)  
Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA  
Superficie mínima: 20 m<sup>2</sup> (modalidad móvil)/50 m<sup>2</sup> (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

**Inversión:** Desde 100.000 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 1.300 m<sup>2</sup> (Tuco)2.000 (Muebles Rey)  
**Teléfono:** 902 260 100  
**Correo:** franquicias@reycorporacion.com  
**Web:** www.reycorporacion.com

### 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 150 m<sup>2</sup>  
**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

### 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:** 40  
**Unidades asociadas:** 39  
**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 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** Núcleos de concentración de viviendas unifamiliares  
**Contacto:** Departamento de Expansión  
**Teléfono:** 91 444 81 63 / 91 309 65 15  
**Correo:** mundopan@bya.es  
**Web:** www.mundopan.es



**Unidades en España:** 7 (+ 1 rincón)  
**Unidades asociadas:** 4 (+ 1)  
**Inversión:** 29.700 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 92 24 03  
**Correo:** franquicias@mundoclases.com  
**Web:** www.mundoclases.com

### Muy Mucho

*Complementos del hogar, decoración y regalos*

**Origen:** España  
**Sede:** Sant Boi de Llobregat  
**Unidades en España:** 10  
**Unidades asociadas:** 3  
**Inversión:** 180.000 euros (para 250 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 250 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 289 04 10  
**Correo:** franquicias@muymucho.com  
**Web:** www.muymucho.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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 223 15 15  
**Correo:** agamez@myhairbarcelona.com  
**Web:** www.myhairbarcelona.com

### 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 m<sup>2</sup> (mercancía en depósito)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 972 59 68 00

### 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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 3.000 euros + IVA



**Correo:** montsep@nafnaf.es  
**Web:** www.nafnaf.es

### 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 330 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 20.000 habitantes  
**Teléfono:** 91 351 81 11  
**Correo:** oscar.diaz@escuelanemomarin.com  
**Web:** www.escuelanemomarin.com

### 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  
**Derecho de entrada:** 40.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 10.000 unidades familiares de público objetivo  
**Teléfono:** 91 745 47 47  
**Correo:** info@nuba.net  
**Web:** www.nuba.net



**Superficie mínima:** 16 m<sup>2</sup> (12 para quiosco)  
**Población mínima:** 30.000 habitantes  
**Contacto:** Manuel Escribano  
**Teléfono:** 91 735 71 58  
**Correo:** mescribano@nails4us.es  
**Web:** www.nails4us.com

### Nuo Dermoestética

*Tratamientos dermatológicos con tecnología médica*

**Origen:** España  
**Sede:** Manresa  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 100.000 euros (para 45 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 150 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 10 38 16 / 680 58 65 11  
**Correo:** osvaldo@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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 25 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 4 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 150 m<sup>2</sup>

## Ö!mygood

Frozen yogurt

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 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA

Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup> (formato Classic)

(8 m<sup>2</sup> para quioscos en centros comerciales)

Población mínima: Sin límite

Contacto: Ana Picó

Teléfono: 627 56 23 79

Correo: [info@omygood.es](mailto:info@omygood.es)

Web: [www.omygood.es](http://www.omygood.es)



Teléfono: 902 43 12 48

Correo: [info@omammamia.com](mailto:info@omammamia.com)

Web: [www.omammamia.com](http://www.omammamia.com)

## Oh my Cut!

Salones de peluquería

Origen: España

Sede: Elche

Unidades en España: 41

Unidades asociadas: 25

Inversión: 77.000 euros (para 70 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Teléfono: 966 215 033

Correo: [franquicias@ohmycut.com](mailto:franquicias@ohmycut.com)

Web: [www.ohmycut.com](http://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

## Oro Rapid

Compra de oro en locales ubicados en centros comerciales

Origen: España

Sede: Madrid

Primeras unidades: 2011 (propia)/2012 (asociada)

Unidades en España: 4

Unidades asociadas: 1

Duración del contrato: 3 años

Inversión: 27.500 euros (para 6 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 15.000 euros + IVA



Superficie mínima: 6 m<sup>2</sup> (quiosco)/15 m<sup>2</sup> (local)

Población mínima: 50.000 habitantes

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 91 444 81 61

Correo: [ororapid@bya.es](mailto:ororapid@bya.es)

Web: [www.ororapid.es](http://www.ororapid.es)

(mercancía en depósito) (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup> + almacén

Teléfono: 942 260 752

Correo: [oneal@oneal.es](mailto:oneal@oneal.es)

Web: [www.oneal.es](http://www.oneal.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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Teléfono: 945 12 09 20

Correo: [oscarg@oscarg.com](mailto:oscarg@oscarg.com)

Web: [www.oscarg.com](http://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 m<sup>2</sup>)

(62.000 para rincón)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup> (12 para rincón)

Teléfono: 902 92 98 45

Correo: [overclass@overtteam.es](mailto:overclass@overtteam.es)

Web: [www.overclass.it](http://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 m<sup>2</sup>

Teléfono: 941 235 599 / 659 470 639

Correo: [expansion@pacagarcia.com](mailto:expansion@pacagarcia.com)

Web: [www.pacagarcia.com](http://www.pacagarcia.com)

## Pacha

Discoteca

Origen: España

Sede: Ibiza

Unidades en España: 10 (+ 7 restaurantes Pacha)

Unidades asociadas: 7 (+ 1)

Superficie mínima: 800 m<sup>2</sup> (+ 100 de servicios)

Teléfono: 971 31 36 12

Correo: [marta@pacha.com](mailto:marta@pacha.com)

Web: [www.pacha.com](http://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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 10 24 10

Correo: [franquicias@pacomartinez.com](mailto:franquicias@pacomartinez.com)

Web: [www.pacomartinez.com](http://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 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 431 41 87

Correo: [paleocenter@solucionesfranquicia.com](mailto:paleocenter@solucionesfranquicia.com)

Web: [www.paleocenter.es](http://www.paleocenter.es)

## Panchito

Restauración mexicana

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 7

Unidades asociadas: 2

Inversión: 200.000 euros (para 150 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 120 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 202 26 21

Correo: [franquicias@panchito.com](mailto:franquicias@panchito.com)

Web: [www.panchito.com](http://www.panchito.com)

## Papizza

Pizzería italiana

especializada en la

venta en porciones

Origen: España

Sede: Madrid

Primera unidad propia: 2009

Unidades en España: 7

Unidades asociadas: 0

Duración del contrato: 5 años

Inversión: 125.000 euros (para 30 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 23.000 euros

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Población mínima: 200.000 habitantes

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 91 444 81 67

Correo: [expansion@papizza.es](mailto:expansion@papizza.es)

Web: [www.papizza.es](http://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

## 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:** 100.000 euros (para 70 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 12.000 euros  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 80.000 habitantes  
**Contacto:** Departamento de Expansión  
**Teléfono:** 91 309 65 15  
**Correo:** [maria.gallego@bya.es](mailto:maria.gallego@bya.es)  
**Web:** [www.parlamentoandaluz.es](http://www.parlamentoandaluz.es)



**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 956 72 78 00 / 615 46 28 57  
**Correo:** [info@paquibarroso.es](mailto:info@paquibarroso.es)  
**Web:** [www.paquibarroso.es](http://www.paquibarroso.es)

## Passaró-Prestige

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 m<sup>2</sup> + derecho de entrada (para 30 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup> (Passaró)/70 (Prestige)  
**Teléfono:** 636 45 88 50  
**Correo:** [passaro@passaro.com](mailto:passaro@passaro.com)  
**Web:** [www.passaro.es](http://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 m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 170 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 490 28 05  
**Correo:** [expansion@comessgroup.com](mailto:expansion@comessgroup.com)  
**Web:** [www.comessgroup.com](http://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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 12.000 euros  
**Superficie mínima:** Mínima: 15 m<sup>2</sup> (córner)/70 (local)  
**Población mínima:** 80.000 habitantes



**Contacto:** Departamento de Expansión  
**Teléfono:** 91 444 81 67  
**Correo:** [expansion@bya.es](mailto:expansion@bya.es)  
**Web:** [www.pastacorner.es](http://www.pastacorner.es)

## Pelostop

Clinicas médicas de depilación láser

**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 65  
**Unidades asociadas:** 34  
**Inversión:** 80.000 euros + maquinaria (para 60 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 176 34 14  
**Correo:** [luis.jonama@pelostop.com](mailto:luis.jonama@pelostop.com)  
**Web:** [www.pelostop.com](http://www.pelostop.com)

## Pelu&Co

Peluquerías

**Origen:** Francia  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 1  
**Inversión:** 30.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 310 42 82 / 91 575 57 01  
**Correo:** [expansion@provalliance.es](mailto:expansion@provalliance.es)

## Pikolinos

Calzado y complementos

**Origen:** España  
**Sede:** Elche  
**Unidades en España:** 21  
**Unidades asociadas:** 5  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 965 68 12 34  
**Correo:** [info@pikolinos.com](mailto:info@pikolinos.com)  
**Web:** [www.pikolinos.com](http://www.pikolinos.com)

## Pili Carrera

Moda infantil

**Origen:** España  
**Sede:** Mos  
**Unidades en España:** 34  
**Unidades asociadas:** 17  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 986 33 12 07  
**Correo:** [franquicias@pilicarrera.com](mailto:franquicias@pilicarrera.com)  
**Web:** [www.pilicarrera.com](http://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 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 88 23 40 / 976 21 51 65  
**Correo:** [info@pivotpoint.es](mailto:info@pivotpoint.es)  
**Web:** [www.pivotpoint.es](http://www.pivotpoint.es)

## Planeta Mágic

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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 272 04 74  
**Correo:** [franquicia@planetamagic.com](mailto:franquicia@planetamagic.com)  
**Web:** [www.planetamagic.com](http://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 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 971 45 15 17 /  
**Correo:** [expansion@plantour.es](mailto:expansion@plantour.es)  
**Web:** [www.plantourfranquicias.es](http://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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 479 97 00  
**Correo:** [info@pronovias.es](mailto:info@pronovias.es)  
**Web:** [www.pronovias.com](http://www.pronovias.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 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 11 07 64  
**Correo:** [info@pulsazione.es](mailto:info@pulsazione.es)  
**Web:** [www.pulsazione.es](http://www.pulsazione.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 m<sup>2</sup> (mercancía en depósito) (para 200 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 150 m<sup>2</sup> (venta) + 50 (almacén)  
**Teléfono:** 988 51 94 45 / 988 51 94 44  
**Correo:** [retail\\_pg\\_dpt@stlonia.com](mailto:retail_pg_dpt@stlonia.com)  
**Web:** [www.purificaciongarcia.es](http://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 m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 96 131 88 35  
**Correo:** [info@q2.com.es](mailto:info@q2.com.es)  
**Web:** [www.q2.com.es](http://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 m<sup>2</sup> o sin local  
**Teléfono:** 902 99 81 94 / 983 40 63 62  
**Correo:** [expansion@grupoqualitas.com](mailto:expansion@grupoqualitas.com)  
**Web:** [www.grupoqualitas.com](http://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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 20 m<sup>2</sup>

Teléfono: 96 351 48 71

Correo: bisorga@terra.es

Web: www.rgarciaabisuteria.com

## RACC Club Formación

Autoescuelas

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 152

Unidades asociadas: 149

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 495 50 00 (ext. 5866)

Correo: info@raccautoescuela.es

## 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 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA

Superficie mínima: 300 m<sup>2</sup>

Población mínima: 80.000 habitantes

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 91 444 81 67

Correo: [reparatuvehiculo@bya.es](mailto:reparatuvehiculo@bya.es)

Web: [www.reparatuvehiculo.es](http://www.reparatuvehiculo.es)



## Revitex

Venta de todo tipo de artículos de textil para el hogar

Origen: España

Sede: León

Unidades en España: 40

Unidades asociadas: 18

Inversión: 24.000 euros + obra civil

(mercancía en depósito) (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 98 780 26 08

Correo: [revitex@revitex.com](mailto:revitex@revitex.com)

Web: [www.revitex.com](http://www.revitex.com)

## Rizos Peluqueros

Peluquería, belleza y formación

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 63

Unidades asociadas: 50

Inversión: Desde 1.000 euros por m<sup>2</sup>

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 702 03 69

Correo: [rizos@rizos.es](mailto:rizos@rizos.es)

Web: [www.rizos.es](http://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<sup>2</sup>

Superficie mínima: 110 m<sup>2</sup>

Población mínima: 100.000 habitantes

Teléfono: 988 54 05 40

Correo: [flage@robertoverino.com](mailto:flage@robertoverino.com)

Web: [www.robertoverino.es](http://www.robertoverino.es)

## 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<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 419 04 04

Correo: [expansion@rosaclara.es](mailto:expansion@rosaclara.es)

Web: [www.rosaclara.es](http://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<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 0

Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>

Población mínima: 20.000 habitantes

Teléfono: 93 298 68 07 / 91 692 62 08

Correo: [franquicias@santiveri.es](mailto:franquicias@santiveri.es)

Web: [www.santiveri.es](http://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<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 279 73 53

Correo: [expansion@sapphiraestetica.es](mailto:expansion@sapphiraestetica.es)

Web: [www.sapphiraestetica.es](http://www.sapphiraestetica.es)

## Schmidt Cocinas

Fabricación y distribución de muebles de cocina

Origen: Francia

Sede: San Sebastián de los Reyes

Unidades en España: 28

Unidades asociadas: 28

Inversión: 800 euros por m<sup>2</sup>

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup> (en ciudad)/300 m<sup>2</sup>

(en polígono comercial)

Teléfono: 91 651 43 35

Correo: [julien.sallier@salm.fr](mailto:julien.sallier@salm.fr)

Web: [www.schmidt-cocinas.es](http://www.schmidt-cocinas.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<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 75 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 828 11 20

Correo: [a.pastor@schuss.es](mailto:a.pastor@schuss.es)

Web: [www.schuss.es](http://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<sup>2</sup>

Correo: [medios@segway.es](mailto:medios@segway.es)

Web: [www.segway.es](http://www.segway.es)

## Siempreviernes

Moda mujer

Origen: España

Sede: Valladares-Vigo

Unidades en España: 4

Unidades asociadas: 3

Inversión: 95.000 euros (para 80 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>

Correo: [franquicias@siempreviernes.com](mailto:franquicias@siempreviernes.com)

Web: [www.siempreviernes.com](http://www.siempreviernes.com)

## 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<sup>2</sup>

Correo: [bpascual@siluets.net](mailto:bpascual@siluets.net)

Web: [www.siluets.net](http://www.siluets.net)

## Sophie Santé

Medicina estética, dietética y estética

Origen: España

Sede: Logroño

Unidades en España: 3

Unidades asociadas: 2

Inversión: Desde 100.000 euros (para 60 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Correo: [info@sophiesante.com](mailto:info@sophiesante.com)

Web: [www.sophiesante.com](http://www.sophiesante.com)

## 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<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>

Correo: [goldenclass@sorianatural.es](mailto:goldenclass@sorianatural.es)

Web: [www.sorianatural.es](http://www.sorianatural.es)

## Spa Zenter Esthetic & Culture

Baño 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<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 125 m<sup>2</sup>

Correo: [jmollevi@grupoafic.com](mailto:jmollevi@grupoafic.com)

Web: [www.spazenter.com](http://www.spazenter.com)

## Spoleto

Restauración italiana

Origen: Brasil

Sede: Madrid

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 0

Inversión: 60.000/200.000 euros

Superficie mínima: 45 m<sup>2</sup> + terraza  
 Correo: joaquin.lasa@proinlasa.es  
 Web: www.spoletto.es

### Studium Bosküchen

Muebles de cocina y electrodomésticos  
 Origen: España  
 Sede: Burgos  
 Unidades en España: 6  
 Unidades asociadas: 5  
 Inversión: 50.000 euros + obra civil (para 100 m<sup>2</sup>)  
 (11.000 euros para rincón)  
 Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>  
 Correo: jose@boskuchen.com  
 Web: www.boskuchen.com

### Taberna Casa del Volapie

Taberna de tapas andaluzas  
 Origen: España  
 Sede: Marbella  
 Unidades en España: 14  
 Unidades asociadas: 9  
 Inversión: 133.500 euros  
 Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>  
 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<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>  
 Correo: info@tadmarket.es  
 Web: www.tadmarket.es

### 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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 680 65 38 80  
 Correo: info@teterialasmilyunanoche.com  
 Web: www.teterialasmilyunanoche.com

### Textura

Diseño y distribución de ropa de moda para el hogar  
 Origen: España  
 Sede: Barcelona

### 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 m<sup>2</sup>)  
 Derecho de entrada: 5.000 euros  
 Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>  
 Población mínima: 100.000 habitantes



Contacto: Nathalie De Gouveia  
 Teléfono: 91 177 83 85  
 Web: [www.thebodyshop.es](http://www.thebodyshop.es)

Unidades en España: 94  
 Unidades asociadas: 34  
 Inversión: 115.000 euros (para 120 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 85 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 93 378 89 90  
 Correo: franquicia@textura-interiors.com  
 Web: [www.textura-interiors.com](http://www.textura-interiors.com)

### The House Beer (Antigua Fábrica de Cervezas del Norte)

Hostelería  
 Origen: España  
 Sede: Pamplona  
 Unidades en España: 3  
 Unidades asociadas: 2  
 Inversión: 245.000 euros (para 160 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 160 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 948 067 080 / 653 527 363  
 Correo: expansion@thehousebeer.es  
 Web: [www.thehousebeer.es](http://www.thehousebeer.es)

### 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 m<sup>2</sup>  
 Población mínima: 80.000 habitantes  
 Contacto: Departamento de Expansión  
 Teléfono: 91 444 81 63  
 Correo: [maria.gallego@bya.es](mailto:maria.gallego@bya.es)  
 Web: [www.theknife.es](http://www.theknife.es)



### The Singular Kitchen

Fabricación y venta de mobiliario de cocina de lujo  
 Origen: España  
 Sede: Valladolid  
 Unidades en España: 70  
 Unidades asociadas: 53  
 Inversión: 30.000 euros + obra civil (mercancía en depósito)  
 Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>  
 Correo: info@thesingularkitchen.net  
 Web: [www.thesingularkitchen.com](http://www.thesingularkitchen.com)

### Thelox

Miniendas-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  
 Unidades asociadas: 2  
 Inversión: 35.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
 Correo: atencionalcliente@theloxbrand.com  
 Web: [www.theloxbrand.com](http://www.theloxbrand.com)

### Tifón Hipermueble

Tiendas de decoración y mobiliario para el hogar (segmento bajo)  
 Origen: España  
 Sede: Alcalá de Henares  
 Unidades en España: 40  
 Unidades asociadas: 39  
 Superficie mínima: 700 m<sup>2</sup>  
 Correo: [fcarranza@europamuebles.com](mailto:fcarranza@europamuebles.com)  
 Web: [www.tifon.es](http://www.tifon.es)

### 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 m<sup>2</sup>)  
 Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
 Teléfono: 91 444 81 63 / 91 309 65 15

### 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 m<sup>2</sup>)  
 Derecho de entrada: 36.000 euros + IVA  
 Superficie mínima: 200 m<sup>2</sup>  
 Población mínima: 100.000 habitantes  
 Contacto: Laura López  
 Teléfono: 91 716 19 70  
 Correo: [info@tommymels.com](mailto:info@tommymels.com)  
 Web: [www.tommymels.com](http://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 m<sup>2</sup>)  
 Derecho de entrada: 10.000 euros + IVA  
 Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>  
 Población mínima: 20.000 habitantes  
 Contacto: Departamento de Expansión  
 Teléfono: 607 294 382  
 Correo: [jordi.losantos@bya.es](mailto:jordi.losantos@bya.es)  
 Web: [www.tomodos.com](http://www.tomodos.com)



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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 120 m<sup>2</sup>  
Correo: jboix@toniandguy-spain.com  
Web: www.toniandguy-spain.com

## Totto

*Producción y comercialización de ropa, maletines y accesorios*

Origen: Colombia  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 3 (+ 450 tiendas multimarca)  
Unidades asociadas: 0 (+ 450)  
Inversión: 119.000 euros  
(opción de mercancía en depósito) (para 70 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Correo: julia.fernandez@totto.es  
Web: www.totto.com

## Traka Barraka

*Moda femenina*

Origen: España  
Sede: Bilbao  
Unidades en España: 6 (+ 25 tiendas multimarca)  
Unidades asociadas: 3 (+ 25)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Correo: trakabarraka@trakabarraka.com  
Web: www.trakabarraka.com

## 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 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
Correo: expansion@trasluz.net  
Web: www.trasluz.net

## Trastes Centros de Educación Infantil

*Educación infantil*

Origen: España  
Sede: Sigueiro-Oroso  
Unidades en España: 10  
Unidades asociadas: 8  
Inversión: 52.000 euros + obra civil

(para 200 m<sup>2</sup> de local + 75 de patio de juegos)  
Superficie mínima: 175 m<sup>2</sup> + patio exterior  
Correo: expansion@escuelainfantiltrastes.es  
Web: www.escuelainfantiltrastes.es

## Triumph

*Venta de lencería, ropa de baño y homewear*

Origen: Alemania  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 30  
Unidades asociadas: 25  
Inversión: 40.000 euros (mercancía en depósito)  
Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>  
Correo: pau.lumbreras@triumph.com  
Web: www.triumph.com

## Trucco

*Moda femenina*

Origen: España  
Sede: Alcobendas  
Unidades en España: 65 (+ 55 factories y multimarca)  
Unidades asociadas: 23 (+ 50)  
Inversión: 800/900 euros por m<sup>2</sup> (para 100 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>  
Correo: franquicias@trucco.es  
Web: www.trucco.es

## Ucmas

*Programas de desarrollo intelectual para niños*

Origen: Malasia  
Sede: Palma de Mallorca  
Unidades en España: 3 (+ 62 rincones)  
Unidades asociadas: 1 (+ 45)  
Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
Correo: bharat@ucmas.es  
Web: www.ucmas.es

## Undercolors of Benetton

*Moda íntima, pijamas, baño y complementos para hombre, mujer y niño*

Origen: Italia  
Sede: Sant Just Desvern  
Unidades en España: 55  
Unidades asociadas: 55  
Inversión: 45.000 euros + obra civil (para 40 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup> + pequeño almacén  
Correo: expansion.undercolors@olsol.com  
Web: www.olsol.com/undercolors

## UñasPassion

*Centros de manicura, pedicura y servicios de estética.*

*Línea de cosméticos propia*

Origen: España  
Sede: Valencia  
Unidades en España: 2  
Unidades asociadas: 1

Inversión: Desde 26.000 euros + obra civil  
(para 60 m<sup>2</sup>) (11.700 euros para rincón)  
Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>  
Correo: central@onglespassion.com  
Web: www.onglespassion.com

## Utopik

*Servicios de restauración*

Origen: España  
Sede: Barcelona  
Unidades en España: 1  
Unidades asociadas: 0  
Inversión: Desde 145.000 euros  
Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>  
Correo: xilincheta@bcneconomistes.es  
Web: www.restauranteutopik.com

## Valor Chocolaterías

*Hostelería (chocolatería y bombonería)*

Origen: España  
Sede: Villajoyosa  
Unidades en España: 38  
Unidades asociadas: 32  
Inversión: 1.500 euros por m<sup>2</sup>  
Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>  
Correo: chocolaterias@valor.es  
Web: www.valor.es

## Vellatelia

*Estética avanzada*

Origen: España  
Sede: Barcelona  
Unidades en España: 3  
Unidades asociadas: 2  
Inversión: 60.000 euros (para 75 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
Correo: franquicias@vellatelia.com  
Web: www.vellatelia.com

## Velloestética

*Centros de estética avanzada*

Origen: España  
Sede: Valencia  
Unidades en España: 5  
Unidades asociadas: 3  
Inversión: 22.000/25.000 euros + obra civil  
(para 35 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup>  
Correo: franquicia@velloestetica.es  
Web: www.velloestetica.es

## Velvet

*Centro de estética, aparatología, medicina estética*

*y terapias naturales*

Origen: España  
Sede: Santander  
Unidades en España: 1

Unidades asociadas: 0  
Inversión: 64.000 euros (para 60 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 45 m<sup>2</sup>  
Correo: info@centrovelvet.com  
Web: www.centrovelvet.com

## Viajes Carrefour

*Agencias de viajes*

Origen: Francia  
Sede: Alcobendas  
Unidades en España: 277 (+ 130 asociadas  
(con su propia marca))  
Unidades asociadas: 201 (+ 130)  
Inversión: 18.000 euros + obra civil + IVA  
(3.000 euros + IVA para agencias existentes)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Correo: es\_viajes\_asociados@carrefour.com  
Web: www.carrefour.es/viajes

## Viajes Ecuador

*Agencia de viajes*

Origen: España  
Sede: Lluçmajor  
Unidades en España: 366  
Unidades asociadas: 292  
Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup>  
Correo: desarrollo@globalia-corp.com  
Web: www.viajesecuador.com

## Viajes Zafiro

*Agencias de viajes*

Origen: España  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 5  
Unidades asociadas: 3  
Inversión: 15.000/20.000 euros + obra civil  
(para 50 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 45 m<sup>2</sup>  
Correo: jlmendez@viajeszafiro.es  
Web: www.viajeszafiro.es

## Vibo Viajes

*Agencia de viajes*

Origen: España  
Sede: Palma de Mallorca  
Unidades en España: 900  
Unidades asociadas: 320  
Inversión: 30.000 euros + IVA (para 50 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>  
Correo: franquicias@viajesiberia.com  
Web: www.viajesiberia.com

## Vibro Slim & Fit

*Servicios exclusivos de adelgazamiento y remodelación corporal*

Origen: España  
Sede: Madrid

**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 0  
**Superficie mínima:** 75 m<sup>2</sup>  
**Correo:** bpascual@vibro-fitness.com  
**Web:** www.vibro-fitness.com

### 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 600 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 35.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 500 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Contacto:** Federico Cortina  
**Teléfono:** 91 758 81 30  
**Correo:** [franquicias@vitalia.com.es](mailto:franquicias@vitalia.com.es)  
**Web:** [www.vitalia.com.es](http://www.vitalia.com.es)



### Vitaldent

*Clinicas odontológicas*  
**Origen:** España  
**Sede:** Las Rozas  
**Unidades en España:** 373  
**Unidades asociadas:** 256  
**Inversión:** 480.000/620.000 euros (para 200 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 160 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 971 10 49 17  
**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 m<sup>2</sup> (para 150 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 150 m<sup>2</sup>  
**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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 180 m<sup>2</sup>  
**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 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](mailto:info@wsi-franquicia.es)  
**Web:** [www.wsi-franquicia.es](http://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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup> (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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Correo:** encarni@yourhair estilistas.com  
**Web:** www.yourhair estilistas.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 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 40.000 habitantes  
**Contacto:** Nuria Rujas Maroto  
**Teléfono:** 91 678 84 84  
**Correo:** [expansion@ymet.com](mailto:expansion@ymet.com)  
**Web:** [www.yves-rocher.es](http://www.yves-rocher.es)



### Zeropelo Clínicas de Fotodepilación

*Clinicas de fotodepilación*  
**Origen:** España  
**Sede:** Vilanova i la Geltrú  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 2  
**Inversión:** 30.000 euros + obra civil (para 50 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Correo:** montse.alba@zeropelo.es  
**Web:** www.zeropelo.es



- ¿Sabe cómo preparar un business plan?
- ¿Conoce los requisitos necesarios para que un negocio sea franquiciable?
- ¿Tiene claros sus derechos y obligaciones como franquiciado?
- ¿Está pensando en internacionalizar su empresa?

CONOZCA LAS OPORTUNIDADES DE EMPRENDIMIENTO, AUTOEMPLEO E INVERSIÓN QUE OFRECE LA FRANQUICIA

# SALÓN MIEMPRESA: dos días dedicados al emprendedor

CONSIGA AQUÍ  
SU **ENTRADA**

HAGA CLIC AQUÍ  
PARA OBTENER  
**MÁS INFORMACIÓN**

**Salón MiEmpresa**  
**12 y 13 de febrero**

**Palacio de los Deportes de Madrid**  
Avda. de Felipe II s/n

**Barbadillo y Asociados** es  
partner único de franquicia  
del **Salón MiEmpresa**

Para más información: **Teresa Zamora**  
teresa.zamora@bya.es - 91 444 95 82  
91 309 65 15 - bya.es

# Consultorio

## Consultorio

*¿Tiene el franquiciador alguna indicación que hacer sobre la política de contratación y salarial de un franquiciado?*

**Enrique Solán**

En principio, no. La política de contratación y salarial la determina el empleador, es decir, el franquiciado. Sin embargo, el franquiciador podrá sugerir normalmente aspectos que pudieran influir, por su experiencia, en el buen manejo y gestión del negocio, tanto en cuanto al tipo de contrato como sobre los costes máximos que dichos empleos deberían ocasionar. En cualquier caso, **serán recomendaciones dignas de tener en cuenta, pero no imposiciones.**

*¿Es recomendable permitir al franquiciado la introducción, hasta un límite, de productos que adquiera libremente en su zona geográfica?*

**Esther López**

En mi opinión, sin poder valorar aquí

cuestiones específicas que pudieran influir en dicha decisión, esa posibilidad es positiva hasta un límite, como usted indica. Cuando un producto es muy perecedero y poco trascendente para la actividad, y su suministro centralizado complica en exceso la operativa del negocio o su rentabilidad, **parecería aconsejable dejar libertad al franquiciado para un suministro local.** Sin embargo, eso no quiere decir que deba ser necesariamente un aprovisionamiento incontrolado para el franquiciador.

*¿Es normal que una franquicia que vende productos supuestamente exclusivos cobre un canon a sus franquiciados?*

**María Narváez**

Supongo que se refiere al canon de mantenimiento o *royalty*, puesto que el de entrada, de haberlo, no tiene que ver tanto con el tipo de franquicia (producto o servicio) como con el grado de formación inicial que el asociado vaya a recibir y con el prestigio de marca ya adquirido.

En cuanto al canon de mantenimiento, efectivamente **no parece muy normal, aunque habría que analizar con datos el porqué de su imposición cuando existe un producto propio** que normalmente propiciaría la rentabilidad del franquiciador por medio del margen comercial incorporado en el mismo. Una posible explicación podría ser que dicho margen fuera muy escaso, como consecuencia de querer ofertar a sus franquiciados artículos a costes muy competitivos.



### El asesor de franquicias

Puede enviar sus dudas o preguntas sobre cualquier asunto relacionado con las franquicias a [s.barbadillo@bya.es](mailto:s.barbadillo@bya.es). Santiago Barbadillo, director general de la consultoría Barbadillo Asociados, responderá personalmente a las cuestiones planteadas.

*Si una franquicia no requiere local, como muchas de servicios, ¿es posible determinar zonas de exclusividad?*

**José Luis Fran**

Desde luego que es posible. Se determina en esos casos la zona geográfica en la que el franquiciado ejercerá su actividad comercial. Otra cuestión es que sea recomendable. Esto solo podrá saberse analizando cada caso individualmente. **Hay varios aspectos a favor y en contra de este tipo de limitaciones geográficas** que únicamente podremos sopesar teniendo en cuenta la actividad y el criterio con el que el franquiciador quisiera gestionar dichas acciones y los posibles solapamientos entre franquiciados y la actividad de la propia central. Es imposible dar una opinión válida globalmente en este sentido.



# ¿Quieres más información de peso?

<p>Nº 134 - Agosto-Septiembre de 2010</p>  <p>Informe-110 franquicias de: Estética • Gimnasios • Peluquerías • Salud-Bienestar Portada: Negocios contrastados en otros países. Las enseñanzas españolas que exportan sus modelos Estrategias: DJA • Nuba Expediciones</p>	<p>Nº 135 - Octubre de 2010</p>  <p>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 • Llaolao</p>	<p>Nº 136 - Noviembre-Diciembre de 2010</p>  <p>Informe-96 franquicias de moda: Deportiva • Femenina • Genérica • Infantil • Íntima • Masculina • Nupcial Portada: Se buscan emprendedores sin experiencia. 101 enseñanzas que prefieren candidatos sin vicios adquiridos en otros negocios Estrategias: Café &amp; Té • Caredent</p>	<p>Nº 137 - Enero-Febrero de 2011</p>  <p>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</p>
<p>Nº 138 - Marzo-Abril de 2011</p>  <p>Informe-85 franquicias de: Informática • Papelería • Productos especializados • Transporte-Mensajería • Venta automática Portada: La mercancía no se paga hasta que se vende. 44 enseñanzas que dejan el género en depósito a los franquiciados Estrategias: Macson • T&amp;M</p>	<p>Nº 139 - Mayo-Junio de 2011</p>  <p>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</p>	<p>Nº 140 - Julio-Septiembre de 2011</p>  <p>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</p>	<p>Nº 141 - Octubre-Noviembre de 2011</p>  <p>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 &amp; Reda</p>
<p>Nº 142 - Diciembre-Enero 2011-2012</p>  <p>Informe-116 franquicias de: Alimentación • Bocabillerías • 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 • Optix Soluciones</p>	<p>Nº 143 - Febrero-Marzo de 2012</p>  <p>Informe-110 franquicias de: Bares de tapas • Cafeterías • Cervecerías • Pastelerías • Restauración estadounidense • Italiana • Temática Portada: Solo para franquiciados. ¿Por qué hay enseñanzas que carecen de unidades propias? Información de contacto de 80 marcas Estrategias: Paco Martínez • Aon Solutions</p>	<p>Nº 144 - Abril-Mayo de 2012</p>  <p>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</p>	<p>Nº 145 - Junio-Agosto de 2012</p>  <p>Informe-87 franquicias de: Bañeos • 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 • Unicaa Factory</p>
<p>Nº 146 - Septiembre-Octubre de 2012</p>  <p>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 Comer</p>	<p>Nº 147 - Noviembre de 2012</p>  <p>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 Chumascariñas Brasa y Leña Estrategia: Dionisos Greek Restaurant</p>	<p>Nº 148 - Diciembre de 2012</p>  <p>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 Muñoz, fundador y gerente de Peggy Sue's Estrategia: Cafetal Club</p>	<p>Nº 149 - Enero de 2013</p>  <p>Elige tu negocio entre 58 marcas de: • Cocina • Mobiliario-Decoración • Textil y complementos del hogar Portada: 100 ofertas de autoempleo en franquicia. Información de contacto y webs Entrevista: Vincent Melice, director general de Yves Rocher Estrategia: Momi &amp; Toy's</p>

Solicita tus ejemplares en papel en el teléfono 91 309 65 14

## Negocios probados

“Solo las franquicias de más éxito y prestigio son un negocio probado”, leo en una web con bastante predicamento entre los emprendedores. A la contundencia de la tesis, sigue una breve explicación que identifica “éxito y prestigio” con reconocimiento de la marca, tiempo que la enseña lleva en el mercado –aunque no se determina cuánto es el ideal– y número de establecimientos –tampoco se concreta cuántos son suficientes–. Los argumentos tan categóricos, además de peligrosos porque siempre existe la excepción que no confirma la regla, suelen ser poco

precisos y, por todo ello, muy desaconsejables.

Por lo general, en el sector se entiende que la franquicia es un modelo de negocio probado cuando ha verificado la eficacia de su concepto en las mismas condiciones que luego van a repetir los franquiciados. Para ello se necesita, como mínimo, un centro piloto –normalmente propio–, donde la actividad se somete a examen. Esta práctica otorga un saber hacer que constituye la esencia de la franquicia y, a fin de cuentas, lo

que el franquiciador vende a sus franquiciados.

Sin embargo, no todas las enseñanzas comienzan de este modo, y las hay que aprovechan un buen momento de mercado y un nicho innovador. Si esperan demasiado tiempo experimentando y comprobando, quizá pierdan el tren, el franquiciador y sus asociados.

### Es interesante saber si la central cuenta con algún centro donde probar novedades

Y también hay marcas que cumplen los requisitos que apunta la web antes mencionada –reconocimiento, tiempo y puntos de venta–, que con los años se quedan en nada por motivos múltiples, como una mala gestión o falta de adaptación a los cambios.

Al final, cuando se trata de comprobar la vocación ensayística del franquiciador, sí que resulta interesante saber si la central cuenta con algún centro piloto donde probar nuevos productos o servicios. Y esto vale tanto para las marcas reconocidas como para las que empiezan.

EF

Elige tu negocio

INFORMÁTICA



CONSUMIBLES

PAPELERÍA

## ESTRATEGIA

### The Knife

► El bufé de precio fijo llega a los cortes argentinos cocinados sobre la tradicional parrilla al carbón. Con bebida y postre



## DIRECTORIO

► **Negocios selectos.** Webs, datos de contacto y económicos de más de un centenar de redes que buscan franquiciados



## EN PORTADA

### Negocios de largo recorrido

► Enseñas que mantienen la red de franquicias desde hace al menos tres lustros

# ÚNETE A LA NUEVA COMUNIDAD DE LA FRANQUICIA DE BARBADILLO ASOCIADOS

Toda la actualidad diaria sobre del  
sistema e información de interés  
para pymes y autónomos

# 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

