

Número 148 • diciembre de 2012

# En Franquicia

SECTORES • NEGOCIOS OPORTUNIDADES • IDEAS

Elige tu negocio

44  
entre  
marcas

MODA GENÉRICA



MODA MASCULINA



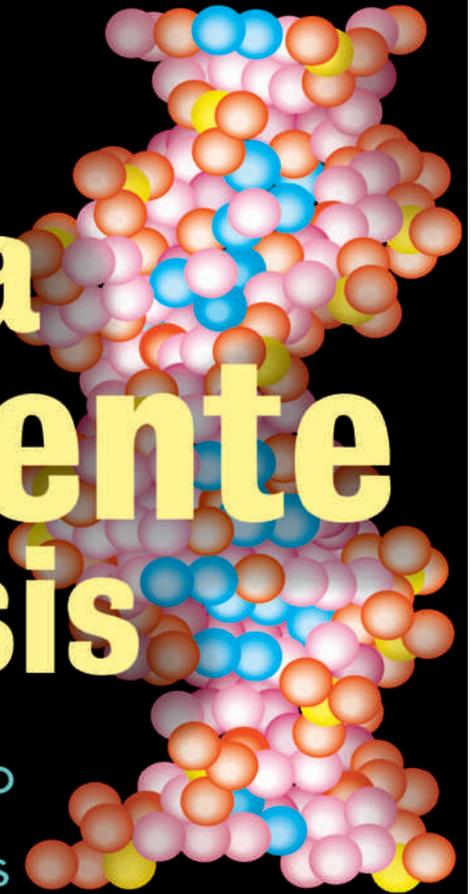
MODA NUPCIAL



Franquicias que se han creado a partir de 2008

## Genética resistente a la crisis

Información de contacto y webs de 87 enseñanzas



Estrategia

Cafetal Club



Centrados en el café

José Luis Roza, director de Expansión y Desarrollo

Entrevista

JOSÉ MUÑIZ

FUNDADOR Y GERENTE DE PEGGY SUE'S

En los negocios, si pierdes el alma lo pierdes todo



# 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

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

# La solidez de un sistema con más de 70 años

**A**cabamos de conocer los resultados de un reciente estudio en el que, por vez primera, no se pone el foco en las cifras habitualmente manejadas, como es el número total de cadenas de franquicia o de unidades franquiciadas, o en los resultados de facturación del sistema en su conjunto y número de puestos de trabajo que crea este método de comercio asociado. El estudio, sin dejar de lado esta información, pasa a centrarse en el clima de opinión existente entre los principales responsables de las marcas franquiciadoras de nuestro país.

La conclusión más destacada que se deriva de dicho análisis es que la crisis ha puesto de manifiesto y revelado que la franquicia es una fórmula sólida, y así lo ven y confirman las redes. Si bien en tiempos de bonanza crece por encima de las tasas registradas por el comercio minorista en general, es en condiciones tan adversas como las actuales cuando resulta más propicia si cabe, ya que se muestra capaz de seguir

obteniendo desarrollos altamente satisfactorios; y no solo en lo que a volumen de negocio se refiere, sino también en lo tocante a otros índices menos estudiados hasta ahora como son estructuras empresariales, desembolsos en I+D+i o expansión en los mercados exteriores, así como en previsiones de inversión en todos ellos. A este respecto destacan, por ejemplo, resultados como que el 44% de las franquicias que operan en nuestro país prevé cerrar 2012

## **La franquicia se consolida como impulsora del espíritu emprendedor**

con ascensos en sus facturaciones, y un 91% de ellas abrirá nuevas unidades de su marca en los próximos seis meses. Por otra parte, el 52% de las centrales continuará invirtiendo en I+D y un 39% contratará nuevo personal. En esta misma línea, un dato muy significativo, que denota que la franquicia es un ámbito que se está manteniendo relativamente estable pese a la coyuntura económica, es que solo el 27% de las centrales admite haber aplazado su decisión de aportar recursos a I+D o a incrementar plantillas, y está haciendo frente a la expansión con la estructura actual.

Y es que, aunque la franquicia también se está viendo afectada por el momento económico, con una ralentización en su crecimiento natural, la crisis está aportando al sistema una depuración que podría considerarse necesaria, a través de la desaparición de cadenas que operaban al margen o de forma paralela a las directrices marcadas por el sector y, en ocasiones incluso, de forma poco profesional o ética. Todo ello se traduce en un resultado positivo, con empresas más eficientes, mejor gestionadas y cuyos procesos de selección y adjudicación de licencias son, si cabe, más minuciosos.

En definitiva, la franquicia cuenta con herramientas y valores añadidos suficientes para salir reforzada de este periodo, aportando riqueza al país y consolidándose como una continua impulsora del espíritu emprendedor y, por consiguiente, de la creación de empresas.



## Forzados al autoempleo

Dicen que en Estados Unidos los empresarios de éxito presumen de sus fracasos, que es otra forma de presumir de su tenacidad. Aquí no es muy habitual; parece como si nuestros empresarios no hubieran fracasado nunca, o que los que fracasaron –por un marco jurídico que penaliza los fiascos, por una banca ineficiente, por un absurdo estigma social– no han vuelto a intentarlo.



Antonio Sánchez Lorenzo  
antonio.sanchez@hva.es

En estos tiempos tenebrosos se está produciendo un fenómeno llamativo: el aumento del número de emprendedores. Es sorprendente, porque, aunque sigue habiendo oportunidades

de negocio, en una etapa de depresión económica son menores que en una fase de prosperidad, y el riesgo es mayor. No es lógico que haya más cuentapropistas ahora que en 2006, como indican los datos del INE.

La explicación, como es sabido, no radica en una milagrosa explosión de vocaciones empresariales, sino en la lacerante falta de puestos de trabajo. Gran parte de estos autónomos son parados que no vislumbran otra opción: o invierten en un negocio los ahorros que les quedan o se los comen, porque sospechan que no van a encontrar un empleo por mucho que lo intenten. Son emprendedores pesimistas.

### Parece como si nuestros empresarios no hubieran fracasado nunca

Su drama es que hacen una apuesta a todo o nada. Se lo juegan a una carta, sabiendo que no pueden fracasar. Si les dejan, hipotecan la vivienda familiar, una locura que por cierto alientan algunos franquiciadores. Para ellos –¿como para la mayoría de los emprendedores españoles?– no hay una segunda oportunidad de tener éxito. **EF**

### 3 Editorial

### 4 Carta del director

### 6 En cadena

Novedades. *El franquiciado responde.* Internet.

## EN PORTADA

### 12 Genética resistente a la crisis.

Muchas franquicias creadas tras el comienzo de la depresión económica, en 2008, están demostrando gran capacidad para crecer.

## ESTRATEGIA DE ÉXITO

### 22 Cafetal Club: Cafeteros centrados en el grano.



## ENTREVISTA

### 24 José Muñoz Mergelina, fundador y gerente de Peggy Sue's.



### 28 En Breve

Noticias relacionadas con el día a día de las enseñas.

## ELIGE TU NEGOCIO

entre 44 marcas que buscan asociados

### 29 Índice.

### 30 Moda genérica, masculina y nupcial: Pasarelas de autoempleos.



- 31 Entrevista: **Sonia Plaza**, consejera delegada de **Korōshi**.
- 33 Entrevista: **Miguel Ángel Ramiro**, director de Expansión de **Félix Ramiro**.
- 52 Más contactos.

## DIRECTORIO

### 53 Fichas técnicas con los datos económicos y de contacto de una selección de 215 franquicias activas.



### 68 Consultorio

Santiago Barbadillo responde a los lectores.

### 69 Completa tu colección

### 70 Avance

### 70 En fin

Por **Nieves García Bautista**.

Infografía de portada: **Jesús Rica**.



# Te abrimos las puertas de un buen negocio

¿Hablamos?

**Te ofrecemos una franquicia rentable, un negocio seguro que requiere poca inversión y es fácil de gestionar.**

Te brindamos apoyo jurídico y económico, plan de viabilidad, presupuesto de inversión. Elaboramos plano de implantación y distribución del local. Te ayudamos en la confección del surtido y la colocación de la mercancía. Preparamos un plan de marketing a tu medida y te acompañamos en todo el proceso para que abrir tu supermercado sea algo muy sencillo.

Ponemos toda nuestra experiencia a tu disposición y el compromiso de estar siempre a tu lado.

Infórmate llamando al

**938 615 200**

Entra en [www.covalco.es](http://www.covalco.es)

o envía un correo a [expansion@covalco.es](mailto:expansion@covalco.es)



## Optimismo en franquicia

Los responsables de las franquicias que operan en España son optimistas. Según se desprende del *Barómetro de la Franquicia*, que ha realizado la consultoría **Barbadillo y Asociados**, las centrales manifiestan un clima de opinión favora-

visiones de cierre del ejercicio son optimistas en comparación con las cifras obtenidas en 2011. Un 44% de los encuestados confía en que sus ventas crezcan al cierre de este ejercicio, un 91% abrirá al menos una franquicia



ble respecto del comportamiento del sector en la recesión y su desarrollo futuro. De los 200 responsables de expansión y *marketing* entrevistados por la consultoría, un 78% considera que la franquicia está encarando la crisis muy positivamente y mejor que otras fórmulas de comercio, mientras que tan solo un 15% opina lo contrario. Y, aunque los que entienden que el sector está mejor que hace un año empatan con los que creen que está peor (un 38% en ambos casos), las pre-

antes de terminar 2012 y el 39% planea ampliar la plantilla. Los mayores obstáculos para continuar con la expansión son la falta de financiación (54%) y no encontrar a los candidatos adecuados al perfil requerido (35%). Como alternativa, el 70% valora la internacionalización para seguir creciendo.

### FICHA TÉCNICA

<b>Ámbito:</b>	Nacional
<b>Universo:</b>	Centrales de franquicia
<b>Muestra:</b>	200 entrevistas
<b>Realización:</b>	Junio-octubre 2012

## LA HAMBURGUESERÍA CHIC



La imagen de comerse una hamburguesa con el chorretón de *ketchup* cayéndose por la barbilla no cabe en **Steakburger Bar**. La nueva enseña, creada en este 2012, ha puesto en marcha un concepto de hamburguesería *gourmet* en un ambiente sofisticado que, con 2 establecimientos propios, comienza a buscar franquiciados. Además de hamburguesas personalizables y creativas, la carta se completa con entrantes y tartas

caseras americanas. La central madrileña espera abrir 3 locales en un año, en ciudades con más de 150.000 habitantes. El negocio se monta en una superficie desde 100 metros cuadrados y cuesta unos 120.000 euros, incluido un derecho de entrada de 15.000 euros más IVA.

➔ [www.steakburger.es](http://www.steakburger.es)



## 20 formas de ganarse el pan



Los franquiciados de **Panaria** tienen muchas formas de ganarse los cuartos cada día, pues la enseña valenciana ofrece 20 variedades de pan y una zona de degustación. El producto está elabora-

do de manera natural, con masa madre y sin aditivos. La central, que opera desde 2010, ha comenzado este año a abrir establecimientos en franquicia, y ya gestiona 16 locales (5 asociados). En los próximos 12 meses, la previsión apunta a 10 panaderías más en localidades a partir de 50.000 habitantes. Un Panaria se monta en una superficie mínima de 50 metros cuadrados y requiere una inversión de unos 65.000 euros, incluido el canon de entrada (6.000 euros más IVA).

➔ [www.panariapanaderias.es](http://www.panariapanaderias.es)



¿CARNE O PESCADO?



¿MAR O MONTAÑA?



¿DULCE O SALADO?



**CON BEEP**  
SE ACABARON LAS DUDAS

**INFORMÁTICA**



**RELLENADO DE CARTUCHOS**

**¡TODO EN UNO!**

**ABRE AHORA LA FRANQUICIA DE INFORMÁTICA  
MÁS COMPLETA Y RENTABLE**

✓ Venta de productos informáticos

✓ Venta de recarga de cartuchos

✓ Venta de servicios técnicos y reparaciones

...con todas las ventajas de la franquicia de informática líder en España

Solicita información sin compromiso:  
[franquicia@ticnova.es](mailto:franquicia@ticnova.es) • 977 30 91 03  
[www.beep.es](http://www.beep.es) / [www.franquicias.beep.es](http://www.franquicias.beep.es)

**BEEP**

## El franquiciado responde

**Ígor Fernández, de Taste of America**

**"Por nuestra cuenta, el negocio saldría más caro"**

♦ **¿Por qué una tienda de alimentación?**

Procedo de una familia que tiene negocios en otros ámbitos y pensamos en varias opciones y sectores antes de decantarnos por esta enseña. Me apetecía montar una tienda diferente y especial, enfocada al sector *gourmet*, en vez de un establecimiento de alimentación sin más.



Thor Castro

♦ **¿Y por qué en franquicia?**

En este negocio, la actividad de importación es vital, es decir, contactar con proveedores, elegir mercancía, preparar los trámites legales y el transporte, o evitar la carencia de producto. Nos parecía más fácil empezar con una franquicia que ya tenía hecho todo ese trabajo. Si lo hiciéramos nosotros, saldría mucho más caro.

♦ **¿Consultó con otras enseñas antes de decidirse por Taste of America? ¿Qué le hizo inclinarse por esta marca?**

Tanteamos otras marcas y de otros sectores. La moda y la tecnología no nos convenían, pero al conocer esta marca, vimos que vendía un producto que no era caro, que la gente se lo podía permitir, que ofrecía menos competencia y que explotaba un mercado sin desarrollar. Por otro lado, una persona de nuestro entorno nos dio buenas referencias, y desde el principio tuvimos una buena impresión de la central.

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

Eso es imposible. El negocio nunca es como uno lo imagina. Hay aspectos que sorprenden, para bien o para mal. Siempre hay gastos imprevistos o ventas insospechadas. También pensábamos que tendríamos que trabajar más. De cualquier modo, el balance es positivo. El verano ha sido duro, pero mi temporada alta empieza ahora y ya se está notando.

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

Sí, pero hay que apostar para ganar. En una recesión, el retorno de la inversión siempre se produce más tarde, pero cuando termine la crisis, los que hayamos aguantado estaremos bien colocados en el mercado. Además, ahora es un buen momento para negociar los alquileres a la baja. Nosotros tuvimos mucha suerte con el local.

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

Podrían mejorarse los precios y la logística, cosa que ya se está llevando a cabo, pero de todos modos, la base ya está hecha y es buena.

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

Cada vez más y mejor. La central no lleva demasiado tiempo franquiciando y la red aún es pequeña, lo que permite un trato más personal con los responsables, que tratan de solucionar los problemas directamente.

♦ **¿Abriría otra franquicia de Taste of America?**

Si tuviera dinero, sí. Cuando recuperemos la inversión, puede que nos animemos.

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

Tendría que estudiarlo mucho. La logística de esta enseña es fuerte y ellos se encargan de almacenar producto. Si lo hiciera yo solo, aparte de la complicación de las tareas de importación, tendría que contar con un gran almacén.

## Dando la vuelta a la tortilla



¿A quién no le gusta la tortilla? Con



un público objetivo tan amplio, La Tortillita ha comenzado la expansión en franquicia de un concepto innovador, que ofrece

tortillas individuales, con más de 20 sabores, para consumir en el local o para llevar, además de croquetas, huevos rotos y ensaladas. La marca se ensaya desde hace 2 años en el establecimiento propio que la central regenta en Pontevedra. Durante los próximos 12 meses se prevén 3 o 4 aperturas en poblaciones con más de 50.000 habitantes. La enseña precisa una superficie mínima de 80 metros cuadrados y una inversión aproximada de 60.000 euros, obra civil aparte. La cifra contabiliza el canon de entrada, de 12.000 euros más IVA.

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

## La frase

**"La única parte donde el éxito aparece antes que el trabajo es en el diccionario".**

Vidal Sassoon  
Peluquero y empresario inglés

## ARTE FOTOGRÁFICO PARA TODOS

Colgar una obra de arte en el salón ya no es solo cosa de ricos. La francesa **YellowKorner** comienza a expandir en España su concepto de

mientos propios y abrirá el primer rincón asociado antes de terminar el año. El negocio se monta en un local con 70 metros cuadrados como mí-



nimo y requiere un presupuesto de entre 70.000 y 90.000 euros aproximadamente, incluido el canon de entrada, de 30.000 euros más IVA. La marca abanderó 34 galerías (16 propias) en 13 países.

nimo y requiere un presupuesto de entre 70.000 y 90.000 euros aproximadamente, incluido el canon de entrada, de 30.000 euros más IVA. La marca abanderó 34 galerías (16 propias) en 13 países.

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

**La ambición  
y la suerte  
son necesarias  
para crecer.**

**El otro 99%  
consiste en rodearte  
de los mejores.**

Así es nuestro **Servicio de Franquicias**,  
pensado para que las franquicias se hagan grandes.  
Déjate orientar por nuestros expertos.

**• Cuenta  
Expansión  
Negocios**

Sin comisiones  
de administración  
y mantenimiento.

**• Convenios  
de colaboración  
con franquiciadores**

Con un trato diferenciado  
y especializado en las operaciones  
de financiación de sus franquiciados.

**Renting  
"llave en mano  
del negocio"**

Con importantes ventajas  
y otras formas de financiación  
en condiciones preferentes.

Infórmate en cualquiera de nuestras oficinas,  
llamando al **902 323 000** o en **bancosabadell.com**.

## Yogur artesano y ecológico



En el mercado del yogur helado, hay una alternativa ecológica, sin restos de herbicidas, pesticidas ni conservantes, que opera en el mercado desde 2010 con la marca **Llagurt**. La enseña, con sede en Girona comenzó a franquiciar a finales de 2011 y ahora cuenta con 13 establecimientos (5 propios) en Cataluña. Durante el próximo año, la central prevé continuar su desarrollo, preferentemente en su comunidad de origen, en localidades con más de 30.000 habitantes.

→ [www.llagurt.cat](http://www.llagurt.cat)



## Carnes de autor

El que quiera saber de dónde viene el filete de su hamburguesa, que vaya a **Brusters**, una enseña que emplea carnes con certificación de procedencia. Fundada en 2011, la marca de Elche (Alicante) abanderó un establecimiento propio y otro asociado, incorporado en este 2012.

La central planea impulsar su expansión en franquicia durante el año que viene, y prevé sumar de 5 a 10 hamburgueserías en municipios que superen los 100.000 habitantes. Brusters se instala en un local de 160 metros cuadrados como mínimo y requiere una inversión de unos 120.000 euros, incluido el derecho de entrada (15.000 euros más IVA).

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



## El número

86%

El 86% de los españoles ha modificado sus hábitos de compra para ahorrar en los gastos del hogar, y al 18% no le queda dinero después de cubrir sus necesidades básicas, según un estudio de Nielsen sobre el tercer trimestre de 2012. A quienes les queda dinero, lo destinan sobre todo a ocio (41%), ahorro (37%), ropa (29%) y vacaciones (25%).

## Internet



### Renovación urgente

**Mex** ha renovado su página web. La cadena madrileña de transporte urgente y mensajería ha querido hacer su portal más práctico y accesible. Entre las novedades, destacan el servicio *e-commerce* –venta online–, petición de recogidas a través de la web, y noticias sobre aperturas, servicios y promociones que la red pone en marcha.

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

### Una web que es una joya

Plata y acero, y piedras naturales y semipreciosas se combinan en los más de 1.000 diseños de **Luxenter** que la marca muestra en su página web. El catálogo virtual está dividido por secciones y sugiere propuestas de estilismo con sus creaciones. La web de la enseña madrileña también incluye un apartado de información sobre la central, vías de contacto y una guía de compra.

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



### Páginas de buen ver

Fiel a su estrategia de innovar por la vía tecnológica, **Vision&Co** ha ampliado los servicios de Internet para sus asociados, que ahora pueden montar sus propias páginas web individuales, personalizadas con las ofertas de cada óptica, sus productos y la información que cada franquiciado quiera mostrar. La central de Las Rozas (Madrid) también ayuda a sus ópticos en su estrategia en las redes sociales.

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

### Un chat en la cocina

En la era de los mensajes escritos y la comunicación social, **The Singular Kitchen** ha incluido un chat *online* en su página web como un nuevo canal de atención al cliente. Las consultas más habituales son sobre datos de contacto de las tiendas e información básica de las cocinas que comercializa la cadena vallisoletana.

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



# Parlamento

— La Catedral del Tapeo



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

**FÁCIL GESTIÓN Y ALTA RENTABILIDAD**

**INVERSIÓN APROXIMADA: 100.000 EUROS**



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

**Franquicias que se han  
creado a partir  
de 2008**

# Genética resistente a la crisis

Información de contacto  
y webs de **87** enseñanzas



Muchas franquicias que se han desarrollado tras el comienzo de la depresión económica están demostrando gran capacidad para crecer en circunstancias adversas. Aunque explotan nichos de mercado diversos, coinciden en el afán por la innovación y en cuidar el bolsillo de clientes y franquiciados, con precios bajos en los productos y costes de negocio ajustados

Texto: **Catalina Mahón**



El ahorro es la clave del negocio de A Green Space, que ofrece servicios de eficiencia energética mediante energías renovables desde 2008, año en que empezó a crecer con franquiciados. Actualmente la red de Tomares (Sevilla) está presente en todas las comunidades autónomas con 121 unidades operativas (119 asociadas). La enseña también se implantó en el exterior en 2011 y ahora cuenta con 9 establecimientos (1 propio) en Portugal, Argentina, México y la República Dominicana.

Para Fernando Téllez, director de Expansión, son varias las razones que explican el éxito de A Green Space en plena crisis. “Ofrecemos soluciones de ahorro frente a la continua subida del precio de las energías tradicionales mediante la realización de proyectos sin compromiso para los clientes”, afirma. De cara a los franquiciados, la

# Pulsazione

● **Actividad:** Fotodepilación y estética  
● **Web:** [www.pulsazione.es](http://www.pulsazione.es) ● **Tno:** 902 11 07 64

“Desde el inicio hemos querido acercar al gran público unos servicios que eran exclusivos para unos pocos, con tarifas económicas”, destaca Felipe Sánchez-Capitán, director de Expansión de Pulsazione.

Esa democratización de los servicios de estética ha impulsado el desarrollo de la marca, fundada en 2008 en propiedad y en franquicia. En la actualidad la red está formada por 80 centros (4 propios), operativos en todas las regiones menos Extremadura, La Rioja, Murcia, y Canarias. “Esas zonas son objetivo preferente de cara a 2013”, señala Sánchez. La marca se implanta en localidades con más de 10.000 habitantes.

La central de Villanueva de la Cañada (Madrid) dio el salto internacional en 2010, y ahora gestiona 29 locales asociados en Italia, Argentina, Brasil, Colombia, México y Portugal.

Además de cuidar el bolsillo de los clientes, Pulsazione ofrece flexibilidad a los asociados. “El franquiciado dispone de varios modelos de inversión, según su capacidad económica y la zona donde se instale”, explica Sánchez-Capitán. Las opciones son: eliminación del vello, eliminación del vello y lipoescultura, o añadir a las anteriores el rejuvenecimiento de la piel.

Un Pulsazione de fotodepilación se instala en un local de 40 metros cuadrados como mínimo, en una zona comercial, con gran afluencia de público y bien comunicada.



Para montar un Pulsazione, hay que abonar un derecho de entrada de 7.500 euros más IVA y la obra civil. El resto de la inversión se paga cada mes –mientras dure el contrato, de 5 años–, en cuotas de 800 euros más IVA, que también incluyen el canon de mantenimiento (280 euros) y el de publicidad (100).

**“Ofrecemos un ahorro frente a la continua subida de las energías tradicionales”**

enseña proporciona otras ventajas: “Una inversión inicial muy baja en relación con los servicios que aportamos, unos costes de explotación mínimos y máxima rentabilidad”. El negocio, que al inicio no precisa local, requiere el pago del derecho de entrada, de 5.800 euros más IVA.

Además, la central no exige el pago de cuotas periódicas. “No existen cánones de explotación ni publicidad. Nuestro beneficio está basado en el volumen de facturación de la red”.

El director de Expansión de A Green Space señala que el perfil de franquiciado ha variado desde que comenzó la crisis. “Se ha adaptado al de emprendedor, alejándose del inversor en busca de un beneficio inmediato. Una franquicia bien desarrollada es la mejor solución hoy en día para acceder al mercado laboral y una opción más segura que un negocio propio”.

La coyuntura económica ha obligado a la central andaluza a realizar cambios en su concepto. “Al principio, la marca ofrecía prácticamente una sola línea de negocio –la fotovoltaica–, pero después ampliamos la cartera de servicios con ➤

# Cómo ponerse en contacto

Franquicias creadas desde 2008

## A Green Space

Sector: Energías renovables **Contacto:** Fernando Téllez Cantero **Sede:** Tomares **Teléfono:** 954 987 590 **Correo:** info@agreenspace.org **Web:** www.agreenspace.org

## Activ Web Design

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

## Al Teu Aire

Sector: Organización de eventos **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Terrassa **Teléfono:** 93 733 30 00 **Correo:** paola@alteuair.es **Web:** www.alteuair.es

## Aloha Mental Arithmetic

Sector: Educación infantil **Contacto:** Antonio Palos **Sede:** Palma de Mallorca **Teléfono:** 971 746 127 **Correo:** expansion@alohaspain.com **Web:** www.alohaspain.com

## Alquilotucasa.com

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

## Altafit

Sector: Gimnasios **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Pozuelo de Alarcón **Teléfono:** 654 496 569 **Correo:** info@altafit.es **Web:** www.altafit.es

## American Secrets

Sector: Estética **Contacto:** María del Carmen Pérez Martos **Sede:** Granada **Teléfono:** 902 32 32 35 / 958 27 48 81 **Correo:** mperez@millermaimann.es **Web:** www.americansecrets.es

## Andemoss

Sector: Productos especializados **Contacto:** José España **Sede:** Sabiñillas-Manilva **Teléfono:** 661 53 91 29 / 951 217 086 **Correo:** info@andemoss.es **Web:** www.andemoss.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

## Beautik

Sector: Cosmética **Contacto:** Xavier Pont **Sede:** Teià **Teléfono:** 93 540 74 74 **Correo:** franquicias@beautik.es **Web:** www.beautik.es

## Beauty Max

Sector: Estética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 741 83 17 **Correo:** info@centrosbeautymax.com **Web:** www.centrosbeautymax.com

## Biothecare Estética

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

## Blugüia

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

## Bymovil-Yoigo

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

## Carpisa

Sector: Complementos de moda **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 237 66 10 **Correo:** info@kuvera.es **Web:** www.carpisa.com

► todas las líneas de generación energética a través de las renovables. De esta forma, incrementamos el abanico de clientes, desde residenciales a grandes cuentas, y se eleva el número de proyectos mensuales”, destaca Téllez.

El director de Expansión confía en una mejoría de la economía en los próximos meses. “Esperamos que las nuevas medidas del Gobierno surtan efecto lo antes posible, y especialmente la aprobación de las ayudas anunciadas al emprendedor, que beneficiarán a la franquicia y contribuirán a paliar la lacra del desempleo en este país”.

A pesar de la crisis, la central andaluza continúa adelante con su plan de crecimiento, y prevé incorporar 35 unidades durante 2013.



La Sureña comenzó a operar en 2010 con el aval del grupo de hostelería Restalia, que ya llevaba una

década gestionando con éxito la red de bocadillerías 100 Montaditos. En los 2 años transcurridos hasta ahora, la enseña ha creado una red de 48 establecimientos franquiciados, operativa en Madrid, Andalucía, la Comunidad Valenciana, Castilla y León, Aragón, Extremadura, Cataluña y Navarra.

La Sureña se creó cuando la crisis ya estaba avanzada. “Cuando empezamos vimos que los consumidores tenían un presupuesto cada vez más ajustado para sus momentos de ocio. Nosotros queríamos llegar a esa gente que empezaba a gastar menos en hostelería, y por ello decidimos apostar por unos precios imbatibles, sin renunciar a la calidad”, subraya Anne Corcuera, responsable de Comunicación de Restalia.

“La Sureña es un concepto de restauración basado en la sencillez, los precios populares y los productos tradicionales de la gastronomía andaluza. Esa es la clave de nuestro éxito y la gran diferencia con otras franquicias”, afirma Corcuera. Uno de los reclamos de la enseña es el cubo de 5 botellines de cerveza por 3 euros. “Ese elemento se ha convertido en un sello de la casa”.

“Además, en Restalia damos mucha importancia al emplazamiento y decora-

ción de los restaurantes, buscando siempre las mejores ubicaciones y procurando que los locales resulten agradables”.

Con la crisis, las empresas han tenido que reducir costes. “Para nosotros, esa es una filosofía de trabajo. Nuestros gastos deben estar ajustados al máximo para poder ofrecer unos precios adaptados a la realidad de los consumidores, garantizando siempre la máxima calidad”.

Durante la trayectoria del grupo, con sede en Pozuelo de Alarcón (Madrid), la central ha observado un cambio en las características de los candidatos. “La crisis ha hecho aparecer el perfil del emprendedor que busca el autoempleo y un modo de ganarse la vida. Este nuevo franquiciado empieza con un restaurante que saca adelante con sus ahorros y, en muchas ocasiones, con ayuda económica familiar. Es una persona que, además, trabaja en el restaurante de manera activa y está pendiente de todos los detalles de su negocio”.

La responsable de Comunicación de Restalia opina que esa tendencia es general en el ámbito de la franquicia. “Con la crisis, el

número de cadenas basadas en el autoempleo ha crecido muy significativamente”.

La creatividad es un arma fundamental para capear la mala racha. “En tiempos de recesión las grandes ideas son las que triunfan, y eso es lo que intentamos. Durante 2013 seguiremos creciendo y expandiéndonos de una manera sostenida y adecuada a la realidad del mercado”, dice Corcuera. La central analiza una posible salida al mercado internacional, con Estados Unidos como uno de sus primeros objetivos, mercado donde ya opera 100 Montaditos.

La Sureña se instala en locales de 150 metros cuadrados de superficie mínima, en una calle o en un centro comercial. Los emplazamientos idóneos coinciden con las principales zonas urbanas y los complejos comerciales de mayor tráfico.

Una taberna de la marca requiere una inversión inicial aproximada que parte de 250.000 euros, incluido un derecho de entrada de 32.500 euros más IVA.

El franquiciado tiene que abonar a la central un canon de manteni- ➤

**“Nuestros gastos deben estar ajustados al máximo para ofrecer buenos precios”**

#### **Churrascarias Brasa y Leña**

**Sector:** Restaurantes temáticos **Contacto:** Alfredo Heredia Valbuena **Sede:** San Sebastián de los Reyes **Teléfono:** 91 659 42 12 **Correo:** franquicias@brasaylena.com **Web:** www.brasaylena.com

#### **Click Viaja**

**Sector:** Agencias de viajes **Contacto:** Juan González **Sede:** Córdoba **Teléfono:** 902 112 760 **Correo:** expansion@clickviaja.com **Web:** www.clickviaja.com

#### **Clubdenavegacion.es**

**Sector:** Servicios especializados **Contacto:** José Manuel Gómez Menéndez **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 65 72 54 / 609 46 99 45 **Correo:** info@clubdenavegacion.mx **Web:** www.clubdenavegacion.mx

#### **Cocinas.com**

**Sector:** Mobiliario-Decoración **Contacto:** Cristina Amutio **Sede:** Viana **Teléfono:** 948 44 66 31 **Correo:** info@cocinas.com **Web:** www.cocinas.com

#### **Color Plus**

**Sector:** Tiendas de consumibles **Contacto:** Antonio Hernández **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 976 352 733 **Correo:** info@tiendascolorplus.com **Web:** www.franquiciascolorplus.com

#### **Crescenda**

**Sector:** Asesoría-Consultoría **Contacto:** Javier Pelayo **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 383 41 40 **Correo:** jpelayo@crescenda.es **Web:** www.crescenda.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

#### **Dental Company**

**Sector:** Clínicas dentales **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 902 030 501 **Correo:** expansion@dentalcompany.es **Web:** www.dentalcompany.es

#### **Dick & Paul**

**Sector:** Calzado **Contacto:** Pablo Castro/Diego Dorrego **Sede:** Ferrol **Teléfono:** 981 91 20 08 / 648 85 92 16 **Correo:** info@dickandpaul.com **Web:** www.dickandpaul.com

#### **DietFlash Medical**

**Sector:** Dietética-Herboristerías **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 212 67 66 **Correo:** info@ladietaproteica.com **Web:** www.ladietaproteica.com

#### **Diez Euros**

**Sector:** Complementos de moda **Contacto:** Miguel Ángel Muñoz **Sede:** Alcalá de Henares **Teléfono:** 91 879 81 40 **Correo:** alcala@diezeuros.info **Web:** www.10euros.info

#### **Dolores Promesas**

**Sector:** Moda femenina **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Rivas-Vaciamadrid **Teléfono:** 91 713 93 43 **Correo:** info@dolorespromesas.com **Web:** www.dolorespromesas.com

#### **Don Ulpiano**

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

#### **D-pilate**

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

#### **Eco Store**

**Sector:** Tiendas de consumibles **Contacto:** Luca Maggioni **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 476 44 42 / 617 42 91 59 **Correo:** info@ecostore.es **Web:** www.ecostore.es

#### **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

#### **Epilae**

**Sector:** Estética **Contacto:** Rubén Hernández Álvarez **Sede:** Gijón **Teléfono:** 902 052 999 **Correo:** franquicias@epilae.com **Web:** www.epilae.com

#### **EsteticBody**

**Sector:** Estética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 186 41 43 / 608 55 96 26 **Correo:** expansion@esteticbody.com **Web:** www.esteticbody.com

**Estudios Z**

Sector: Enseñanza-Formación **Contacto:** Carlos Vázquez **Sede:** Leganés **Teléfono:** 630 31 74 63 **Correo:** info@estudiosz.com **Web:** www.estudiosz.com

**Fast Moto Service**

Sector: Tiendas de motos **Contacto:** Juan Salleras **Sede:** San Sebastián de los Reyes **Teléfono:** 91 659 08 45 **Correo:** juan.salleras@fastmotoservice.com **Web:** www.fastmotoservice.com

**Fincalium**

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

**Fuig Poll**

Sector: Salud **Contacto:** Neus Quimadó **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 625 187 663 **Correo:** contacte@fuigpoll.com **Web:** www.fuigpoll.com

**Gali-Gali**

Sector: Tiendas especializadas **Contacto:** Jasmeet Sahni Singh **Sede:** Azuaga **Teléfono:** 957 23 18 90 **Correo:** mail@gali-gali.com **Web:** www.gali-gali.com

**Grupo Fisis**

Sector: Servicios especializados **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Valencia **Teléfono:** 96 395 06 19 / 685 13 95 23 **Correo:** info@grupofisis.es **Web:** www.grupofisis.es

**Harvey & Luch Consultores**

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

**i-Neumáticos.es**

Sector: Negocios del automóvil **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 91 444 81 63 / 91 309 65 15 **Correo:** maria.gallego@bya.es **Web:** www.i-neumaticos.es

**Interdomicilio**

Sector: Servicios asistenciales y domésticos **Contacto:** Miguel Ángel Pérez Macías **Sede:** Zaragoza **Teléfono:** 902 109 387 / 976 795 268 **Correo:** info@interdomicilio.com **Web:** www.interdomicilio.com

**It Style**

Sector: Cosmética **Contacto:** Víctor Pacheco **Sede:** Las Rozas **Teléfono:** 902 89 88 85 **Correo:** info@itstylemilano.com **Web:** www.itstylemilano.com

**La Sureña**

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

**Laormiga**

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

**Laser Space**

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

**Laserstar.es**

Sector: Estética **Contacto:** José Antonio González Mota **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 15 04 50 **Correo:** info@laserstar.es **Web:** www.laserstar.es

**Llaollao**

Sector: Heladerías **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Cieza **Teléfono:** 968 96 93 72 **Correo:** info@llaollao.es **Web:** www.laollao.es

**Lovendoporti.es**

Sector: Tiendas especializadas **Contacto:** Antonio Fabrizio **Teléfono:** 900 809 927 **Correo:** franquicia@lovendoporti.es **Web:** www.lovendoporti.es

**Matteria**

Sector: Productos especializados **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Naval Moral de la Mata **Teléfono:** 927 53 82 10 **Correo:** franquicias@matteria.es **Web:** www.matteria.es

**Monceau Fleurs**

Sector: Tiendas de flores **Contacto:** Frédéric Husson **Sede:** Madrid **Teléfono:** 639 555 118 **Correo:** expansion@monceaufleurs.es **Web:** www.monceaufleurs.es

► miento mensual del 7% de la facturación durante los 5 primeros años, y posteriormente del 8,5%.



La aparición y crecimiento de Oro Cash durante este bache económico se explica precisamente por la coyuntura económica. “Oro Cash es una franquicia que funciona muy bien en épocas de crisis. El precio del oro aumenta continuamente y se convierte en un valor refugio”, explica Carlos Ruiz, director comercial de Marketing.

La firma se fundó en diciembre de 2008 y 4 meses más tarde se unió el primer franquiciado a este concepto de compraventa de oro y metales preciosos, gestión de empeños y recompra de papeletas del Monte de Piedad, que ac-

tualmente se ha ampliado con joyería y teléfonos móviles de segunda mano.

En estos 4 años de trayectoria, la central con sede en Churriana de la Vega (Granada) ha expandido el concepto hasta alcanzar 152 locales (130 asociados), que funcionan en todas las comunidades menos Murcia, Navarra y La Rioja. “Más del 40% de los establecimientos pertenece a multifranquiciados, lo que da una idea de la rentabilidad del negocio”, afirma Carlos Ruiz.

La enseña comenzó su internacionalización en enero de 2011, al abrir en Portugal. Actualmente, la red exterior está formada por 5 unidades en Portugal y Marruecos.

Parte del éxito del desarrollo de la marca andaluza se debe a sus costes reducidos. “Somos una franquicia de baja inversión y ofrecemos una gran rentabilidad, ya que el desembolso inicial puede recuperarse en un periodo no superior a los 12 meses”, destaca Ruiz. “Estas condiciones no se deben solo a que hayamos nacido en plena crisis, sino que forman parte del concepto fundacional de la marca”.

**“Con la crisis el precio del oro aumenta y se convierte en un valor refugio”**

# 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

**MyCenter**

Sector: Servicios especializados **Contacto:** Miguel Galdeano **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 001 348 **Correo:** aadmin@mycentergroup.com **Web:** www.mycentergroup.com

**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

**Nurielle**

Sector: Cafeterías **Contacto:** Carlos Ruiz López **Sede:** Madrid **Teléfono:** 902 10 38 16 / 680 58 65 11 **Correo:** oswaldo@nurielle.es **Web:** www.nurielle.es

**Nutri10 Nutrición y Estética**

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

**Ömygood**

Sector: Heladerías **Contacto:** Ana Picó **Sede:** Pozuelo **Teléfono:** 627 56 23 79 **Correo:** info@omygood.es **Web:** www.omygood.es

**Open Clean**

Sector: Tintorerías **Contacto:** Víctor Gómez **Sede:** Albacete **Teléfono:** 967 502 376 **Correo:** info@openclean.es **Web:** www.openclean.es

**Oro Cash**

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

**Pecaditos**

Sector: Bares de tapas **Contacto:** Ignacio Serra Crende **Sede:** Burgos **Teléfono:** 947 22 09 19 / 620 092 991 **Correo:** info@grupopecaditos.com **Web:** www.grupopecaditos.com

**Primadonna Collection**

Sector: Calzado **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 522 66 95 **Correo:** c.perez@primadonnacollection.com **Web:** www.primadonnacollection.com

**Pulsazione**

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

**Quorum**

Sector: Administración de fincas **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Granollers **Teléfono:** 93 849 72 10 **Correo:** info@quorumgrup.com **Web:** www.quorumgrup.com

**RACC Travel**

Sector: Agencias de viajes **Contacto:** Roso Morla **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 495 50 00 **Correo:** roso.morla@racctravel.es **Web:** www.racctravel.com

**Repara tu Vehículo**

Sector: Negocios del automóvil **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Iurreta **Teléfono:** 91 444 81 67 **Correo:** reparatuvehiculo@bya.es **Web:** www.reparatuvehiculo.es

**Sandro Ferrone**

Sector: Moda femenina **Contacto:** Luca Gambato **Sede:** Madrid **Teléfono:** 661 34 03 85 / 620 50 62 61 **Correo:** luca@gambatogroup.com **Web:** www.sandroferrone.it

**Sapphira**

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

**Sensebene**

Sector: Estética **Contacto:** Araceli Caballero **Sede:** Villanueva de la Cañada **Teléfono:** 91 819 71 25 **Correo:** info@sensebene.com **Web:** www.sensebene.com

**Seven Secrets**

Sector: Estética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Badalona **Teléfono:** 902 077 077 **Correo:** expansion@sevensecrets.es **Web:** www.sevensecrets.es

**Solo Alquileres**

Sector: Agencias inmobiliarias **Contacto:** Miguel Tortajada Cinteros **Sede:** Valencia **Teléfono:** 960 600 199 / 900 859 889 **Correo:** info@soloalquileres.es **Web:** www.soloalquileres.es

➤ A la central de Oro Cash llegan muchas solicitudes de desempleados. “Pero siempre hay que tener en cuenta que es necesario disponer de una cantidad mínima de dinero para poder invertir en cualquier franquicia”, advierte Ruiz.

El director comercial y de Marketing opina que 2013 será un buen año para la firma. “En España continuaremos creciendo. Además de ampliar el catálogo de servicios, preve- mos sumar 30 locales, preferentemente en La Rioja, Navarra, Murcia, Madrid y Galicia”. La marca puede ser viable en localidades con más de 25.000 habitantes. “En el exterior ya está firmada la entrada en México, y negociamos varias opciones en Francia y Alemania”.

Una tienda Oro Cash se monta en una superficie mínima de 25 metros cuadrados, en una calle o en un centro comercial, y requiere un desembolso aproximado de 30.000 euros, incluido un derecho de entrada de 15.000 euros más IVA. La central cobra un canon de mantenimiento mensual del 2% de las ventas.



“La clave de nuestro éxito es sencilla a la vez que compleja”, afirma Pedro Espinosa, socio fundador de la cadena de yogur helado. “Ofrecemos un producto de excelente calidad y a un precio muy competitivo. Además, este yogur posee un alto contenido nutritivo, es rico en calcio, bajo en calorías, sin colesterol, regula el sistema digestivo y es probiótico,

**“Al no haber intermediarios podemos ajustar mejor los costes”**

por lo que está recomendado para todos los públicos, especialmente niños, personas mayores, embarazadas y para todos aquellos preocupados por su línea”.

Llaollao abrió el primer establecimiento de yogur helado en Denia, en 2009, y al año siguiente se unió el primer local franquiciado en Gandía. Hasta el mo- ➤



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

Más información [aquí](#)  
o en:  
maria.gallego@bya.es  
91 444 81 63

EXPERTOS EN PARRILLA  
ARGENTINA DESDE 1986

**Solq**

Sector: Energías renovables **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Málaga **Teléfono:** 952 34 23 65 **Correo:** info@solq.es **Web:** www.solq.es

**StetikXpress**

Sector: Estética **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Bera **Teléfono:** 911 895 171 / 902 11 01 37 **Correo:** info@stetikxpress.es **Web:** www.stetikxpress.es

**Stickhouse**

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

**Superdry**

Sector: Moda genérica **Contacto:** Rafa Climent **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 93 434 21 31 **Correo:** marketing@osaka68.es **Web:** www.superdry.es

**Taberna Casa del Volapíe**

Sector: Bares de tapas **Contacto:** Javier Gutiérrez **Sede:** Marbella **Teléfono:** 952 820 542 **Correo:** info@tabernadelvolapie.com **Web:** www.tabernadelvolapie.com

**Tad Bisutería y Complementos**

Sector: Bisutería y complementos **Contacto:** Miguel Montoro **Sede:** San Fulgencio **Teléfono:** 966 92 45 07 **Correo:** info@tadmarket.es **Web:** www.tadmarket.es

**Todo1euro Fast Food Quality**

Sector: Comida rápida **Contacto:** Gilberto Pérez **Sede:** Telde **Teléfono:** 928 68 16 17 **Correo:** info@todo1eurofastfood.com **Web:** www.todo1eurofastfood.com

**Tommy Mel's**

Sector: Hamburgueserías **Contacto:** Laura López **Sede:** Madrid **Teléfono:** 91 716 19 70 **Correo:** info@tommymels.com **Web:** www.tommymels.com

**Ucmas**

Sector: Educación infantil **Contacto:** Bharat Aidasani **Sede:** Palma de Mallorca **Teléfono:** 902 89 88 94 **Correo:** bharat@ucmas.es **Web:** www.ucmas.es

**Vellatelia**

Sector: Estética **Contacto:** Rafael Aguilar Navarro **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 902 90 75 23 **Correo:** franquicias@vellatelia.com **Web:** www.vellatelia.com

**Velloestética**

Sector: Estética **Contacto:** José Juan Jareño Ortiz **Sede:** Valencia **Teléfono:** 96 278 33 85 **Correo:** franquicia@velloestetica.es **Web:** www.velloestetica.es

**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

**Woman 30**

Sector: Gimnasios **Contacto:** Manuel Duque **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 902 502 609 / 955 658 296 **Correo:** expansion@woman30.es **Web:** www.woman30.es

**www.lugardevino.com**

Sector: Alimentación **Contacto:** Departamento de Expansión **Sede:** Rute **Teléfono:** 902 80 81 88 **Correo:** info@decantia.com **Web:** www.lugardevino.com

**Yamamay**

Sector: Moda íntima **Contacto:** Filipe Oliveira **Sede:** Barcelona **Teléfono:** 932 376 610 **Correo:** info@yamamay.es **Web:** www.yamamay.com

**Yogurtlandia**

Sector: Heladerías **Contacto:** Borja de Zayas Mariscal **Sede:** Sevilla **Teléfono:** 91 318 50 65 **Correo:** expansion@yogurtlandia.es **Web:** www.yogurtlandia.es

**Zeropelo Clínicas de Fotodepilación**

Sector: Estética **Contacto:** Montserrat Albà **Sede:** Vilanova i la Geltrú **Teléfono:** 93 810 15 47 / 689 41 39 21 **Correo:** montse.alba@zeropelo.es **Web:** www.zeropelo.es

**"Hay parados emprendedores que se plantean montar una franquicia"**

► mento, la enseña murciana ha logrado formar una red de 87 heladerías (84 asociadas), presentes en todas las comunidades autónomas excepto Navarra, Aragón, Extremadura y Canarias.

A ellas se suman 18 establecimientos asociados en Portugal, Marruecos, Francia, Singapur, Bélgica, Luxemburgo, Rusia, Venezuela, Arabia Saudí y Emiratos

Árabes Unidos. La central exporta su marca desde 2011.

Llaollao fabrica sus propios helados. "Al no haber intermediarios, podemos ajustar los costes para el franquiciado y el cliente final", señala Espinosa.

El socio fundador de la enseña apunta que la recesión ha provocado que muchas personas se planteen abrir un Llaollao como medio de autoempleo. "Nuestra fórmula de negocio está probada y es rentable. La poca salida del mercado laboral puede llevar a ciertas personas desempleadas y con ánimo emprendedor a plantearse esta franquicia como una alternativa".

Espinosa opina que "2013 será un año de transición y que España saldrá de la crisis en 2014". Pero

la central murciana no va a aplazar sus planes de desarrollo. "Prevemos que 2013 también será un año bueno para Llaollao. Por un lado, esperamos consolidar nuestra presencia internacional en los países en los que ya estamos presentes y conquistar nuevos mercados en Europa, Asia y América. En España, queremos abrir en las principales localidades, pero siempre de una manera sostenida y selectiva".

Un Llaollao puede instalarse en una superficie desde 10 metros cuadrados. El local debe estar emplazado en una zona urbana y turística, con alto tránsito peatonal.

El presupuesto para poner en marcha un negocio de la enseña se desglosa entre las siguientes partidas: derecho de entrada (9.000 euros más IVA), maquinaria (34.800 euros), mostrador de frío-calor (10.000), mobiliario exterior y maquinaria de office (7.000), y sistema informático (4.000 euros).

Estos conceptos suman 64.800 euros, monto al que hay que añadir el IVA y la obra civil.

Cada mes, el franquiciado tiene que abonar a la central un 2,5% de su facturación para pagar el canon de mantenimiento y otro tanto que se destina al canon de publicidad. **EF**

El mayor evento para  
emprendedores y pymes

# Alcanza tu meta

+13.000 asistentes  
+250 ponentes  
+10 salas temáticas  
+80 expositores

¡Apúntalo en tu agenda!

**12-13 | febrero | 2013**

Palacio de Congresos de Madrid

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

CAFETAL CLUB

# Cafeteros centrados en el grano

*Con 76 años de experiencia tostando el grano verde, la central de franquicia asturiana enfoca su valor añadido hacia el café y deja al asociado la decisión de completar el negocio con una oferta gastronómica adaptada a su zona*

Si algo bueno tenía que tener la contracción del consumo es la mayor exigencia, creatividad y profesionalidad que las empresas se imponen para diferenciarse de la competencia y arañar cuota de mercado. Así opina José Luis Roza, director de Expansión y Desarrollo de la cadena de cafeterías Cafetal Club. “Las redes lanzan nuevos productos, amplían los horarios y ofrecen alternativas al menú de mediodía”, afirma Roza. “Por otro lado, el sector tiende a concentrarse, se popularizan las cadenas para poder competir con mejores condiciones en el mercado y la fran-

quicia se plantea como una salida al desempleo”.

La central de la marca, con sede en



“Buscamos buenas ubicaciones, que garanticen la rentabilidad”, señala José Luis Roza.

Laura Martínez Lombardía

Tineo (Asturias), orienta su esfuerzo al café. “Somos torrefactores de café desde 1936. Por eso estamos en condicio-

dir la posibilidad de introducir un rincón con la enseña La Casa del Chocolate, que también gestiona Cafento, la

nes de proporcionarle al asociado un café de alta calidad, aunque a él le dejamos la libertad de completar el negocio con una oferta de menús, y en ese caso, el franquiciado también elige qué va a servir a sus clientes. Esto es algo que valoran mucho los profesionales del sector, que suelen encontrarse con un paquete cerrado cuando se interesan por una franquicia de cafeterías”, apunta Roza.

El concepto de Cafetal Club también incorpora una zona de tienda para que el cliente pueda llevarse a casa el café de la marca, así como una variedad de té en latas.

A ello hay que añadir

central. “El franquiciado puede reservar un espacio para los productos de esta marca. Actualmente estamos ensayando la fórmula en 10 establecimientos de Cafetal Club”.

Cafetal Club tiene su origen en la red Cafés Valiente, fundada en el año 2000 en propiedad y en franquicia, y que hasta el momento se había desarrollado en la Comunidad Valenciana. En 2006 Cafento compró la empresa y comenzó la tarea de adaptar esos locales a la nueva marca, Cafetal Club.

En la actualidad componen la cadena 103 establecimientos (1 propio). Todos ellos operan en la Comunidad Valenciana, menos el propio –en Córdoba– y otro que abre en Valladolid en este mes de diciembre.

### Falta de financiación

Durante el próximo año la central planea continuar el desarrollo de la marca, dentro y fuera del Levante. “Preveemos sumar 6 establecimientos, lo cual es un objetivo razonable para los tiempos que corren”, señala el director de Expansión y Desarrollo. “Lamentablemente, tenemos candidatos que no pueden abrir porque el banco no les da financiación”.

Desarrollar la red fuera de Valencia es un reto complicado. “Allí es fácil crecer por la fuerza de la marca, pero en el resto de España es como empezar de cero, algo siempre difícil. A eso hay que añadirle que buscamos buenas ubicaciones, que garanticen una rentabilidad, lo que conlleva inversiones más elevadas”, explica José Luis Roza.

En Valencia, Cafetal Club se instala en localidades a partir de 30.000 habitantes; fuera de ahí, el límite de población sube a 100.000 personas.



## Del ultramarinos a la fábrica exportadora

La central de Cafetal Club se fundó a causa de la Guerra Civil española. En 1936, un gallego casado con una asturiana viajó a Tineo desde Argentina, donde la pareja había emigrado, para presentar a la familia de ella su hijo recién nacido. En plena visita estalló la contienda y no pudieron regresar a América. Así pues, este emprendedor decidió montar en Tineo un ultramarinos, al que llamó El Gallego, para salir

adelante, un negocio que sigue funcionando en la actualidad. Allí fue donde empezó a tostar café. Ese fue el germen de un grupo que hoy está dirigido por el nieto del fundador y

que se dedica a comprar café para después tostarlo y envasarlo en Tineo. Cafento cuenta con 27 marcas que distribuye a tiendas, supermercados y cafeterías, y que también exporta a 22 países, como Túnez, Líbano, Chequia o Francia.

Además de Cafetal Club, la central asturiana apuesta por el desarrollo de rincones con la enseña La Casa del Chocolate, y ha puesto en marcha Stracto Experience, un nuevo modelo de cafetería y tienda de degustación que se encuentra en fase de proyecto.



Cafetal Club es una enseña idónea para profesionales con experiencia o conocimientos del sector. “Al menos, ese es el perfil que más acude a nosotros”, matiza el director de Expansión.

El negocio se monta en un local con una superficie mínima de 70 metros cuadrados, ubicado en primera línea o en una zona privilegiada. “El Cafetal de Valladolid, por ejemplo, no es exactamente una primera línea, pero está prácticamente enfrente del campus



universitario, lo que garantiza una enorme afluencia de público”.

Poner en marcha un Cafetal Club supone un desembolso inicial de 1.300 euros por metro cuadrado, aproximadamente. “Actualmente se encuentran locales donde se puede aprovechar la instalación técnica, lo que aligera la inversión”.

La central exige un canon de mantenimiento de 175 euros mensuales más IVA. “Es la única cuota que cobramos. Nosotros no somos una empresa cuyo principal interés es vender franquicias. Somos cafeteros y la franquicia es un instrumento para que nuestros clientes se diferencien mejor de la competencia en un entorno cada vez más complicado”, concluye Roza.

Catalina Mahón



Más información: Departamento de Expansión

• 902 11 72 30 • [franquicias@cafento.com](mailto:franquicias@cafento.com) •

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

# Hay que reinventar el negocio cuando aún va bien

Texto: Antonio Sánchez Lorenzo / Fotos: Thor Castro

**E**l auge de las hamburgueserías se gestó con Peggy Sue's. Desde que abrió sus puertas la marca madrileña, a principios del año 2007, han surgido decenas de restaurantes –muchos de ellos franquicias– centrados en la hamburguesa, y cadenas tradicionales han lanzado cartas dedicadas a este producto. Algunos han ido más allá, y también reproducen la estética de los años cincuenta norteamericanos.

Los imitadores tienen sus motivos. En medio de la debacle económica, Peggy Sue's ha pasado de 4 locales propios en enero de 2010 –año en que empezó a franquiciar– a 25 en 2011 y a 40 (36 asociados) en diciembre de este 2012. Un desarrollo que le ha permitido generar 240 puestos de trabajo y facturar unos 15 mi-

llones de euros.

Azuzado por tanta copia, José Muñoz Mergelina, el creador de la enseña, ha dedicado los últimos meses a remodelar el concepto al tiempo que ya tiene listo el lanzamiento de una franquicia de tapas, La Josefa, y estudia la apertura de los primeros Peggy Sue's en el extranjero, en las ciudades francesas de Toulouse y Burdeos.

**¿LLEVA LA CUENTA DE LAS HAMBURGUESERÍAS ABIERTAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?**

Mi equipo tiene un *dossier* de imitadores.

**La cadena ha pasado de tener 4 restaurantes en enero de 2010 a 40 en diciembre de este 2012**

# José Muñoz



Nosotros fuimos los primeros. Cuando abrimos, en 2007, en Madrid estaba Alfredo's Barbacoa, que llevaba 25 años, y nadie más. Pues bien, 6 años después en la capital hay 25 marcas intentando franquiciar una hamburguesería. He comprobado que los españoles son muy dados a apuntarse al éxito de los demás.

**“Nos han ofrecido todo tipo de máquinas para fabricar hamburguesas, pero las hacemos a mano”**

**PERO LA COMPETENCIA ES POSITIVA.**

La competencia tiene una parte interesante, porque te obliga a superarte a ti mismo, pero llevada al extremo de la burbuja es peligrosa para todos. Y en esas estamos. Todos los negocios están inspirados en algo, evidentemente, pero yo he diseñado el mío hasta el último detalle, y no se trata de competencia cuando se plagia de forma descarada. Por eso me he querellado contra Tommy Mel's, porque es una copia escandalosa, y porque varios franquiciados me lo pidieron. Ellos compran una exclusividad, y no entienden que enfrente de su local se monte otra franquicia que tiene los muebles exactamente iguales y 18 cosas de la carta copiadas.

**¿QUÉ MEDIDAS HA TOMADO PARA FORTALECER LA MARCA?**

Este año decidimos paralizar la expansión entre mayo y septiembre para recapacitar y revisar la máquina, porque es posible ➤

**“La franquicia adolece de ineficiencias para llegar al público, porque el franquiciado está en medio”**

➤ morir de éxito si no se tienen las ideas claras. A mí eso me preocupa muchísimo, pues vivimos en un mundo de modas pasajeras. En estos meses hemos hecho un esfuerzo terrible por reinventarnos sin dejar de ser Peggy Sue's. Ya tocaba, porque han pasado 6 años. La gente suele esperar a que las cosas vayan muy mal para remodelar el negocio, pero yo creo que hay que reinventarse cuando todavía va bien.

### ¿QUÉ CAMBIOS HA INTRODUCIDO EN LA RED?

La principal novedad, dentro de otras muchas, es que hemos rehecho la carta. Queremos que la comida sea nuestra diferenciación, para no ser solo un sitio de moda. Por eso hemos quitado la palabra *hamburguesería* de nuestra imagen. Estoy muy contento, porque me he sentido como cuando inauguramos la primera vez. Uno de los grandes temores que tienes como empresario es que no sabes si te has dormido, si te has quedado anquilosado. Que hayamos sido capaces de hacer eso en el peor momento de la crisis me da mucha tranquilidad.

**“Un cliente de cualquiera de nuestros Peggy Sue's es un cliente de todos los Peggy Sue's”**

### ¿CÓMO HACEN LAS HAMBURGUESAS?

Las hacemos diariamente en una instalación que tenemos en Getafe. Con el desarrollo de la marca nos han ofrecido todo tipo de máquinas para fabricarlas, pero nosotros las hacemos una a una, a mano. Así empezó Peggy Sue's y me da mucho miedo traicionarme a mí mismo. Creo que en las marcas, en los negocios, si pierdes el alma lo pierdes todo.

### ¿NO PENSÓ ESO AL EMPEZAR A FRANQUIICIAR?



## RECESIÓN TECNOLÓGICA

“El día a día nos ahoga a todos, con tantos correos, *wassaps* y mensajes”, y ese bombardeo inmisericorde le está provocando a José Muñiz “una especie de recesión tecnológica”. “De hecho, nunca he estado en una red social. Me parece que no me hace falta; bastante red social es la vida misma”.

Sevillano como su esposa, también se considera de Madrid, donde estudió en Icade, donde reside y donde nacieron sus dos hijas, de 7 y 8 años.

Fuera de la familia, su mayor devoción es la música, a la que dedicó su primer negocio, un estudio de grabación para escribir, producir y dirigir a artistas. Y aunque tiene claro que nunca se repetirán “pelotazos” como *Antes muerta que sencilla*, tema que compuso y del que se vendió casi un millón de copias, lo mantiene activo “porque la música es una enfermedad más que un negocio”.

Su segunda gran afición son los libros, que devora de una forma casi compulsiva. “Debo tener 4.000 o 5.000 volúmenes en casa”. A sus 44 años Muñiz conserva el placer de leer, pero no con lector electrónico, porque no le agrada consumir “bites y bytes”, literarios o musicales. “Me gusta saber dónde están los libros, cogerlos, tocarlos. Igual que los discos. Tengo muchos vinilos, y disfruto viendo las portadas, leyendo las historias de los álbumes, limpiándolos antes de ponerlos en el tocadiscos”. Por cierto, tiene uno de estos aparatos en su oficina.

Me costó tomar la decisión. El modelo de franquicia es muy interesante para crecer, pero adolece de ciertas ineficiencias a la hora de llegar al cliente, porque el franquiciado está en medio. Y hay franquiciados fantásticos, que lo entienden todo perfectamente, pero otros no lo asimilan tan bien.

**“Ahora, más que nunca, franquiciado y franquiciador tienen que estar perfectamente alineados”**

### ¿CONTROLA LA CADENA MUY DE CERCA?

Mucho, pero es que este negocio es mi niño. Yo he estado mil horas detrás de la barra, detrás de la plancha, he ido a todas mis inauguraciones y he diseñado todos los locales; no hay absolutamente nada de este concepto que no sepa. Supone una presión personal importante, pero cuento con un equipo fantástico que está muy bien organizado y que lleva mucho tiempo conmigo.

### ¿CÓMO VIGILA LA HOMOGENEIDAD DE LA RED?

Hemos formado un equipo que viaja constantemente por toda España para comprobar que los locales funcionan como tienen que funcionar y que todo se hace como hay que hacerlo. Yo siempre digo que un cliente de cualquiera de nuestros Peggy Sue's es un cliente de todos los Peggy Sue's.

### ¿CÓMO SE TOMAN LOS FRANQUICIADOS ESOS CONTROLES?

Supongo que los agradecen. Nuestra experiencia nos dice que cuando estamos más encima, empezamos a vender más, de modo que todos salimos ganando. Pienso, además, que ahora, más que nunca, franquiciado y franquiciador tienen que estar

perfectamente alineados. Y confieso que actualmente soy más inflexible en este asunto, porque hemos hecho una apuesta muy importante por la marca.

**PEGGY SUE'S NO SE CONCIBIÓ COMO UN NEGOCIO DE AUTOEMPLEO. ¿HA MODIFICADO EL PERFIL?**

Con la crisis han cambiado algunas cosas. En puridad, si tú haces una inversión en un negocio, necesitas que tenga rentabilidad, independientemente de que estés trabajando en él, porque tu remuneración por ese trabajo es tu sueldo, que es otra cosa. Sin embargo, en una situación de paro tan dramática como esta, hay gente que está dispuesta a entender que tener un puesto de trabajo forma parte de la recuperación de su inversión por la tranquilidad que le da y la estabilidad que le proporciona a su familia. Financieramente, una franquicia de autoempleo no tiene sentido, pero uno de los problemas del paro es la incertidumbre a la hora de planificar tu vida y de tomar decisiones, de modo que para muchas personas es una buena solución para no estar en casa sin hacer nada, sobre todo si han sido despedidas.

**¿CÓMO ESTÁN AFRONTADO SUS RESTAURANTES ESTA FASE DE LA CRISIS?**

La ventaja de nuestro negocio es que, como somos gente con los pies en la tierra, tenemos un punto de equilibrio muy bajo. Eso lo hace muy controlable. Para no ganar dinero en Peggy Sue's habría que dejar de vender de una forma drástica, incluso con la penalización que supone la bajada en el consumo que ha habido en los últimos seis meses, que da miedo. Vivimos una etapa

**“Estamos en un momento muy peligroso, y los meses de enero y febrero van a ser dramáticos”**

## AMIGOS-COBAYA

“Absolutamente todo el negocio lo he inventado yo desde cero, desde la carta hasta la decoración y la imagen”, recalca José Muñiz, que en 2005 logró convencer a su mujer —“no fue fácil”— de invertir sus ahorros en inventar un negocio en un sector que desconocía. Aquel año alquiló un local diminuto en la calle de Amanuel, en Madrid, y se pasó 12 meses diseñando el concepto y puliendo detalles.

Para el menú contó con la colaboración de amigos-cobaya. “Los invitaba a cenar y después les pasaba unas fichas, que aún conservo, para que las rellenaran”. Y, sobre todo, se guió por el sentido común. “Los sevillanos tenemos claro que cuando algo está rico, está rico. Y esa ha sido una de nuestras señas de identidad: establecer una relación emocional con el cliente a través de la comida”.

Los *diners* estadounidenses de mediados del siglo pasado inspiraron a Muñiz para crear la estética del local. Y eligió el nombre de Peggy Sue's no tanto por la canción de Buddy Holly, sino por la película de Coppola, en la que la protagonista se da un golpe en la cabeza y regresa a los años cincuenta.

En febrero de 2007 franquearon el umbral de Peggy Sue's los primeros clientes. Por la trayectoria que ha tenido desde entonces la marca, probablemente sintieron que Muñiz había conseguido trasladarlos a otra época, en la que la comida estaba rica.



en la que hay que adaptarse, hay que ser flexible sin perder la esencia. Creo que el tamaño de nuestros locales y nuestros costes nos permiten esa flexibilidad.

**¿CÓMO VE LA SITUACIÓN ACTUAL?**

Estamos en un momento de verdad muy peligroso; probablemente es el peor de la crisis, y enero y febrero van a ser dramáticos. Por eso hemos trabajado en los últimos meses para estar preparados por si esto va a peor, mejorando la logística, la eficiencia, la rapidez.

**“Hace falta un ajuste psicológico para dejar de llamarle a esto crisis y adaptarse a vivir así”**

**¿TENEMOS CRISIS PARA RATO?**

Lo que no era normal era lo de antes. Hace falta un ajuste psicológico de la gente para dejar de llamarle crisis a lo que está pasando y empezar a adaptarse a vivir así. Es lo que les sucedió a los japoneses. No puede ser que los españoles nos vayamos a la cama creyendo que esto se va a terminar y que volveremos a vivir como vivíamos antes. Es un error tremendo. Hay que hacer el esfuerzo de pensar que este va a ser el escenario a partir de ahora, por qué no.

**¿USTEDES CON QUÉ PREVISIONES ECONÓMICAS TRABAJAN?**

En Peggy Sue's no trabajamos sobre la base de que las cosas vayan mejorando. Y en ese escenario, que da mucho miedo, se pueden tener beneficios, porque había muchas ineficiencias en todas partes y sigue habiéndolas. Se puede ganar si se cuida el producto y a los clientes. Es complicado porque no hay dinero, pero se puede hacer.



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



## LEADER MOBILE amplía sus líneas de negocio

Leader Mobile ha cumplido 10 años y, para celebrarlo, la enseña de publicidad móvil ha presentado novedades en el Meeting Internacional que organizó en Barcelona. Además de cambiar de imagen para ofrecer un aspecto más profesional y moderno, la cadena de origen italiano ha incorporado nuevas herramientas para introducirse en el mercado del marketing en

Internet. De este modo, la enseña ofrece 3 líneas de negocio: *marketing* directo (publicidad a través de mensajes a los móviles), visibilidad digital (presencia activa en Internet, redes sociales y comunidades, con webs adaptables a móviles y tabletas), fidelización y venta *online* a través del móvil.

Más información: [www.leadermobile.es](http://www.leadermobile.es)  
Tno.: 93 419 78 54



## La AEF publica su 'Libro Oficial de la Franquicia'

La Asociación Española de Franquiciadores ha publicado su *Libro Oficial de la Franquicia*, con una tirada de 5.000 ejemplares, que sirve como guía para encontrar datos relevantes de enseñas que operan en España, como información de contacto, extensión de la marca, cifra de negocio o condiciones económicas de adhesión.

La lista se completa con datos de las consultorías especializadas, medios de comunicación y entidades financieras.

El volumen también incluye las últimas estadísticas de la patronal del sector al cierre de 2011, artículos y un registro de las actividades de la asociación en el último año.



Más información: [www.franquiciadores.com](http://www.franquiciadores.com)  
Tno.: 93 255 31 22

## AÏTA comienza la expansión internacional

Aïta ha iniciado su desarrollo exterior y para ello ha tomado dos direcciones opuestas. La enseña de complementos de mujer ha inaugurado 4 tiendas en Colombia



## Torneo solidario de LA MAFIA

La cadena de Restaurantes La Mafia se Sienta a La Mesa ha organizado el segundo Torneo Solidario La Mafia de Pádel, que comenzó el 9 de noviembre y finaliza el 2 de diciembre en las instalaciones de Pádel Indoor Aragón, en Cuarte de Huerva (Zaragoza).

La recaudación se destinará al orfanato My Home, en Katmandú —capital de Nepal—, el hogar de acogida y formación que la cadena zaragozana apadrina desde 2011. El dinero conseguido con el primer torneo, el año pasado, permitió la escolarización de los niños del orfanato durante este 2012.

Más información: [www.lamafia.es](http://www.lamafia.es)  
Tno.: 976 79 46 75



(Medellín y Bogotá) y en breve se instalará en Kuwait, Catar y Baréin. Latinoamérica y Asia forman parte de los principales objetivos estratégicos de la cadena de Cornellà (Barcelona).

En España, la marca sigue creciendo con un nuevo establecimiento en Gijón y otro en Almería. Con estas aperturas alcanza 60 puntos de venta.

Más información: [www.aita.es](http://www.aita.es)  
Tno.: 93 200 47 03

## TAILOR & CO arregla los uniformes de los ferroviarios

Tailor & Co ha abierto un punto de venta en Bilbao que supone la plasmación de un acuerdo entre la enseña de arreglos y



transformaciones y Euskotren, la empresa de trenes de Euskadi. De este modo, la tienda bilbaína se hará cargo de los uniformes de invierno y verano de los empleados de Euskotren con descuentos especiales. Este nuevo establecimiento de la red de Sant Cugat del Vallès (Barcelona) ha abierto con la campaña de otoño Tailorizate, que anima a los clientes a modificar su ropa para actualizarla, haciéndola única y personal.

Más información: [www.tailor.es](http://www.tailor.es)  
Tno.: 93 583 95 67

**Elige tu negocio**



**celio\***  
goldenpoint



*Félix Ramiro*  
DISEÑO HOMBRE

JESUS PEIRO



**Koroshi.**  
Maniaks Graphic Design TM



**LACOSTE**

**lenita & XTG**  
CANARIAS

**Levi's**

**PRONOVIAS**  
BARCELONA

ROBERTO VERINO

ROSA CLARÁ

UNDERCOLORS  
OF BENETTON

yamamay

**44**  
entre  
**marcas**

**Índice**

	Ficha	Más pistas	Contactos
<b>Moda genérica</b>			
21 Racing Team	34		
Ambar I Love 19,95 Franquicias	35		
Amichi	35		
Banhof Leather Factory	36	33	
Bulka Different Wear			52
Calderón Sport	36		
Calzedonia			52
Cállate La Boca	37		
Caramelo	37		
Crede	38	35	
Chiefs	39		
Dinocco	39		
Escales			52
Fashion Biker	40	36	
Goldenpoint	41		
Golo/Golo	41		
Hello Pretty	42	37	
Hiero y Albero	42	38	
Intimissimi			52
Kiabi	43		
Koroshi	44		
Lacoste	44	41	
Lenita & XTG	45	42	
Levi's Store	45	43	
O'neal	46	45	
Piel de Toro			52
Purificación García	48		
Roberto Verino	48		
Superdry	49		
Thelox	50	47	
Undercolors of Benetton	51		
Yamamay	51	50	
<b>Moda masculina</b>			
		34	
Celio	38	34	
Félix Ramiro	40		
Kevingston			52
Macson			52
Men Ceremonia y Moda Hombre	46	45	
Q-Ellos			52
Titto Bluni	50		
<b>Moda nupcial</b>			
Aire/AireBarcelona	34		
Jesús Peiró	43	39	
Pronovias	47		
Protocolo	47	47	
Rosa Clará	49		

Informe sobre 36 cadenas de moda genérica, masculina y nupcial que engloban 1.124 establecimientos (522 franquiciados) y 714 rincones ○ es líder Amichi con 116 tiendas ○ inversión aproximada entre 20.000 euros + obra civil y 350.000 euros ○ superficie mínima entre 30 y 700 m<sup>2</sup> ○ población mínima entre 5.000 y 100.000 habitantes

# Moda genérica, masculina y nupcial: Pasarelas de autoempleos



Pilar Rodríguez Fernández

ción textil en franquicia, iniciado en noviembre con los segmentos de moda femenina e infantil (se puede ver en

<http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=396/8016/16343&lng=es>).

Al igual que los anteriores, los subsectores de moda genérica, masculina y nupcial destacan por su gran capacidad de adaptación



La última tendencia entre las franquicias de moda genérica, masculina y nupcial es el

**16 firmas funcionan únicamente con el franquiciado, y 11 solo necesitan 2 empleados**

autoempleo. El 44% de las 36 centrales activas (16 marcas) afirma que sus tiendas asociadas

pueden ser viables únicamente con el franquiciado; el 30% solo necesita 2 empleados en el arranque del negocio, y el 20%, 3. La única que precisa más de 5 trabajadores es Kiabi, que ocupa de 11 a 13 personas entre personal de venta y mandos en sus establecimientos de más de 700 metros cuadrados.

En este número completamos el análisis del sector de confec-

## “El retroceso del comercio multimarca ha dejado hueco a cadenas como la nuestra”

—¿Cómo le está afectando la crisis?

—Con el retroceso del comercio multimarca se han incrementado las ventas de cadenas especializadas como la nuestra. Estas tiendas han ido de-



sapareciendo porque son mucho más caras y porque están poco profesionalizadas.

—¿Por qué comenzaron a franquiciar en 2011?

—Porque ya teníamos 7 tiendas propias y llevábamos 11 años en el sector. Mucha gente se pone a franquiciar cuando solo tiene un local, o con apenas dos años de experiencia, pero yo creo que el franquiciado debe estar bien atendido. No solo le estás vendiendo una marca, también tiene que haber una logística eficaz. Para mí la empresa es como mi hijo, porque he empezado desde cero, y no me la voy a jugar vendiendo franquicias sin estar segura de que van a funcionar.

—¿Por qué han optado por el depósito?

—Porque nosotros no queremos venderle la ropa al franquiciado; si lo hiciéramos así, ya no estaríamos interactuando con el público. Lo más difícil en este negocio es tener el producto adecuado en el momento, al precio y en el sitio adecuados. Eso lo gestionamos nosotros porque tenemos mucha información. Creo que parte del éxito del negocio viene de ahí. Para nosotros el asociado es un inversor al que tenemos que ayudar para gestionar el personal o cualquier problema que le surja.

—Han tenido un desarrollo

muy rápido en estos dos años.

—Sí, actualmente tenemos 14 franquicias, en diciembre montaremos 3 más, y para el primer semestre de 2013 hay otras 10 contratadas. Ade-

más, hemos inaugurado, en noviembre, la primera en Alemania, y en Latinoamérica ya disponemos de una máster para Venezuela y Panamá.

—Parece que hay hueco en el mercado español.

—Lo hay. Nosotros podíamos haber crecido más, pero no lo hemos hecho porque queremos dar un buen servicio. El potencial franquiciado se siente atraído por nuestra imagen, pero antes “palpa” el negocio, lo analiza, y no firma el contrato sin haber estado varios sábados en una tienda para observar el tráfico de clientes. Yo prefiero que sea así, que el que abra esté seguro de lo que va a abrir, porque la venta minorista es un negocio duro.

—¿Se puede crecer tanto en España como fuera?

—Creo que sí, pero la manera de hacerlo es distinta. En España ahora mismo la prioridad número uno es el precio. Para salir al exterior partimos con la ventaja de haber crecido con un estándar de calidad muy alto, porque desde el principio hemos tenido que competir con Inditex y con Mango, que lo hacen todo perfecto. En otros países el nivel no es tan elevado, y más de lo que se exige aquí no creo que se exija en ningún sitio.

A.S.



e innovación, no solo en los productos y en las fórmulas de venta al público, sino también en la creación de enseñas. En el último lustro se han incorporado al mercado de la franquicia 16 marcas que siguen activas, lo que supone el 44% del total. 6 de ellas vendieron la primera licencia en 2011, 1 en este año 2012 (Thelox), y otras 3 aún no tienen asociados (Chiefs, Kiabi y Men Ceremonia y

### Son conceptos que destacan por su competitividad y su capacidad de adaptación e innovación

Moda Hombre). La cadena más veterana es Pronovias, que opera en franquicia desde 1968.

**Negocios competitivos.** La competitividad del sector está resultando decisiva en esta fase de la crisis —el último semestre de 2012—, que se está ensañando con más intensidad que nunca sobre los comercios de venta minorista, y muy especialmente sobre los multimarca, que según los franquiciadores están protagonizando la mayor parte de los cierres del sector (ver *Tendencias*).

La apreciación coincide con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y con los informes de consultorías privadas, que detectan un aumento constante de la cuota de mercado de las cadenas. Según DBK, estas alcanzan ya el 60% del total de la venta al detalle de confección, seguidas por las grandes superficies, supermercados e hipermercados, con el 28%. Mientras tanto, el comercio independiente, que llegó a absorber en la década de los noventa más de la mitad de la facturación, actualmente se reduce al 12%.

Una de las grandes ventajas de las redes frente a las tiendas

multimarca son las economías de escala, que les permiten negociar mejores condiciones con los proveedores y repercutirlas en los precios. Ante un público que cada vez compara más antes de realizar una compra, este factor se ha vuelto decisivo. Al mismo tiempo, las franquicias monomarca presumen de la exclusividad de su producto, que en el ámbito de la moda es un valor añadido de gran importancia.

Las 36 marcas analizadas en este informe engloban 1.124 establecimientos, de los que 522 (el 46%) pertenecen a franquiciados, y 714 rincones en locales de otras firmas. Es líder la cadena madrileña Amichi, con 116 tiendas, seguida de la barcelonesa Pronovias con 115.

**28 españolas y 8 extranjeras.** 28 cadenas son españolas, y las 8 restantes proceden de Francia (Celio, Kiabi y Lacoste), Italia (Goldenpoint, Undercolors of Benetton y Yamamay), Estados Unidos (Levi's Store) y Reino Unido (Superdry). Las españolas con más presencia en el exterior son Purificación García (55 puntos de venta en 3 países) y Pronovias (33 locales en 17 países).

Estos negocios pueden ser viables en localidades con una población mínima entre 5.000 habitantes (Thelox) y 100.000 (7 marcas). La superficie mínima del local comercial oscila entre 30 metros cuadrados (Thelox) y 700 (Kiabi).

### El comercio independiente no hace más que reducir su cuota de mercado, que ahora es del 12%

Los interesados en montar una tienda de ropa con alguna de estas enseñas deben tener fondos para acometer una inversión ➔

➔ inicial mínima aproximada entre los 20.000 euros más obra civil que declara Hello Pretty y los 350.000 de Lacoste. Además, es necesario contar con un fondo de maniobra para afrontar los gastos iniciales tesorería hasta que se alcanza el punto de equilibrio. Esta partida oscila en promedio entre 20.000 y 40.000 euros, aunque

**En el último lustro se han incorporado al mercado de la franquicia 16 marcas que siguen activas**

Lacoste la eleva hasta 100.000. 6 enseñas dejan la mercancía en depósito a los franquiciados, de modo que no tienen que pagarla hasta después de venderla. Se trata de Celio, Golo/Golo, Kiabi, Korōshi, O'neal y Purificación García. Lenita & XTG, por su parte, ofrece esta opción. Tanto el género en depósito como el que se ad-

quiere en firme con financiación de la central llevan aparejada la aportación de un aval bancario, cuyo importe medio varía entre 30.000 y 50.000 euros.

**Pagos al franquiciador.** Entre los pagos que hay que hacer al franquiciador, el derecho de entrada, incluido en la inversión, se mue-

Nombre de la enseña	Unidades operativas (*)	Aperturas en un año	Primer asociado	Fondos necesarios (euros)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Población mínima (habitantes)
<b>M O D A G E N É R I C A</b>						
1 Amichi	116	5	1985	250/700 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup>	Mínima: 100 - Recomendable: 200	30.000
2 Lacoste	76 (+ 41 rincones)	2	1990	350.000 <sup>(2)</sup> (para 150 m <sup>2</sup> )	Mínima: 150 - Recomendable: 250	100.000
3 Purificación García	75 (+ 230 rincones)	10	1998	1.200 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup> (mercancía en depósito) (para 200 m <sup>2</sup> )	Mínima: 150 m <sup>2</sup> (venta) + 50 (almacén)	50.000
4 Kiabi	60			450 por m <sup>2</sup> (mercancía en depósito) (para 1.000 m <sup>2</sup> )	Mínima: 700 - Recomendable: 1.000	30.000
5 Levi's Store	57 (+ 150 rincones)	3	1983	159.000 <sup>(1)</sup> (para 150 m <sup>2</sup> )	Mínima: 100 - Recomendable: 150	100.000
6 Undercolors of Benetton	55	10	1992	45.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 40 m <sup>2</sup> )	Mínima: 40 - Recomendable: 40/70	25.000
7 Roberto Verino	51 (+ 110 rincones)	15 rincones	1982	800/1.100 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup>	Mínima: 110 - Recomendable: 180	100.000
8 Caramelo	50 (+ 105 rincones)		1998	1.500 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup>	Mínima: 100	80.000
8 Goldenpoint	50	10/12	2009	65.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 80 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 90	30.000
10 Yamamay	33	20	2008	120.000 <sup>(2)</sup> (para 80 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 80/120	60.000
11 Calderón Sport	29	2	1999	180.000 + IVA (para 125 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 100	20.000
12 O'neal	23	1/2	2000	25.000/30.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m <sup>2</sup> )	Mínima: 100 - Recomendable: 150	15.000
13 Korōshi	21	20	2011	140.000 <sup>(1)</sup> (mercancía en depósito) (para 120 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 120	20.000
14 Golo/Golo	18	4	1997	30.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (mercancía en depósito) (para 85 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 120	20.000
15 Lenita & XTG	14 (+ 15 rincones)	6/7	2009	1.200/1.500 por m <sup>2</sup> (opción de mercancía en depósito)	Mínima: 50 - Recomendable: 100	60.000
16 Cálitate La Boca	11	2	2007	100.000 <sup>(1)</sup> + obra civil	Mínima: 50 - Recomendable: 50/80	100.000
17 Superdry	10 (+ 14 rincones)	16	2011	1.300 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup>	Mínima: 100	50.000
18 21 Racing Team	9	10	2009	69.500 <sup>(1)</sup>	Mínima: 70	30.000
18 Ambar I Love 19,95 Franquicias	9 (+ 1 rincón)	4	2009	35.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> )	Mínima: 60 - Recomendable: 60	25.000
20 Hierro y Albero	8	4	2005	35.000/38.000 <sup>(1)</sup> + mercancía	Mínima: 50 - Recomendable: 60	60.000
21 Hello Pretty	5	3	2011	20.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 50 m <sup>2</sup> )	Mínima: 50 - Recomendable: 50	10.000
22 Credo	4		2011	70.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 50 m <sup>2</sup> )	Mínima: 40 - Recomendable: 40/70	No facilitada
22 Fashion Biker	4	3	2010	28.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 70 m <sup>2</sup> )	Mínima: 40	No facilitada
24 Chiefs	3			43.000 <sup>(1)</sup> + obra civil + IVA (para 50 m <sup>2</sup> )	Mínima: 50 - Recomendable: 90	No facilitada
24 Dinocco	3	2	2011	30.000 <sup>(1)</sup> (100 m <sup>2</sup> tienda + 40 m <sup>2</sup> almacén)	Mínima: 80 - Recomendable: 100	Sin límite
24 Thelox	3	10	2012	35.000 <sup>(2)</sup> (para 50 m <sup>2</sup> )	Mínima: 30 - Recomendable: 50	5.000
27 Banhof Leather Factory	2	5	1994	30.000 <sup>(1)</sup> + obra civil (para 70 m <sup>2</sup> )	Mínima: 70 - Recomendable: 70/120	20.000

<b>M O D A M A S C U L I N A</b>						
1 Celio	51	5	2004	147.000 (mercancía en depósito) (para 120 m <sup>2</sup> )	Mínima: 120 - Recomendable: 160/200	100.000
2 Titto Bluni	47 (+ 43 rincones)	4	1994	45.000 <sup>(1)</sup> + obra civil + IVA (para 80 m <sup>2</sup> )	Mínima: 70 - Recomendable: 120	20.000
3 Félix Ramiro	5	3	2011	115.000 <sup>(1)</sup> (para 80 m <sup>2</sup> )	Mínima: 80 - Recomendable: 120	30.000
4 Men Ceremonia y Moda Hombre	1	10		100.000 <sup>(2)</sup> (para 100 m <sup>2</sup> )	Mínima: 100	30.000

<b>M O D A N U P C I A L</b>						
1 Pronovias	115	10	1968	180.000 <sup>(1)</sup> (para 150 m <sup>2</sup> )	Mínima: 70 - Recomendable: 150	50.000
2 Rosa Clará	58	9	1994	250.000 <sup>(1)</sup> (para 150 m <sup>2</sup> )	Mínima: 150 - Recomendable: 150/200	100.000
3 Aire/AireBarcelona	27	12	2003	117.000/142.000 <sup>(1)</sup> (para 130 m <sup>2</sup> )	Mínima: 100 - Recomendable: 150	70.000
4 Protocolo	14 (+ 5 rincones)	2	1995	95.000 <sup>(2)</sup> (para 70 m <sup>2</sup> )	Mínima: 65 - Recomendable: 100	No facilitada
5 Jesús Peiró	7	2/3	1996	100.000 <sup>(2)</sup> + obra civil (para 100 m <sup>2</sup> )	Mínima: 100 - Recomendable: 150	100.000

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

## “En este negocio, la atención al cliente es tan importante como el producto”

—¿Por qué puede ser un buen negocio montar una tienda Félix Ramiro?

—Tenemos la mejor colección de ejecutivo y de ceremonia que hay en el mercado, y le propongo



a cualquier emprendedor que lo compruebe. Además, nuestra marca está muy bien posicionada: aparecemos diariamente en programas de televisión con nuestros productos y vestimos en bodas de máxima expectación, como acaba de ocurrir con la de Julio Iglesias júnior. La franquiciada que tenemos nos llamó entusiasmada porque había recibido clientes atraídos por las noticias que ligaban a nuestra firma con este enlace. Es decir, que, aun siendo pequeños, conseguimos una gran repercusión en los medios porque el diseñador, Félix Ramiro, siempre se ha sabido promocionar y relacionarse con esta clase de gente.

—¿Cómo se ha desarrollado la marca hasta ahora?

—Mi padre abrió en 1988 una tienda en la que vendía el producto que hacía en la fábrica, y con el paso del tiempo hemos ido ampliando colecciones hasta que en 2011 consideramos que teníamos una estructura sólida y estábamos preparados para franquiciar. El momento es crítico, pero no queremos una expansión muy rápida. Estoy convencido de que el éxito de la marca será consolidar cada punto de venta; no tanto crecer en número como en la calidad de los locales y los franquiciados.

—¿Cuáles son sus previsiones de

expansión?

—De momento tenemos 4 tiendas propias y 1 franquicia, y en diciembre abriremos 2 *corners*, en Alcorcón y en Madrid capital. Con este formato buscamos puntos

de venta multimarca que se dediquen básicamente a bodas y que quieran implantar un espacio de Félix Ramiro.

—¿El franquiciado de la tienda exclusiva tiene que trabajar en el comercio?

—Aunque lo ideal es que sea uno de los pilares del punto de venta, no es necesario que trabaje en él. Por eso consideramos fundamental la formación. Nosotros seleccionamos y formamos a su plantilla durante 45 días. En este tipo de negocio, la atención y el servicio al cliente es tan importante como el producto.

—¿No se han planteado dejar el género en depósito?

—Lo analizamos, pero es complicado. Por otra parte, conozco a gente del sector que se queja de que así el compromiso del asociado es menor. De todos modos, recogemos el producto sobrante de cada temporada cuando finaliza, lo que supone del orden del 20% de las existencias.

—¿Han pensado en salir al extranjero?

—Estuvimos a finales de octubre en la feria Las Mil y Una Bodas, en Madrid, y recibimos muchas solicitudes de franquicia para España y el extranjero. Estamos estudiándolas, pero veo más factible crecer fuera que aquí.

A.S.



ve, IVA aparte, entre 3.000 euros (Thelox) y 18.000 (Hierro y Albero). 13 firmas no cobran nada por este concepto.

Una vez que el negocio está en marcha, hay que pagar un canon de mantenimiento en 17 enseññas, que cobran una cantidad variable (entre el 1 y el 8% de las ventas o el 2,5% de las compras) o fija (entre 300 y 375 euros mensuales, 1.000 euros al trimestre o 1.500 euros al año). En el canon de publicidad, que ingresan 15 centrales, predomina la aplicación de una cuota variable (entre el 1 y el 5% de la facturación o el 5% de las compras) sobre la fija (270 euros trimestrales).

22 de las 36 enseññas analizadas en este informe figuran en el Registro de Franquiciadores ([www.mcx.es/Franquicias/principal.asp](http://www.mcx.es/Franquicias/principal.asp)).

### BANHOF LEATHER FACTORY

Banhof Leather Factory se ha especializado en la comercialización de moda en piel. El franquiciador destaca que la central “está vinculada a un grupo empresarial internacional que diseña, produce, exporta, importa y distribuye al por mayor y al detalle sus propias prendas de piel”.

■ **Trayectoria.** Banhof Leather Factory tiene en Cataluña un punto de venta de gestión directa y otro asociado abiertos, respectivamente, en 1993 y 1994. La enseñña, con sede en Barcelona, ha decidido reactivar su desarrollo en franquicia con el objetivo de sumar 5 locales en el plazo de un año.

■ **Perfil del asociado.** Persona con dotes comerciales y con interés y gusto por la moda.

■ **Ubicación.** Banhof Leather Factory puede ser viable en calles céntricas y de paso, y se tiene que instalar en locales con escaparate y una superficie desde 70 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** El de-



**Banhof Leather Factory.** La enseñña ha reactivado la franquicia de su concepto de moda en piel.

sembolso aproximado que precisa un comercio de 70 metros sin el coste de la reforma es de 30.000 euros, cifra que incluye un derecho de entrada de 5.000 euros más IVA (3.000 más IVA si se trata de un rincón).

“La obra civil puede variar mucho en función de si el local está en bruto o de si anteriormente existía un comercio, y se necesita poco mobiliario aparte de las barras para sujetar la mercancía”, matiza Carlos Álvarez, director co-

**“Siempre es recomendable, por prudencia, tener 2 o 3 meses de pagos asegurados”**

mercial de Banhof Leather Factory. “El pago de las existencias iniciales se garantiza con unos 25.000 euros, ya sea mediante aval o depósito. Respecto al fondo de maniobra, siempre es recomendable, solo por prudencia, tener entre 2 y 3 meses de pagos asegurados, lo que incluye el alquiler y la nómina del autoempleado”.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 5 años. ➔

## CELIO

Celio es una cadena de moda masculina que, según, resalta Jorge González, coordinador de Afiliados España, “se distingue por su buena relación calidad-precio”. Junto a una “amplia colección de prendas *urban* y *relax* de tendencia moderna pero fáciles de llevar”, las tiendas cuentan con una línea de ropa más sofisticada y con accesorios como cinturones, bolsos y joyas.

**Trayectoria.** Fundada en Francia por los hermanos Marc y Laurent Grosman, Celio abrió la primera tienda propia en 1985 en la parisina calle de Saint Lazare. El estreno español se dio en 1992 con un establecimiento de gestión directa, cuyo concepto de negocio se reprodujo en franquicias a partir de 2004.

La enseña, con sede en Barcelona, lidera actualmente el sector de moda masculina con 51



**Celio.** El presupuesto aproximado para instalar un punto de venta de 120 m<sup>2</sup> asciende a 147.000 euros.

unidades (9 asociadas) en Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, País Vasco, Castilla y León, Navarra, Asturias y Murcia. Fuera de nuestras fronteras cuenta con más de un millar de locales distribuidos por 70 países.

**Zonas preferentes.** Andalucía, Cataluña, Levante, Galicia, Castilla y León y Madrid.

**Perfil del asociado.** Emprene-

## Tendencias

### En busca del género más barato

Adrià López, responsable de Marketing y Expansión de Dinocco (moda para hombre, moda para mujer)

“Estamos en una época difícil. Aunque la ropa sea algo indispensable para todo el mundo, cada vez se nota más cómo los clientes van a buscar género más barato: miran, comparan y luego compran.

Hemos notado que las personas esperan las ofertas y las rebajas para adquirir prendas”.



### El conductor urbanita ‘fashion’

Juan Antonio Tasso, director de Expansión de Fashion Biker (moda y complementos para usuarios de moto urbana)

“La actual situación de mercado nos ha obligado a buscar soluciones. Muchos se han visto forzados al ajuste, obligados por un crecimiento desmesurado. Nosotros creemos firmemente haber encontrado ese equilibrio y las herramientas necesarias junto a la colaboración con marcas del sector.

**“Muchos se han visto forzados al ajuste, obligados por un crecimiento desmesurado”**

Sigue en la página 36 •••

## 21 RACING TEAM

21 RACING TEAM

Central	Lapegal, S.L.
Actividad	Establecimientos de venta de <i>merchandising</i> y ropa de competición. Fórmula 1 y motociclismo
Contacto	M. A. Félix
Dirección	C/ Modesto la Fuente, 7
Código Postal - Localidad	24004 León
Teléfono	634 452 523 / 902 888 177
Fax	
Internet	<a href="http://www.racing21.es">www.racing21.es</a>
Correo	<a href="mailto:info@racing21.es">info@racing21.es</a>
Primer franquiciado en España	2009
Unidades en España	9
asociadas	8
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	69.500 euros <no desglosada>
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1.500 euros al año
Canon de publicidad	3% sobre ventas
Superficie	Mínima: 70 m <sup>2</sup>
Población mínima	30.000 habitantes

## AIRE/AIREBARCELONA

aire  
COLLECTION

Central	Novieuro, S.L.
Actividad	Textil novias
Contacto	David Braina Bou
Dirección	C/ Narcís Monturiol, 130
Código Postal - Localidad	08902 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 419 04 04 / 902 202 702
Fax	93 439 21 11
Internet	<a href="http://www.airecollection.es">www.airecollection.es</a>
Correo	<a href="mailto:atencioncliente@airebarcelona.es">atencioncliente@airebarcelona.es</a>
Primer franquiciado en España	2003
Unidades en España	27
asociadas	25
Aperturas previstas en un año	12
Unidades en el extranjero	11
Inversión aproximada	117.000/142.000 euros (para 130 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	5% sobre compras
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup> - Recomendable: 150 m <sup>2</sup> (a pie de calle, fachada de 5 m)
Población mínima	70.000 habitantes

## AMBAR I LOVE 19,95 FRANQUICIAS

I ♥  
19,95

AMBAR franquicia

Central	Ambar Franquicias, S.L.U.
Actividad	Venta al mayor y menor de ropa y complementos. Asesoría e implantación de marca
Contacto	Julia Santos
Dirección	C/ Balmes, 108
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	661 15 15 74
Fax	
Internet	<a href="http://www.ambarbarcelona.com">www.ambarbarcelona.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@ambarbarcelona.com">info@ambarbarcelona.com</a> - <a href="mailto:ambarshowroom@gmail.com">ambarshowroom@gmail.com</a>
Primer franquiciado en España	2009
Unidades en España	9 (+ 1 rincón)
asociadas	7 (+ 1)
Aperturas previstas en un año	4 (Mataró, Murcia, Marbella, Ibiza)
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	35.000 euros + obra civil (para 60 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	300 euros sin IVA al mes
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 60 m <sup>2</sup> - Recomendable: 60 m <sup>2</sup>
Población mínima	25.000 habitantes

## AMICHI



Central	Disedis, S.L.
Actividad	Moda de elevada calidad y diseño exclusivo para mujer y hombre
Contacto	Guillermo de Oya Jiménez
Dirección	P.E. Európolis. C/ París, 2. Ctra. Las Rozas-El Escorial, km. 2
Código Postal - Localidad	28232 Las Rozas (Madrid)
Teléfono	91 636 31 80
Fax	91 636 31 84
Internet	<a href="http://www.amichi.es">www.amichi.es</a>
Correo	<a href="mailto:gdeoya@amichi.es">gdeoya@amichi.es</a> - <a href="mailto:ventas@amichi.es">ventas@amichi.es</a>
Primer franquiciado en España	1985
Unidades en España	116
asociadas	30
Aperturas previstas en un año	5 (propias)
Unidades en el extranjero	1
Inversión aproximada	250/700 euros por m <sup>2</sup> <no desglosada>
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	1.000 euros al semestre
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup> - Recomendable: 200 m <sup>2</sup> (fachada de 8 m)
Población mínima	30.000 habitantes

dor con capacidad financiera y conocimientos de gestión comercial. La central señala que no es necesaria experiencia en el sector textil.

■ **Ubicación.** Las calles céntricas y los centros comerciales son los emplazamientos idóneos para instalar las

tendas Celio, que precisan al menos 120 metros cuadrados y una fachada de 6 metros.

■ **Desglose de la inversión.** El presupuesto aproximado previsto para instalar un Celio de 120 metros cuadrados asciende a 147.000 euros.

Jorge González explica que el monto se reparte entre el dere-



**Credo.** Para conseguir una licencia de la firma balear hay que estar dispuesto a involucrarse en el negocio.

de moda para hombre y mujer. “Cada año se incorporan nuevos productos, y ya tenemos más de 20 tipos”, señala Fernando Moll, responsable de Administración.

■ **Trayectoria.** A finales de 2004 se abrió la primera tienda Credo en Palma de Mallorca, donde radica la sede de la enseña. La adopción del sistema de franquicia se

### La enseña francesa lidera el sector de moda masculina en España con 51 tiendas

cho de entrada (8.000 euros más IVA), la imagen corporativa (5.000 euros), equipo antihurto (8.000), display (5.500), economato (2.900), mobiliario (45.000) y obras (72.000 euros).

El género se entrega en depósito a cambio de un aval bancario de 60.000 euros.

■ **Plantilla.** Una tienda de tamaño medio necesita 2 personas a tiempo completo y otras 2 a tiempo parcial.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

### “Cada año se incorporan nuevos productos a la red, y ya tenemos más de 20 tipos”

produjo en 2011, y a día de hoy la marca balear abanderó 2 centros propios y 2 asociados entre Palma de Mallorca, Madrid, Zaragoza y Valencia. Además, desde 2010 cuenta con un punto de venta en Toronto (Canadá).

La central también distribuye sus artículos a 20 comercios multimarca.

■ **Perfil del asociado.** Persona con ganas de trabajar, con experiencia en el sector y que esté dispuesta a involucrarse en el negocio.

■ **Ubicación.** El punto de venta se instala en un local céntrico, con paso de gente y con una superficie a partir de 40 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** La central calcula que se puede montar una tienda Credo de 50 metros

## CREDO

Credo comenzó la actividad como una marca exclusivamente de camisas, pero con el tiempo se ha transformado en una firma

## Moda genérica, masculina y nupcial

➔ con un presupuesto del orden de 70.000 euros más obra civil. Fernando Moll desglosa esta cifra entre el derecho de entrada (10.000 euros más IVA), mobiliario (de 20.000 a 30.000 euros, según la superficie), existencias iniciales (también de 20.000 a 30.000) y equipos informáticos y rótulos (3.000). “El coste de las reformas depende del estado del local, y puede que sea cero”, afirma el responsable de Administración de Credo.

Se aconseja contar con un fondo de maniobra adicional de entre 20.000 y 25.000 euros. Asimismo, el franquiciado tiene que aportar un aval bancario de 25.000 euros.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

## FASHION BIKER

Los usuarios de moto urbana constituyen el público objetivo

de Fashion Biker, que distribuye ropa y complementos para quienes “deseen aunar funcionalidad, calidad y moda”. La enseña también comercializa accesorios para las dos ruedas, como cascos, y motos eléctricas.

**“Ahora es fácil estudiar nuevas soluciones a la crisis de autofinanciación del franquiciado”**

■ **Traectoria.** Con sede en Barcelona, Fashion Biker comenzó a operar en 2007 con una tienda en la ciudad condal. En 2010 puso en marcha el proyecto de franquicia con la apertura de un punto de venta asociado en Ceuta, al que posteriormente se han unido otros 2 en Las Palmas y Madrid.

## Tendencias

... Viene de la página 34

Muchos pensarán que un casco siempre será una necesidad de segundo orden, pero es una necesidad al fin y al cabo, ya que la ley obliga a tener uno. Eso nos ha marcado una pauta a seguir, puesto que las matriculaciones del sector de la moto han bajado considerablemente, pero en los vehículos de menor cilindrada (125 cc) han subido, y mucho. En ese flanco es en el que nos movemos cómodamente, el del conductor urbanita *fashion*”.

## El multimarca pierde cuota

José Basi Borrell, director del Departamento de Franquicias de Lacoste (textil y confección)

“El mercado está cada vez más globalizado, de modo que el peso del turismo aumenta en las zonas urbanas. Al mismo tiempo, el comercio detallista multimarca pierde cuota de mercado en favor de las grandes superficies”.

## Un consumo muy fidelizado

Jorge González, coordinador de Afiliados España de Celio (moda y accesorios para hombre)

“No hay variaciones en los dos últimos años, pues el consumo en el sector está muy fidelizado. Los compradores buscan moda a precios competitivos, pero que ofrezca un buen nivel de calidad, y las marcas ya están

Sigue en la página 38 ...

## BANHOF LEATHER FACTORY



Central	Multiservice Banhoff, S.L.
Actividad	Prendas de piel directas al cliente, con la mayor calidad y al mejor precio
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Àvila, 105
Código Postal - Localidad	08018 Barcelona
Teléfono	93 485 56 90
Fax	93 485 53 03
Internet	<a href="http://www.banhof.org">www.banhof.org</a>
Correo	<a href="mailto:info@banhof.org">info@banhof.org</a> - <a href="mailto:info@olf.es">info@olf.es</a>
Primer franquiciado en España	1994
Unidades en España	2
asociadas	1
Aperturas previstas en un año	5
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (para 70 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	5.000 euros + IVA (3.000 + IVA para rincón)
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 70 m <sup>2</sup> - Recomendable: 70/120 m <sup>2</sup> (a pie de calle, imprescindible escaparate)
Población mínima	20.000 habitantes

## CALDERÓN SPORT



Central	Calderón Franquicias, S.L.
Actividad	Venta de moda y artículos deportivos
Contacto	Juan Carlos González
Dirección	Avda. Fuentemar, 27
Código Postal - Localidad	28820 Coslada (Madrid)
Teléfono	91 669 95 30
Fax	91 669 61 54
Internet	<a href="http://www.calderonsport.com">www.calderonsport.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@calderonsport.com">franquicias@calderonsport.com</a> - <a href="mailto:comercial@calderonsport.com">comercial@calderonsport.com</a>
Primer franquiciado en España	1999
Unidades en España	29
asociadas	10
Aperturas previstas en un año	2 (1 franquicia)
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	180.000 euros + IVA (para 125 m <sup>2</sup> )
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA (6.000 euros a la firma del contrato)
Canon de mantenimiento	No facilitado (fijo mensual, renovable anualmente)
Canon de publicidad	1% sobre ventas netas
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> - Recomendable: 100 m <sup>2</sup>
Población mínima	20.000 habitantes

**CÁLLATE LA BOCA**

Central	Callate Niño, S.L.
Actividad	Textil y accesorios
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Barrio de Ventas, 36, pabellón 2
Código Postal - Localidad	20305 Irún (Guipúzcoa)
Teléfono	943 21 50 19
Fax	943 21 49 87
Internet	<a href="http://www.callatelaboca.com">www.callatelaboca.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@callatelaboca.com">franquicias@callatelaboca.com</a>
Primer franquiciado en España	2007
Unidades en España	11
asociadas	7
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	100.000 euros + obra civil <no desglosada>
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	2% sobre ventas al año (publicidad corporativa) + 1% (local)
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> (+ 10 de almacén) - Recomendable: 50 m <sup>2</sup> (+ 10 de almacén)/80 m <sup>2</sup> (+ 15 de almacén) (con buen escaparate)
Población mínima	100.000 habitantes

**CARAMELO**

Central	Caramelo, S.A.
Actividad	Textil
Contacto	Belén Rey
Dirección	P.I. La Grela Bens. C/ Gambrinus, 103
Código Postal - Localidad	15008 A Coruña
Teléfono	981 14 60 00
Fax	981 27 59 82
Internet	<a href="http://www.caramelo.com">www.caramelo.com</a>
Correo	<a href="mailto:marketingycomunicacion@caramelo.com">marketingycomunicacion@caramelo.com</a>
Primer franquiciado en España	1998
Unidades en España	50 (+ 105 ríncones)
asociadas	24
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	1.500 euros por m <sup>2</sup> <no desglosada>
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup>
Población mínima	80.000 habitantes



**Fashion Biker.** La cadena comercializa ropa, complementos y accesorios para usuarios de moto urbana.

■ **Zonas preferentes.** Cataluña, Levante y zonas del centro y norte peninsular.

■ **Perfil del asociado.** Persona identificada con el producto que comercializa Fashion Biker y que busca un autoempleo.

■ **Ubicación.** La enseña se instala en un local de al menos 40 metros cuadrados situado en una zona de tránsito rodado o peatonal.

■ **Desglose de la inversión.** La central calcula que el coste aproximado de un punto de venta de 70 metros cuadrados es de 28.000 euros más obra civil, incluidos 6.000 euros más IVA del derecho de entrada, y aconseja contar con un fondo de maniobra de otros 10.000 euros. El franquiciado también debe presentar un aval bancario de 3.000 euros.

“Ahora es fácil estudiar nuevas soluciones a la crisis de autofinanciación del franquiciado”, afirma Juan Antonio Tasso, director de Expansión de Fashion Biker. “Podemos ajustarnos a presupuestos más bajos y que no entorpezcan el crecimiento de nuestra imagen. Por ejemplo, es posible abrir un establecimiento desde 40 metros cuadrados, y entonces todos los gastos disminuyen considerablemente”.

“Los alquileres se han reducido, los costes industriales se han ajustado, y hasta el mobiliario se encuentra a mejor precio. Hemos abierto tiendas con presupuestos de poco más de 20.000 euros. Incluso ahora se estudia la posibilidad de la financiación desde la propia central de franquicia para

el material inicial”.

Tasso advierte, sin embargo, de que “no se debe perder el norte”. “Sabemos que siempre cuesta empezar, y más en estos tiempos en los que el mercado en todos los sectores está complicado.

Por tanto, es recomendable tener un ‘cojín personal’ para

el primer año de arranque, a fin de poder ir a trabajar sin agobios para el final de mes”.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

**HELLO PRETTY**

Hello Pretty comercializa moda femenina y masculina, y calzado, lencería y complementos para mujer. “Ofrecemos diseño y calidad a un precio accesible”, indica Paola López García, responsable del Departamento de Ventas para Europa. “Intentamos diferenciar a cada mujer proporcionándole máxima tendencia con un trato personalizado”.

■ **Trayectoria.** Con sede en Madrid, la central de Hello Pretty se fundó en 2009. La enseña se expande desde 2011, y ahora cuen-



**Hello Pretty.** La central recomienda montar las tiendas en primeras líneas con paso constante de gente.

→ ta con una red de 5 establecimientos franquiciados situados en Aragón, Valencia, Baleares, País Vasco y Galicia.

■ **Perfil del asociado.** Emprendedor al que le guste la moda y con mucha visión comercial.

**“El mobiliario interior, que está valorado en 12.800 euros, lo asume la central de franquicia”**

■ **Ubicación.** Hello Pretty monta las tiendas en locales bien situados desde 50 metros cuadrados. La central recomienda primeras líneas comerciales con paso constante de gente.

■ **Desglose de la inversión.** Un punto de venta de 50 metros requiere un desembolso de alrede-

dor de 20.000 euros, obra civil aparte. El derecho de entrada es de 5.000 euros más IVA, y el pedido inicial de mercancía supone cerca de 10.000 euros.

“La obra civil depende del estado del local; lo imprescindible para un negocio textil son 2 probadores, almacén y puertas abiertas al público”, dice López García. “El mobiliario interior, valorado en 12.800 euros para una tienda de 50 metros cuadrados, lo asume la central de Hello Pretty, que también corre con los portes, el diseño del local y los desplazamientos de personal para la colocación del producto”.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## HIERRO Y ALBERO

Hierro y Albero diseña y comercializa moda bajo una filosofía de exclusividad. Un logotipo que

## Tendencias

... Viene de la página 36

posicionadas. Un ejemplo de ello es nuestra cadena, con más de 1.000 tiendas de moda masculina en el mundo”.

### Mucha atención a los costes

Fernando Moll, responsable de Administración de Credo (prendas de vestir, calzado)

“El sector de la moda en España está sufriendo las consecuencias de la crisis igual que el resto. Por tanto, hay que tener claros todos los costes, tanto los de las personas que quieren invertir como los que nos afectan a nosotros como central de franquicia”.

### Menos crisis en el perfil medio-alto

Óscar Garriga, director de Ventas para España y Extranjero de Jesús Peiró (diseño y confección de trajes de novia)

“Debido a la situación de incertidumbre económica y a la dificultad de obtener créditos por parte de los bancos, es de esperar una ralentización en la apertura de negocios afines al mundo nupcial.

En cuanto al mercado de las novias, aquellas firmas dirigidas a un perfil de novia

**“Es de esperar una ralentización en la apertura de negocios afines al mundo nupcial”**

Sigue en la página 40 ...

CELIO	
Central	Celio España Moda, S.A.
Actividad	Moda y accesorios para hombre
Contacto	Anabel Riveras/Jorge Gonzales
Dirección	C/ Pelayo, 48, 4º 2º
Código Postal - Localidad	08001 Barcelona
Teléfono	902 16 15 11 / 607 89 54 46
Fax	93 215 00 03
Internet	<a href="http://www.celio.com">www.celio.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@amatteafanchising.com">info@amatteafanchising.com</a> - <a href="mailto:gonzales@celio.com">gonzales@celio.com</a>
Primer franquiciado en España	2004
Unidades en España	51
asociadas	9
Aperturas previstas en un año	5 franquicias
Unidades en el extranjero	1.000
Inversión aproximada	147.000 euros (mercancía en depósito) (para 120 m²)
Derecho de entrada	8.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 120 m² - Recomendable: 160/200 m² (venta + almacén) (fachada mínima de 6-7 m)
Población mínima	Zona de influencia de 100.000 habitantes

CREDO	
Central	Botiga New Classic 1913, S.L.
Actividad	Venta de prendas de vestir, calzado
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Filipinas, 2, bajo
Código Postal - Localidad	07014 Palma de Mallorca
Teléfono	679 38 07 12
Fax	971 75 79 99
Internet	<a href="http://www.credomoda.com">www.credomoda.com</a>
Correo	<a href="mailto:contabilidad@credomoda.com">contabilidad@credomoda.com</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	4 (+ 20 multimarca)
asociadas	2 (+ 20)
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	1
Inversión aproximada	70.000 euros + obra civil (para 50 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	8% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 40 m² - Recomendable: 40/70 m²
Población mínima	No facilitada

**CHIEFS**

Central	Chiefs, S.L.U.
Actividad	Moda y complementos para hombre y mujer
Contacto	Álvaro Navarro de Andrés
Dirección	Estación Atocha-AVE, local 9. C/ Méndez Álvaro, 1
Código Postal - Localidad	28045 Madrid
Teléfono	91 528 45 56 / 91 468 41 74
Fax	
Internet	<a href="http://www.4chiefs.es">www.4chiefs.es</a>
Correo	<a href="mailto:contacto@4chiefs.es">contacto@4chiefs.es</a>
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	3
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	43.000 euros + obra civil + IVA (para 50 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	10.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> - Recomendable: 90 m <sup>2</sup>
Población mínima	No facilitada

**DINOCCO**

Central	Dinocco Textil y Complementos, S.L.
Actividad	Moda, moda para hombre, moda para mujer
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Passeig Prim, 32, 5 <sup>º</sup>
Código Postal - Localidad	43202 Reus (Tarragona)
Teléfono	977 276 933
Fax	977 276 622
Internet	<a href="http://www.dinocco.es">www.dinocco.es</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@dinocco.es">expansion@dinocco.es</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	3
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	30.000 euros (100 m <sup>2</sup> tienda + 40 m <sup>2</sup> almacén) <no desglosada>
Derecho de entrada	9.500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> - Recomendable: 100 m <sup>2</sup> (almacén + tienda)
Población mínima	Sin límite

simboliza un hierro ganadero sobre los colores albero y grana ilustra la inspiración de la marca, “que representa la tradición equina y ganadera de nuestra cultura”, subraya el franquiciador.

■ **Trayectoria.** El estreno de la firma madrileña se produjo en 2004 con la

apertura de una tienda propia, a la que se sumó la primera franquicia un año después. En la actualidad, la cadena aglutina 8 establecimientos (4 asociados) que se reparten entre Madrid, Castilla y León, Aragón y Extremadura.

La gerencia de la enseña ha variado en el último año, lo que ha supuesto cambios en el pro-

### “En el próximo año 2013 introduciremos la distribución a tiendas multimarca”

yecto de expansión y en la distribución del producto. “Estimamos la apertura de 10 a 12 locales en los próximos dos o tres años”, dice Celeste Parsza, encargada de Administración de Hierro y Albero. “Para la temporada de primavera-verano del próximo año 2013 introduciremos el servicio a tiendas multimarca”.

■ **Perfil del asociado.** Emprendedor en busca de autoempleo. La central remarca que el candidato no necesita acreditar experiencia.

■ **Ubicación.** Un establecimiento Hierro y Albero se instala en primera línea comercial. El local debe ocupar como mínimo 50 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Sin contabilizar la mercancía, el importe aproximado para abrir un punto de venta oscila entre



**Hierro y Albero.** El negocio está previsto para el autoempleo del asociado, que no necesita experiencia.

35.000 y 38.000 euros. El derecho de entrada supone 18.000 euros más IVA, y, según explica Celeste Parsza, hay que destinar entre 12.000 y 15.000 euros para la adecuación. “Hemos creado un departamento de asesoramiento de ubicación y de seguimiento de obra, y, si lo desea el cliente, se le puede entregar la tienda llave en mano. El resto del monto está pensado para otras partidas habituales en un comercio de ropa, como perchas, maniqués o TPV”.

“Otra novedad”, añade la encargada de Administración de Hierro y Albero, “es la exigencia de un aval bancario por dos años completos a partir de la firma del contrato. Una vez cumplido este periodo se le devolverá al franquiciado. El importe de esta garantía estará en torno a 1.200 o 2.000 euros anuales, en función de la negociación que cada franquiciado tenga con sus bancos”.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

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

## JESÚS PEIRÓ

Jesús Peiró diseña y fabrica vestidos de novia y complementos en los que, según destaca la central, prima la alta calidad de los acabados, cercana a la alta costura. Las colecciones, dirigidas a una clientela de nivel medio-alto pero a precios ajustados, se presentan dos veces al año y constan de unos 90 modelos en estilos varia-



**Jesús Peiró.** Galicia, País Vasco, Cantabria y Castilla y León son las zonas prioritarias de la firma catalana.

medida. La primera tienda exclusiva de la cadena abrió sus puertas en 1993 y tres años más tarde se inauguraba la primera franquicia. La enseña, sita en la ciudad barcelonesa de Viladecans, dispone en estos momentos de 7 establecimientos (6 asociados) en las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Zaragoza, Jaén y Sevilla.

**“Todos nuestros trajes de novia se diseñan y fabrican íntegramente en España”**

Los trajes de Jesús Peiró también pueden encontrarse en tiendas multimarca españolas y de otros 20 países.

**■ Zonas preferentes.** Galicia, País

dos. Todos los trajes de la firma se producen íntegramente en España.

**■ Trayectoria.** La marca Jesús Peiró se creó en 1985 a partir de un pequeño taller dedicado a la confección de vestidos de novia a

## Tendencias

... Viene de la página 38

medio-alto notarán en menor cuantía los efectos de la crisis. No obstante, en nuestra cadena no se han detectado variaciones significativas respecto al año anterior en cuanto al volumen de ventas”.

### Renovación constante de existencias

Paola López García, responsable del Departamento de Ventas para Europa de Hello Pretty (moda, calzado, lencería y complementos para mujer, y moda para hombre)

“El sector de la moda tiene un ritmo frenético, con cambios constantes; por tanto, apostamos por la renovación continua de existencias como uno de nuestros puntos fuertes. No se vende lo mismo en todas partes. Por ello, y abogando por un trato personalizado al cliente, desde la central también ofrecemos un trato personalizado al franquiciado, especialmente a la hora de realizar sus pedidos, que dependen siempre de sus ventas. Tampoco nos olvidamos del tallaje, por ello intentamos surtir las tiendas con modelos de varios cortes, para que cada mujer encuentre lo que necesita sin renunciar a la tendencia.

**“Si se tiene un buen local, un buen producto y un buen vendedor, incluso ahora se sale adelante”**

Sigue en la página 42 ••

## FASHION BIKER



Central	Fashion Biker, S.L.
Actividad	Moda y complementos para usuarios de moto urbana
Contacto	Juan Antonio Tasso
Dirección	C/ Gran Vía, 437
Código Postal - Localidad	08015 Barcelona
Teléfono	93 423 21 94
Fax	
Internet	<a href="http://www.fashionbiker.info">www.fashionbiker.info</a>
Correo	<a href="mailto:info@fashionbiker.info">info@fashionbiker.info</a>
Primer franquiciado en España	2010
Unidades en España	4
asociadas	3
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	28.000 euros (50% financiable) + obra civil (para 70 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA (financiable)
Canon de mantenimiento	2% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 40 m <sup>2</sup>
Población mínima	No facilitada (en función del número de matrículas)

## FÉLIX RAMIRO



Central	Último Tren, S.L.
Actividad	Moda masculina casual y nupcial
Contacto	Miguel Ángel Ramiro
Dirección	C/ Colombia, 14 bis
Código Postal - Localidad	45004 Toledo
Teléfono	902 10 81 74
Fax	925 28 12 01
Internet	<a href="http://www.felixramiro.es">www.felixramiro.es</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@felixramiro.es">franquicias@felixramiro.es</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	5
asociadas	1
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	115.000 euros (para 80 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	9.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	3% sobre ventas al mes
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> - Recomendable: 120 m <sup>2</sup>
Población mínima	30.000 habitantes

GOLDENPOINT		goldenpoint
Central	Nuova Omsa España, S.A.	
Actividad	Lencería	
Contacto	Eva Tobías	
Dirección	C/ Josep Pla, 90-92	
Código Postal - Localidad	08019 Barcelona	
Teléfono	93 303 77 80	
Fax	93 303 78 01	
Internet	<a href="http://www.goldenpointonline.com">www.goldenpointonline.com</a>	
Correo	<a href="mailto:franquicias@goldenpointonline.es">franquicias@goldenpointonline.es</a>	
Primer franquiciado en España	2009	
Unidades en España	50	
asociadas	4	
Aperturas previstas en un año	10/12	
Unidades en el extranjero	800	
Inversión aproximada	65.000 euros + obra civil (para 80 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>	
Derecho de entrada	0	
Canon de mantenimiento	0	
Canon de publicidad	0	
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> - Recomendable: 90 m <sup>2</sup> (diáfano, con fachada de 4 m)	
Población mínima	30.000 habitantes	

GOLO/GOLO		Golo / Golo
Central	Dhal Maxminor, S.L.	
Actividad	Venta de prendas de vestir para hombre y mujer	
Contacto	Sergio Díaz	
Dirección	C/ Sant Josep, 8-10	
Código Postal - Localidad	08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)	
Teléfono	629 93 47 64	
Fax	93 473 10 72	
Internet	<a href="http://www.gologolo.es">www.gologolo.es</a>	
Correo	<a href="mailto:golo@gologolo.es">golo@gologolo.es</a> - <a href="mailto:info.franquicias@gologolo.es">info.franquicias@gologolo.es</a>	
Primer franquiciado en España	1997	
Unidades en España	18	
asociadas	12	
Aperturas previstas en un año	4	
Unidades en el extranjero		
Inversión aproximada	30.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 85 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>	
Derecho de entrada	0	
Canon de mantenimiento	0	
Canon de publicidad	No facilitado	
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> - Recomendable: 120 m <sup>2</sup>	
Población mínima	20.000 habitantes	

Vasco, Cantabria y Castilla y León.

■ **Perfil del asociado.** No es imprescindible que el franquiciado sea un “experto” en moda nupcial, pero sí es necesario tener el buen gusto y la sensibilidad necesarios para saber transmitir seguridad a clientes y personal a su cargo. También se considera esencial estar dispuesto a adaptarse a las normas internas de la cadena.

■ **Ubicación.** El local, con una superficie desde 100 metros cuadrados en una o dos plantas y con un escaparate de 4 metros, debe estar situado en una zona de novias de un centro urbano.

■ **Desglose de la inversión.** Para abrir una tienda Jesús Peiró de 100 metros hay que aportar alrededor de 100.000 euros más el coste de la obra civil.

Óscar Garriga, director de Ventas para España y Extranjero de Jesús Peiró, explica que el proyecto de decoración del local supone unos 50.000 euros, y las existencias iniciales, 30.000. El franquiciado debe aportar un aval bancario por este montante en concepto de garantía de los vestidos comprados.

■ **Plantilla.** Tres empleados.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## LACOSTE

Lacoste, marca francesa conocida por sus polos, vende al detalle en sus tiendas exclusivas prendas de vestir y complementos –bolsas, calzado, relojes– para el público masculino, femenino e infantil.

■ **Trayectoria.** El tenista vascofrancés René Lacoste creó en 1933 la que se convertiría con el tiempo en una de las enseñas de moda más conocidas del mundo. Lacoste fue pionera en colocar su



**Lacoste.** La marca francesa está presente en 111 países con unos 2.500 locales, de los que 76 están en España.

logotipo, un cocodrilo de color verde, en el exterior de las prendas.

Desde que la firma llegó a España, en 1954, la distribución ha estado en manos de la familia catalana Basi, que concedió la primera franquicia en 1990 y abrió el primer local propio un año después. En los últimos ejercicios la

**En 2012 los establecimientos propios han superado por primera vez a los franquiciados**

central ha incrementado la proporción de puntos de venta de gestión directa, que en este 2012 han superado por primera vez a los franquiciados. Además, ha modificado el régimen de estos últimos, según informa José Basi Borrell, director del Departamento de Franquicias de Lacoste, de manera que “la boutique franquiciada pasa a ser tienda asociada a la cadena”.

En la actualidad, la central de Badalona presta apoyo a 76 establecimientos (37 asociados) y 41 rincones repartidos por todas las comunidades autónomas.

Lacoste también está presente en otros 110 países con unos 2.500 locales.

■ **Perfil del asociado.** Persona joven y dinámica, con ganas de aprender y mínimos conocimientos

→ tos informáticos y de lenguas extranjeras.

■ **Ubicación.** Las tiendas Lacoste se pueden encontrar en centros urbanos, en locales con una superficie mínima de 150 metros cuadrados.

■ **Desglose de la inversión.** Un punto de venta de 150 metros requiere alrededor de 350.000 euros. La central considera imprescindible que, además, el asociado cuente con “un fondo de manobra aceptable”, que cifra en unos 100.000 euros, y exige una fianza de 30.000 euros.

Basi Borrell explica que la obra civil de reforma del local suele rondar los 60.000 euros, mientras que el mobiliario, el pavimento y la iluminación están sobre los 1.200 euros por metro cuadrado, y el pedido inicial de una temporada es del orden de 90.000 euros.

■ **Plantilla.** 3 personas.

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

## LENITA & XTG

Lenita & XTG se dedica a la venta de moda íntima, baño y *sportswear* para hombre (XTG) y mujer (Lenita). El catálogo de productos abarca a un público objetivo de 15 a 45 años.

### La enseña gran-canaria de moda íntima ha abierto 1 establecimiento en Londres y otro en Viena

“Nuestras colecciones se basan en diseños originales, modernos y transgresores temporada tras temporada, manteniendo así nuestra imagen de marca, siempre acorde con las últimas tendencias”, expone Beatriz Díaz Oje-

## Tendencias

... Viene de la página 40

La situación en nuestro país es difícil en todos los sectores, pero si se tiene un buen local, un buen producto y un buen vendedor, incluso ahora se sale adelante. Nosotros siempre hablamos de autoempleo, preferimos ser humildes y no crear falsas expectativas en estos momentos”.

### Especialización y calidad

Beatriz Díaz Ojeda, responsable de Comunicación de Lenita & XTG (moda íntima, baño y *sportswear* para hombre y mujer)

“El mercado está viviendo una situación de crisis generalizada con una alta restricción de la demanda. Esto nos está afectando a todos, porque la caída de las ventas es generalizada. Para poder mantenerse, la clave está en la especialización y la calidad. También se hará necesario ajustar los precios o lanzar nuevas líneas básicas o de bajo coste, como las que ya hemos introducido este año en el mercado, a fin de llegar a todos los consumidores.

Con respecto al año pasado, hay que decir que nuestra empresa ha sido privilegiada en esta crisis, ya que no nos ha afectado hasta el segundo semestre con una bajada del crecimiento sostenido que manteníamos, de modo que cerramos el ejercicio

“Será cada vez más difícil crecer si nos focalizamos en España”

Sigue en la página 44 ••

## HELLO PRETTY



Central	Yamapiri, S.L.
Actividad	Moda, calzado, lencería y complementos para mujer, y moda para hombre
Contacto	Paola López
Dirección	C/ Padre Claret, 17, 1º B
Código Postal - Localidad	28002 Madrid
Teléfono	675 254 641
Fax	
Internet	<a href="http://www.hellopretty.es">www.hellopretty.es</a>
Correo	<a href="mailto:hellopretty7283@yahoo.es">hellopretty7283@yahoo.es</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	5
asociadas	5
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	20.000 euros + obra civil (para 50 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	5.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 50 m² - Recomendable: 50 m²
Población mínima	10.000 habitantes

## HIERRO Y ALBERO



Central	Cuatro Cabos, S.L.
Actividad	Venta y diseño de ropa y complementos
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Padilla, 65
Código Postal - Localidad	28006 Madrid
Teléfono	91 535 79 19
Fax	
Internet	<a href="http://www.hierroyalbero.es">www.hierroyalbero.es</a>
Correo	<a href="mailto:comunicacion@hierroyalbero.es">comunicacion@hierroyalbero.es</a>
Primer franquiciado en España	2005
Unidades en España	8
asociadas	4
Aperturas previstas en un año	4
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	35.000/38.000 euros + mercancía <no desglosada>
Derecho de entrada	18.000 euros + IVA (+ aval bancario por 2 años de una cantidad a definir)
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 50 m² - Recomendable: 60 m²
Población mínima	60.000 habitantes

## JESÚS PEIRO

JESUS PEIRO

Central	Intersposa, S.A.
Actividad	Diseño y confección de trajes de novia
Contacto	Oscar Garriga
Dirección	C/ Noi del Sucre, 61
Código Postal - Localidad	08840 Viladecans (Barcelona)
Teléfono	902 200 490
Fax	93 647 32 27
Internet	<a href="http://www.jesuspeiro.com">www.jesuspeiro.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@jesuspeiro.com">info@jesuspeiro.com</a>
Primer franquiciado en España	1996
Unidades en España	7
asociadas	6
Aperturas previstas en un año	2/3
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	100.000 euros + obra civil (para 100 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup> - Recomendable: 150 m <sup>2</sup> (en una o dos plantas, escaparate de 4 m)
Población mínima	100.000 habitantes

## KIABI

la moda a pequeños precios **KIABI**

Central	Kiabi España Ksce, S.A.
Actividad	Moda <i>low cost</i>
Contacto	Alejandro Gómez Montanari
Dirección	C/ Naranja, esq. C/ Ciruela. C.C. El Carralero II
Código Postal - Localidad	28220 Majadahonda (Madrid)
Teléfono	91 616 96 50
Fax	91 665 76 52
Internet	<a href="http://www.kiabi.es">www.kiabi.es</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@kiabi.com">franquicias@kiabi.com</a>
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	60
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	No facilitado
Unidades en el extranjero	339
Inversión aproximada	450 euros por m <sup>2</sup> (con 90.000 euros de gastos de preapertura) (mercancía en depósito) (para 1.000 m <sup>2</sup> )
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	375 euros al mes (conceptos de informática)
Canon de publicidad	3,5% sobre facturación sin IVA al mes
Superficie	Mínima: 700 m <sup>2</sup> (superficie de venta) - Recomendable: 1.000 m <sup>2</sup> (superficie construida) (altura mínima de 3,7 m)
Población mínima	30.000 habitantes



**Lenita & XTG.** La inversión para montar una tienda oscila entre 1.200 y 1.500 euros por metro cuadrado.

da, responsable de Comunicación.

■ **Trayectoria.** El origen de la enseña, con sede en Las Palmas de Gran Canaria, se remonta a 1985, año en que Lenita Burman empezó a vender los bikinis que diseñaba en las playas de la isla. La firma se extendió poco a poco por establecimientos multimarca y grandes almacenes hasta que la primera tienda Lenita & XTG abrió en 2008 sus puertas en el centro comercial Las Ramblas de la capital grancanaria. La cadena abanderada actualmente 14 puntos de venta, 2 de ellos franquiciados –el primero, abierto en 2009–, y 15 rincones en locales de otras marcas.

Lenita & XTG también cuenta con 1 tienda en Londres y otra en Viena.

■ **Zonas preferentes.** Baleares, Andalucía, Cataluña y Canarias.

■ **Perfil del asociado.** Persona dinámica, con muchas ganas de trabajar y a la que le gusten los retos nuevos.

■ **Ubicación.** Lenita & XTG precisa locales con una superficie de al menos 50 metros cuadrados, con un amplio escaparate y emplazados en primera línea a pie de calle o en un centro comercial

■ **Desglose de la inversión.** El desembolso aproximado para montar un punto de venta oscila entre 1.200 y 1.500 euros por metro cuadrado.

Como ejemplo, la central facilita el presupuesto de la tienda Lenita & XTG del Centro Comercial

## Moda genérica, masculina y nupcial

Atlántico, en Vecindario (Gran Canaria), emplazada en un local de 78,8 metros cuadrados, cuya instalación requirió 90.300 euros. Algunas de las principales partidas fueron electricidad y sonido (12.610 euros); mobiliario (21.065 euros); aire acondicionado (5.939); iluminación (10.362); informática (1.350); maniqués (2.206); etiquetas (3.000 almaras) y torre de detención (6.429 euros); perchas (3.500 unidades) y lacado (2.750 euros); suelo y colocación (6.261), y hierro (3.889). La inversión en género oscila entre 12.000 y 20.000 euros, pero también se ofrece la opción de recibirlo en depósito.

■ **Plantilla.** 2 o 3 personas, incluido el franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## LEVI'S STORE

Los establecimientos Levi's Store venden los famosos pantalones vaqueros de la marca estadounidense, además de otras prendas y complementos. En una tienda Levi's pueden encontrarse unas 300 referencias con una amplia gama de precios. "El mercado del *jean* de más de 45 euros se está reduciendo en los 2 últimos años, pero nosotros seguimos ganando cuota de mercado", señala José Luis Monedero, director de Retail para España y Portugal.



**Levi's Store.** El negocio tiene que ocupar un mínimo de 100 m<sup>2</sup> y tener una fachada de al menos 5 metros.

➔ **Trayectoria.** El inmigrante alemán Levi Strauss y el sastre estadounidense Jacob Davis inventaron el pantalón vaquero en 1873, 20 años después de fundar la marca Levi Strauss & Co en Sacramento (California, Estados Uni-

## El primer comercio monomarca de la cadena vaquera estadounidense se inauguró en Vitoria

dos). Con el tiempo, esta prenda, creada inicialmente para trabajar en el campo, se ha convertido en uno de los principales iconos de la moda.

En 1983 la central estadounidense se estableció en Barcelona y empezó a conceder licencias. De hecho, la primera tienda mo-

nomarca y la primera franquicia Levi's Store en el mundo se abrió en Vitoria, pues hasta ese año la compañía solo distribuía la ropa a través del canal multimarca.

La red nacional está formada en estos momentos por 57 locales (35 asociados) y 150 rincones. En Portugal, que depende de la central española, hay 20 franquicias.

Levi's Store también está presente en otros 40 países, en los que abanderan unas 400 tiendas.

■ **Zonas preferentes.** Andalucía, Galicia, Madrid y Cataluña.

■ **Perfil del asociado.** Emprendedor con amplia experiencia en el sector textil.

■ **Ubicación.** Una calle comercial o un centro comercial con amplio flujo peatonal son los emplazamientos adecuados para una tienda, que debe ocupar un mínimo de 100 metros cuadrados y tener una fachada de al menos 5 metros.

■ **Desglose de la inversión.** El pre-

## Tendencias

... Viene de la página 42

con un 6% positivo. En este 2012 el objetivo es fortalecer nuestras zonas calientes y mantenernos en las mismas cifras. Será cada vez más difícil crecer si nos focalizamos en España, por lo que abriremos puertas a estrategias de expansión externa”.

## En posición de cara a la salida

Sergio Díaz, director de Expansión de Golo/Golo (prendas de vestir para hombre y mujer)

“Nos hemos adaptado a las exigencias del mercado y nos estamos posicionando bien de cara a la salida de la crisis, que supondrá se empezará a notar en un plazo de 6 meses a 1 año. Hasta ahora, la situación ha variado a peor: realmente ha sido un año difícil”.

“Hasta ahora, la situación ha variado a peor: realmente ha sido un año difícil”

## El momento de la consolidación

Emilio Aguilera Santiago, gerente de O'neal (artículos deportivos, calzado, textil y complementos)

“El futuro a un año vista se presenta no exento de dificultades debido a la situación actual; sin embargo, opinamos que a partir del segundo semes-

Sigue en la página 46 ...

## KORÖSHI



Central	Koroshi Group
Actividad	Moda para hombre, moda para mujer
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	Pza. Granollers, 1, 1º 1ª
Código Postal - Localidad	08302 Mataró (Barcelona)
Teléfono	93 798 44 46
Fax	
Internet	<a href="http://www.koroshishop.com">www.koroshishop.com</a>
Correo	<a href="mailto:franquicias@koroshi.tv">franquicias@koroshi.tv</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	21
asociadas	14
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	1
Inversión aproximada	140.000 euros (mercancía en depósito) (para 120 m²) <no desglosada>
Derecho de entrada	6.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 80 m² - Recomendable: 120 m²
Población mínima	20.000 habitantes

## LACOSTE



Central	Basi, S.A.
Actividad	Textil y confección
Contacto	José Basi Borrell
Dirección	C/ Sant Lluc, 54-64
Código Postal - Localidad	08918 Badalona (Barcelona)
Teléfono	93 484 64 01
Fax	93 484 64 03
Internet	<a href="http://www.lacoste.com/es">www.lacoste.com/es</a>
Correo	<a href="mailto:jbasi@armandbasi.com">jbasi@armandbasi.com</a>
Primer franquiciado en España	1990
Unidades en España	76 (+ 41 rincones)
asociadas	37 (+ 41)
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	2.500
Inversión aproximada	350.000 euros (para 150 m²) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 150 m² - Recomendable: 250 m²
Población mínima	100.000 habitantes

LENITA & XTG	
Central	Burmen, S.L.
Actividad	Moda íntima, baño y <i>sportswear</i> para hombre y mujer
Contacto	Beatriz Díaz Ojeda
Dirección	C/ Arrecife, 13-15. Urb. Ind. Lomo Blanco
Código Postal - Localidad	35010 Las Palmas de Gran Canaria
Teléfono	928 48 20 55
Fax	928 48 55 77
Internet	<a href="http://www.lenita-xtg.com">www.lenita-xtg.com</a>
Correo	<a href="mailto:prensa@burmen.es">prensa@burmen.es</a> - <a href="mailto:comunicacion@lenita-xtg.com">comunicacion@lenita-xtg.com</a>
Primer franquiciado en España	2009
Unidades en España	14 (+ 15 rincones)
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	6/7
Unidades en el extranjero	2
Inversión aproximada	1.200/1.500 euros por m <sup>2</sup> (opción de mercancía en depósito)
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	1% sobre ventas
Superficie	Mínima: 50 m <sup>2</sup> - Recomendable: 100 m <sup>2</sup> (amplio escaparate)
Población mínima	60.000 habitantes

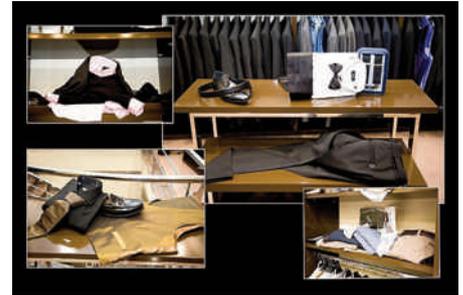
**lenita & XTG**  
CANARIAS

supuesto aproximado para abrir un comercio de 150 metros cuadrados asciende a 159.000 euros, de los que 8.000 euros más IVA corresponden al derecho de entrada. El fondo de manobra adicional que se recomienda equivale al 50% del monto total.

José Luis Monedero resalta que la central de franquicia "aporta el diseño del local, recomendación de obreros y el surtido ideal para cada punto de venta, por lo que todo el negocio viene muy guiado por Levi's".

■ **Plantilla.** A partir de 3 trabajadores.

■ **Duración del contrato.** 5 años.



**Men Ceremonia y Moda Hombre.** El negocio funciona con 2 o 3 personas, incluido el franquiciado.

con una superficie mínima de 100 metros cuadrados, debe emplazarse en una zona comercial céntrica de una ciudad.

■ **Desglose de la inversión.** El coste de una tienda de 100 metros es de alrededor de 100.000 euros, afirma Josep Avante, responsable del Departamento de Administración de Men Ceremonia y Moda Hombre.

"La reforma del local supone entre 40.000 y 60.000 euros, entre 12.000 y 15.000 euros se destinan a intangibles (progra-

## MEN CEREMONIA Y MODA HOMBRE

Men Ceremonia y Moda Hombre diseña y distribuye unos 200 modelos de trajes de novio cada año, junto a sastrería de caballero, ejecutivo y *sport*. "Nuestras colecciones gozan de la más alta calidad en tejidos y acabados", señala el franquiciador. "Además, las combinaciones y variantes crean tal cantidad de modelos que permiten la personalización de los trajes, haciendo que cada novio se sienta único".

■ **Trayectoria.** Con sede en Camarles (Tarragona), Men Ceremonia y Moda Hombre cuenta con 1 tienda de gestión directa, abierta en 2010 en la localidad castellonense de Vinaroz. La enseña ha puesto en marcha un proyecto de expansión en franquicia con el objetivo de incorporar 10 locales en un año.

■ **Zonas preferentes.** Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, Bilbao y Alicante.

■ **Perfil del asociado.** Empresario del textil o de otros sectores.

■ **Ubicación.** El punto de venta,

## La fima de ceremonia comienza a franquiciar con el objetivo de sumar 10 locales en un año

mas, marca, dirección de obra, planificación), y el producto cuesta de 40.000 a 60.000 euros".

■ **Plantilla.** 2 o 3 personas, incluido el franquiciado.

■ **Duración del contrato.** 4 años.

## O'NEAL

Las franquicias O'neal se dedican a la venta de artículos deportivos, tanto al por mayor como al por menor. La central, especializada en primeras marcas, también actúa como grupo de compras de diversas tiendas de de-

LEVI'S STORE	
Central	Levi Strauss de España, S.A.
Actividad	Confección
Contacto	José Luis Monedero
Dirección	Avda. Diagonal, 605, 3º. Ed. Testa
Código Postal - Localidad	08028 Barcelona
Teléfono	93 227 69 00
Fax	93 419 14 12
Internet	<a href="http://www.levi.com">www.levi.com</a>
Correo	<a href="mailto:jmonedero@levi.com">jmonedero@levi.com</a>
Primer franquiciado en España	1983
Unidades en España	57 (+ 150 rincones)
asociadas	35 (+ 150)
Aperturas previstas en un año	3
Unidades en el extranjero	400
Inversión aproximada	159.000 euros (para 150 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	8.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	2,5% sobre compras netas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup> - Recomendable: 150 m <sup>2</sup> (fachada de 5 m)
Población mínima	100.000 habitantes

**Levi's**



**O'neal.** El asociado recibe en depósito la mercancía, que tiene que garantizar con un aval de 40.000 euros.

➔ portes.

➔ **Trayectoria.** O'neal surgió en 1995 de la mano de Emilio Aguilera, que en 1999 inauguraba el primer establecimiento de la marca. Un año más tarde comenzaba el desarrollo con franquicias, y a día de hoy son 23 (13 asociadas) las tiendas abanderadas por la enseña radicada en la ciudad cántabra de Heras. Los comercios O'neal

se pueden encontrar en Cantabria, Asturias, León, Granada, Badajoz, Almería, Cáceres, Lugo, Vizcaya y Vizcaya.

➔ **Perfil del asociado.** Persona joven y dinámica que quiera montar un negocio de autoempleo.

➔ **Ubicación.** El local debe ser céntrico y tener un escaparate am-

### La central también actúa como grupo de compras de diversas tiendas de deportes

plio, con mucha luminosidad. La superficie mínima se ha establecido en 100 metros cuadrados, almacén aparte.

➔ **Desglose de la inversión.** El coste aproximado sin obra civil de una tienda O'neal de 100 metros

## Tendencias

\*\*\* Viene de la página 44

➔ re de 2013 la economía tenderá a una lenta recuperación, con mayor fuerza en el primer semestre de 2014.

Con respecto al último año, pensamos que la situación se ha estabilizado, frenándose la tendencia descendente. Creemos que es el momento de la consolidación”.

### Se ha tocado fondo

Celeste Parsza, encargada de Administración de Hierro y Albergo (ropa y complementos)

“El futuro del textil es fiable ya que, según nuestros estudios y debido a la crisis que el país atraviesa, podemos decir que el sector ha tocado fondo. Por tanto, las nuevas bases calculadas para la explotación del negocio van a ser muy ventajosas para el futuro franquiciado.

La situación nos ha sido muy favorable, ya que nuestra enseña es pionera en su estilo y forma de vestir, y hemos conseguido sacar otras marcas al mercado. Nos obligamos a innovar y nos exigimos cada vez más, dándole al consumidor final un producto diferenciado con la mejor relación calidad-precio”.

**“Debido a la crisis que el país atraviesa, podemos decir que el sector ha tocado fondo”**

Sigue en la página 48 \*\*\*

## MEN CEREMONIA Y MODA HOMBRE



Central	Men Ceremonia, S.L.
Actividad	Especialistas en ceremonia y moda hombre
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Once, 19
Código Postal - Localidad	43894 Camarles (Tarragona)
Teléfono	977 47 00 01
Fax	977 47 06 50
Internet	<a href="http://www.menceremonia.com">www.menceremonia.com</a>
Correo	<a href="mailto:administracion@menceremonia.com">administracion@menceremonia.com</a>
Primer franquiciado en España	
Unidades en España	1
asociadas	0
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	100.000 euros (para 100 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	No facilitado
Canon de mantenimiento	1% sobre ventas
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup>
Población mínima	30.000 habitantes

## O'NEAL



Central	International O'neal, S.L.
Actividad	Venta de artículos deportivos, calzado, textil y complementos
Contacto	Emilio Aguilera Santiago
Dirección	P.I. Heras, parcela 101, naves rojas 2 y 3
Código Postal - Localidad	39792 Heras (Cantabria)
Teléfono	942 260 752
Fax	942 261 099
Internet	<a href="http://www.oneal.es">www.oneal.es</a>
Correo	<a href="mailto:oneal@oneal.es">oneal@oneal.es</a>
Primer franquiciado en España	2000
Unidades en España	23
asociadas	13
Aperturas previstas en un año	1/2
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	25.000/30.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup> + almacén - Recomendable: 150 m <sup>2</sup> + almacén (amplio escaparate y mucha luminosidad)
Población mínima	15.000 habitantes

PRONOVIAS	
PRONOVIAS BARCELONA	
Central	San Patrick, S.L.
Actividad	Prêt-à-porter nupcial y ceremonia
Contacto	Diego Giménez
Dirección	P.I. Mas Mateu, s/n
Código Postal - Localidad	08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 479 97 00
Fax	93 479 97 64
Internet	<a href="http://www.pronovias.com">www.pronovias.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@pronovias.es">info@pronovias.es</a>
Primer franquiciado en España	1968
Unidades en España	115
asociadas	55
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	33
Inversión aproximada	180.000 euros (para 150 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	5% sobre ventas
Superficie	Mínima: 70 m <sup>2</sup> - Recomendable: 150 m <sup>2</sup>
Población mínima	50.000 habitantes

PROTOCOLO	
PROTOCOLO	
Central	Chaqué, S.A.
Actividad	Trajes de novio, ceremonia y fiesta para caballero
Contacto	Mariano García Forcada
Dirección	Pol. Empresarium. C/ Eledra, 9, naves C-35-36
Código Postal - Localidad	50720 La Cartuja Baja (Zaragoza)
Teléfono	976 13 34 64
Fax	976 13 39 41
Internet	<a href="http://www.protocolonovios.com">www.protocolonovios.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@protocolonovios.com">info@protocolonovios.com</a>
Primer franquiciado en España	1995
Unidades en España	14 (+ 5 rincones)
asociadas	4 (+ 5)
Aperturas previstas en un año	2
Unidades en el extranjero	5
Inversión aproximada	95.000 euros (para 70 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	12.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 65 m <sup>2</sup> - Recomendable: 100 m <sup>2</sup>
Población mínima	No facilitada (depende de la nupcialidad según estudio de viabilidad)

es de 25.000 a 30.000 euros dependiendo del estado del local, indica Emilio Aguilera Santiago, gerente. "A estas cantidades habría que añadir el ordenador y el programa". El fondo de maniobra adicional que se aconseja varía entre 12.000 y 14.000 euros.

"En cuanto a la mercancía", agrega el gerente de O'neal, "no hay que hacer ningún desembolso, ya que se cede en depósito", garantizado por un aval de unos 40.000 euros.

■ **Plantilla.** El franquiciado en solitario o con un empleado, según los metros cuadrados y la situación del local.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## PROTOCOLO

Protocolo vende trajes de ceremonia y fiesta para caballero, y está especializada en moda y complementos para novios y padrinos. Sus tiendas ofrecen servicio de sastrería con diseños exclusivos.

■ **Trayectoria.** La cadena de La Cartuja Baja-Zaragoza comenzó a operar en 1991, y desde 1995 franquicia el negocio. En la actualidad se pueden encontrar tiendas Protocolo en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Bilbao, Vigo, Valencia, Murcia, Sevilla, Las Palmas, Alicante, Cádiz, Tenerife, Córdoba y Ciudad Real. En total son 14 puntos de venta (4 asociados) y 5 rincones, a los que hay que añadir los 5 locales que tiene entre México y Perú.

■ **Zonas preferentes.** Asturias, Andalucía, Castilla y León, Galicia y Cataluña.

■ **Perfil del asociado.** Profesional de la confección de caballero o tienda de novias que quiera tener un apartado para novios.

■ **Ubicación.** Un comercio Protocolo ocupa al menos 65 metros cuadrados y se emplaza en una zona de nupcialidad de una ciudad.

■ **Desglose de la inversión.** La central calcula que se puede montar una tienda de 70 metros cuadra-



■ **Protocolo.** El concepto se franquicia a un profesional de la confección de caballero o a una tienda de novias.

dos con un desembolso de 95.000 euros, incluidos 12.000 euros más IVA de derecho de entrada. La central señala que el alquiler puede ser, como máximo, de 3.000 euros al mes para una superficie de hasta 100 metros, mientras que la obra civil no debe superar los 30.000 euros. La mercancía supone unos 18.000

## Se ha especializado en la venta de trajes de novio y de ceremonia y fiesta para caballero

euros, y el fondo de maniobra recomendado, 12.000.

■ **Plantilla.** El franquiciado y 1 empleado para ayudar los sábados.

■ **Duración del contrato.** 5 años.

## THELOX

Thelox define sus establecimientos como minitiendas-almacén de venta de ropa, zapatos y complementos de primeras marcas para todos los públicos, con descuentos del 30 al 70%. "Los comercios actuales deben de innovar y cambiar la forma de vender", señala Roberto Martínez, gerente. "Por eso Thelox incluye



**Thelox.** Una superficie a partir de 30 metros cuadrados es suficiente para montar un establecimiento.

te para montar un establecimiento Thelox, que tiene que emplazarse en una calle principal con tránsito.

■ **Desglose de la inversión.** El presupuesto aproximado de un comercio de 50 metros cuadrados es de 35.000 euros, y se aconse-

### Franquicia mini-tiendas-almacén de artículos de primeras marcas con descuentos del 30 al 70%

ja contar con un fondo de manobra adicional de 6.000 euros.

El gerente de Thelox desglosa la inversión entre el derecho de entrada (3.000 euros más IVA), material publicitario (800 euros para bolsas, tarjetas, vinilos), equipo informático (800 euros),

➔ tienda física y *online*".

■ **Trayectoria.** El primer punto de venta Thelox abrió sus puertas en 2011, y un año más tarde se incorporaba la primera franquicia. En estos momentos la enseña de Callosa del Segura (Alicante) abandera 3 tiendas (2 asociadas) en la Comunidad Valenciana.

■ **Ubicación.** Una superficie desde 30 metros cuadrados es suficien-

## Tendencias

... Viene de la página 46

### El pilar del mercado internacional

Josep Avante, responsable del Departamento de Administración de Men Ceremonia y Moda Hombre (especialistas en ceremonia y moda hombre)

"Nuestra marca se encuentra en plena expansión. La conquista del mercado internacional es nuestro pilar, al tiempo que la nula competencia, la especialización y la solidez del mercado de ceremonia sustentan nuestro crecimiento interno.

La demanda está *in crescendo*. Por ejemplo, en los países de Latinoamérica es muy alta.

El mercado de la novia está muy explotado; el de novio, en cambio, no".

**"El mercado de la novia está muy explotado; el de novio, en cambio, no"**

### Cómo ganarse al público

Carlos Álvarez, director comercial de Banhof Leather Factory (prendas de piel directas al cliente)

"Aunque parezca extraño, la crisis económica es buena para nuestra franquicia. Ahora el comprador es mucho más exigente y compara más los precios, y eso nos beneficia enormemente. Además, ofrecemos un asesoramiento personalizado. Así se crea fidelidad y se difunden las bondades de la marca rápidamente entre familiares y amigos del público".

PURIFICACIÓN GARCÍA		PURIFICACION GARCIA	
Central	Sociedad Textil Lonía, S.A.		
Actividad	Ropa de señora y caballero		
Contacto	Óscar Castro		
Dirección	P.E. Pereiro de Aguiar		
Código Postal - Localidad	32900 Pereiro de Aguiar (Ourense)		
Teléfono	988 51 94 45 / 988 51 94 44		
Fax	988 51 94 94		
Internet	<a href="http://www.purificaciongarcia.es">www.purificaciongarcia.es</a>		
Correo	<a href="mailto:retail_pg_dpt@stlonia.com">retail_pg_dpt@stlonia.com</a>		
Primer franquiciado en España	1998		
Unidades en España	75 (+ 230 rincones)		
	asociadas	12	
Aperturas previstas en un año	10		
Unidades en el extranjero	55		
Inversión aproximada	1.200 euros por m <sup>2</sup> (mercancía en depósito) (para 200 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>		
Derecho de entrada	0		
Canon de mantenimiento	0		
Canon de publicidad	0		
Superficie	Mínima: 150 m <sup>2</sup> (venta) + 50 (almacén)		
Población mínima	50.000 habitantes		

ROBERTO VERINO		ROBERTO VERINO	
Central	Roberto Verino Difusión, S.A.		
Actividad	Moda femenina, masculina y complementos		
Contacto	Francisco Lage Cancela		
Dirección	C/ Pontevedra, 2-4. Parque Tecnológico de Galicia		
Código Postal - Localidad	32900 San Cibrao das Viñas (Ourense)		
Teléfono	988 54 05 40		
Fax	988 54 05 00		
Internet	<a href="http://www.robertoverino.es">www.robertoverino.es</a>		
Correo	<a href="mailto:flage@robertoverino.com">flage@robertoverino.com</a>		
Primer franquiciado en España	1982		
Unidades en España	51 (+ 110 rincones)		
	asociadas	12	
Aperturas previstas en un año	15 rincones en el El Corte Inglés y reubicación de tiendas propias		
Unidades en el extranjero	18		
Inversión aproximada	800/1.100 euros por m <sup>2</sup> <no desglosada>		
Derecho de entrada	0		
Canon de mantenimiento	0		
Canon de publicidad	0		
Superficie	Mínima: 110 m <sup>2</sup> - Recomendable: 180 m <sup>2</sup> (máximo 2 plantas)		
Población mínima	100.000 habitantes		

ROSA CLARÁ	
Central	Grupo Rosa Clará
Actividad	Confección y distribución de vestidos de novia y vestidos de fiesta
Contacto	Elena Teindas
Dirección	C/ Narcís Monturiol, 130
Código Postal - Localidad	08902 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 419 04 04
Fax	93 439 21 11
Internet	<a href="http://www.rosaclara.es">www.rosaclara.es</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@rosaclara.es">expansion@rosaclara.es</a>
Primer franquiciado en España	1994
Unidades en España	58
asociadas	52
Aperturas previstas en un año	9
Unidades en el extranjero	25
Inversión aproximada	250.000 euros (para 150 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	15.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	5% sobre compras
Superficie	Mínima: 150 m <sup>2</sup> - Recomendable: 150/200 m <sup>2</sup>
Población mínima	100.000 habitantes

SUPERDRY	
Central	Osaka 68, S.L.
Actividad	Moda urbana y casual
Contacto	Rafa Climent
Dirección	C/ Cristóbal de Moura, 105-111, 1º 1ª
Código Postal - Localidad	08019 Barcelona
Teléfono	93 434 21 31
Fax	93 498 20 38
Internet	<a href="http://www.superdry.es">www.superdry.es</a>
Correo	<a href="mailto:marketing@osaka68.es">marketing@osaka68.es</a> - <a href="mailto:rafa@osaka68.es">rafa@osaka68.es</a>
Primer franquiciado en España	2011
Unidades en España	10 (+ 14 rincones)
asociadas	6 (+ 1)
Aperturas previstas en un año	16
Unidades en el extranjero	150
Inversión aproximada	1.300 euros por m <sup>2</sup> <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	3% sobre ventas al año
Canon de publicidad	No facilitado
Superficie	Mínima: 100 m <sup>2</sup>
Población mínima	50.000 habitantes

# DESCUBRA EL VALOR DEL ORO

## ÚNICA FRANQUICIA DE ORO EN CENTROS COMERCIALES



- Innovador modelo de compra de oro, en formato *stand* o *store*, ubicado en los principales Centros Comerciales de España.
- Baja inversión y muy alta rentabilidad
- Negocio llave en mano

Inversión total:

27.500 euros\*

\*Modelo stand. Incluido canon de entrada



Más información **aquí** o en  
[ororapid@bya.es](mailto:ororapid@bya.es) 91 444 81 61

→ obra civil (20.000 euros para iluminación, suelos, techos, paredes, aseo, mini-almacén, mostrador) y póliza de crédito para compras de productos (5.000).

Roberto Martínez explica que también se puede iniciar el negocio a partir de una tienda existente con un coste del orden de 6.000 euros más IVA.

■ **Plantilla.** El franquiciado.

## YAMAMAY

Yamamay vende al por menor ropa interior, pijamas, prendas de playa y accesorios para mujer, hombre, niño y niña. Los establecimientos de la firma italiana incluyen hasta 3.000 referencias distribuidas entre una gama básica y cuatro colecciones anuales.

■ **Trayectoria.** La firma es propiedad del grupo italiano Inticom, nacido en 2001 de la unión de las familias Garda –a la que compete la creación del producto– y Cimmino –que cuenta con experiencia en la distribución de enseñanzas como Calzedonia y se encarga del desarrollo comercial–.

El desarrollo internacional comenzó en 2004 con la concesión de licencias en naciones como Grecia, Chipre y Montecarlo, pero no fue hasta 2007 cuando los propietarios decidieron abrir filiales en los mercados de Reino Unido, Alemania y España. Las dos primeras tiendas propias Yamamay en el extranjero se abrieron en Barcelona, en mayo y junio de 2008 respectivamente, y ese mismo año la enseña comenzó a franquiciar. A día de hoy la marca abandera 33 establecimientos (21 asociados) en Cataluña, Madrid, Asturias, Canarias, Andalucía, Castilla y León, Baleares, Extremadura, Cataluña, Cantabria y



**Yamamay.** La inversión aproximada es de 120.000 euros para 80 m<sup>2</sup>, incluidos 50.000 euros en mercancía.

País Vasco.

Fuera de las fronteras españolas, Yamamay opera con 560 unidades en 22 países, entre los que se encuentran Suiza, Reino Unido, Alemania, Emiratos Árabes Unidos, Rusia y China.

■ **Perfil del asociado.** Inversor con experiencia en el sector, con particular atención por la asistencia a la venta y a la calidad del servicio ofrecido.

## La firma italiana de ropa interior y prendas de playa abandera 560 establecimientos en 22 países

■ **Ubicación.** Los comercios Yamamay se pueden instalar en calles o centros comerciales de primera línea. El local, preferiblemente en esquina y con una superficie a partir de 80 metros cuadrados (20 son para almacén), debe contar al menos con 2 escaparates.

■ **Desglose de la inversión.** El candidato tendrá que hacer frente a una inversión del orden de 120.000 euros para montar una tienda de 80 metros cuadrados. La mercancía inicial cuesta alrededor de 50.000 euros; el sistema informático, 8.100, y el resto se destina a reformas, decoración y mobiliario. La central exige un aval bancario de 50.000 euros.

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



THELOX	
Central	Luxury Vegabaja, S.L.
Actividad	Minitiendas-almacén de venta de ropa, zapatos y complementos de primeras marcas con descuentos del 30 al 70%
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Nuestra Señora del Carmen, 31
Código Postal - Localidad	03360 Callosa del Segura (Alicante)
Teléfono	902 885 896
Fax	
Internet	<a href="http://www.theloxbrand.com">www.theloxbrand.com</a>
Correo	<a href="mailto:atencionalcliente@theloxbrand.com">atencionalcliente@theloxbrand.com</a> - <a href="mailto:info@luxuryvegabaja.com">info@luxuryvegabaja.com</a>
Primer franquiciado en España	2012
Unidades en España	3
asociadas	2
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	
Inversión aproximada	35.000 euros (para 50 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	3.000 euros + IVA
Canon de mantenimiento	No facilitado
Canon de publicidad	270 euros al trimestre
Superficie	Mínima: 30 m <sup>2</sup> - Recomendable: 50 m <sup>2</sup>
Población mínima	5.000 habitantes

TITTO BLUNI	
Central	Titto Bluni Española, S.L.
Actividad	Distribución y comercialización de moda masculina
Contacto	Juan Manuel Pernia
Dirección	C/ María Odiaga, 13
Código Postal - Localidad	28025 Madrid
Teléfono	91 639 81 44
Fax	91 462 53 96
Internet	<a href="http://www.tittobluni.es">www.tittobluni.es</a>
Correo	<a href="mailto:expansion@tittobluni.es">expansion@tittobluni.es</a>
Primer franquiciado en España	1994
Unidades en España	47 (+ 43 rincones)
asociadas	42 (+ 43)
Aperturas previstas en un año	4 franquicias
Unidades en el extranjero	3 (+ 5 rincones)
Inversión aproximada	45.000 euros + obra civil + IVA (para 80 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	7.500 euros + IVA
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 70 m <sup>2</sup> - Recomendable: 120 m <sup>2</sup> (a pie de calle)
Población mínima	20.000 habitantes

## UNDERCOLORS OF BENETTON

UNDERCOLORS OF BENETTON

Central	Olsol, S.L.
Actividad	Moda íntima, pijamas, baño y complementos para hombre, mujer y niño
Contacto	Albert Boada Casternado
Dirección	C/ Espigolera, 13
Código Postal - Localidad	08960 Sant Just Desvern (Barcelona)
Teléfono	93 480 99 81
Fax	93 473 00 65
Internet	<a href="http://www.olsol.com/undercolors">www.olsol.com/undercolors</a>
Correo	<a href="mailto:expansion.undercolors@olsol.com">expansion.undercolors@olsol.com</a>
Primer franquiciado en España	1992
Unidades en España	55
asociadas	55
Aperturas previstas en un año	10
Unidades en el extranjero	Más de 900
Inversión aproximada	45.000 euros + obra civil (para 40 m <sup>2</sup> ) <no desglosada>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 40 m <sup>2</sup> + pequeño almacén - Recomendable: 40/70 m <sup>2</sup> (con el mayor escaparate posible)
Población mínima	25.000 habitantes (revisable)

## YAMAMAY

Yamamay

Central	Yamamay Ibérica, S.L.
Actividad	Venta al por menor de lencería, ropa de baño, ropa de noche, accesorios y <i>beauty</i>
Contacto	Filipe Oliveira
Dirección	Rambla de Catalunya, 108, bajo 1
Código Postal - Localidad	08008 Barcelona
Teléfono	932 376 610
Fax	932 376 762
Internet	<a href="http://www.yamamay.com">www.yamamay.com</a>
Correo	<a href="mailto:info@yamamay.es">info@yamamay.es</a>
Primer franquiciado en España	2008
Unidades en España	33
asociadas	21
Aperturas previstas en un año	20
Unidades en el extranjero	560
Inversión aproximada	120.000 euros (para 80 m <sup>2</sup> ) <desglose parcial>
Derecho de entrada	0
Canon de mantenimiento	0
Canon de publicidad	0
Superficie	Mínima: 80 m <sup>2</sup> (20 para almacén) - Recomendable: 80/120 m <sup>2</sup> (mínimo 2 escaparates, mejor si es esquina)
Población mínima	60.000 habitantes y/o fuerte interés turístico



DIONISOS  
GREEK RESTAURANTS

La auténtica cocina mediterránea griega



Un proyecto sólido en franquicia  
avalado por el éxito  
de diez restaurantes operativos

- Rápida amortización de la inversión
- Sin canon de publicidad
- Superficie mínima desde 100/120 m<sup>2</sup>
- Productos y recetas tradicionales

Pulse aquí para más información

Contacto: 91 444 81 67 [expansion@bya.es](mailto:expansion@bya.es)

## ► Más contactos

### BULKA DIFFERENT WEAR



Central	Lapegal Arte León, S.L.
Actividad	Moda masculina y femenina joven y urbana
Contacto	Félix García
Dirección	C/ Parra, 26
Código Postal - Localidad	24010 León
Teléfono	666 90 80 32
Correo	<a href="mailto:info@bulka.es">info@bulka.es</a>
Internet	<a href="http://www.bulka.es">www.bulka.es</a>

### KEVINGSTON



Central	Kevingston Spain, S.L.
Actividad	Moda para hombre, inspirada en el rugby y el polo
Contacto	Jesús González Gómez
Dirección	C/ Araquil, 13
Código Postal - Localidad	28023 Madrid
Teléfono	91 684 08 64 / 91 550 18 30
Correo	<a href="mailto:jesus@kevingston.com">jesus@kevingston.com</a>
Internet	<a href="http://www.kevingston.com">www.kevingston.com</a>

### CALZEDONIA



Central	Franchising Calzedonia España, S.A.
Actividad	Venta de medias, pantalones, calcetines y ropa de baño para mujer, hombre y niño/a
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Ciencias, 71-87, módulo 7. Pol. Pedrosa
Código Postal - Localidad	08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 264 90 00
Correo	<a href="mailto:info@calzedonia.es">info@calzedonia.es</a>
Internet	<a href="http://www.calzedonia.com">www.calzedonia.com</a>

### MACSON



Central	Macon, S.A.
Actividad	Moda y complementos para el hombre
Contacto	Manuel Obradors/Gaizka Mendikoetxea
Dirección	Avda. Foix, 66
Código Postal - Localidad	08034 Barcelona
Teléfono	902 488 088
Correo	<a href="mailto:franquicias@macson.es">franquicias@macson.es</a> - <a href="mailto:macsonfranquicias@macson.es">macsonfranquicias@macson.es</a>
Internet	<a href="http://www.macson.es">www.macson.es</a>

### ESCALES

Central	BB Sitges, S.C.P.
Actividad	Moda de alta gama para hombre y para mujer
Contacto	Pau Grau
Dirección	C/ Sant Francesc, 3
Código Postal - Localidad	08870 Sitges (Barcelona)
Teléfono	93 811 22 00 / 93 894 04 53
Correo	<a href="mailto:paugrau@escales.eu">paugrau@escales.eu</a>
Internet	<a href="http://www.escalesworld.com">www.escalesworld.com</a>

### PIEL DE TORO

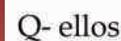
Central	Piel de Toro, S.L.
Actividad	Moda infantil y juvenil, moda para hombre, moda para mujer
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	P.I. Fuentequintillos. Via Flaminia, 12, Montequinto
Código Postal - Localidad	41089 Dos Hermanas (Sevilla)
Teléfono	954 12 21 40
Correo	<a href="mailto:expansion@pieldetoro.com">expansion@pieldetoro.com</a> - <a href="mailto:marketing@pieldetoro.com">marketing@pieldetoro.com</a>
Internet	<a href="http://www.pieldetoro.com">www.pieldetoro.com</a>

### INTIMISSIMI



Central	Franchising Calzedonia España, S.A.
Actividad	Venta de lencería, corsetería, pijamas y camisetas
Contacto	Departamento de Expansión
Dirección	C/ Ciencias, 71-87, módulo 7. Pol. Pedrosa
Código Postal - Localidad	08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Teléfono	93 264 90 00
Correo	<a href="mailto:intimissimi@calzedonia.es">intimissimi@calzedonia.es</a>
Internet	<a href="http://www.intimissimi.com">www.intimissimi.com</a>

### Q-ELLOS



Central	Natuba, S.L.
Actividad	Moda masculina, sastrería a medida
Contacto	Juan García
Dirección	Avda. Cantueña, 2, nave A-9
Código Postal - Localidad	28947 Fuenlabrada (Madrid)
Teléfono	91 563 70 31
Correo	<a href="mailto:info@q-ellos.es">info@q-ellos.es</a>
Internet	<a href="http://www.q-ellos.es">www.q-ellos.es</a>



## 215 enseñanzas seleccionadas de 26 sectores

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Agencias de viajes       | <input checked="" type="checkbox"/> EFormación para empresas    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bares de tapas           | <input checked="" type="checkbox"/> Gimnasios                   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bisutería y complementos | <input checked="" type="checkbox"/> Idiomas                     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cafeterías               | <input checked="" type="checkbox"/> Moda femenina               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Calzado                  | <input checked="" type="checkbox"/> Moda infantil               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cervecerías              | <input checked="" type="checkbox"/> Ocio                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Complementos de moda     | <input checked="" type="checkbox"/> Pastelerías                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cosmética                | <input checked="" type="checkbox"/> Peluquerías                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Dietética-Parafarmacias  | <input checked="" type="checkbox"/> Restauración estadounidense |
| <input checked="" type="checkbox"/> Educación infantil       | <input checked="" type="checkbox"/> Restauración genérica       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Enseñanza a domicilio    | <input checked="" type="checkbox"/> Restauración italiana       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Enseñanza-Formación      | <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes temáticos      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Estética                 | <input checked="" type="checkbox"/> Salud-Bienestar             |

# DIRECTORIO de FRANQUICIAS



### +Estudio

Enseñanza particular a domicilio

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 5

Inversión: 15.000 euros + obra civil (para 40 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 11 03 82

Correo: expansion@masestudio.com

Web: www.masestudio.com

### 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@grupoprestalia.com

Web: www.grupoprestalia.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: dvila@aïta.es

Web: www.aïta.es

### Alimentaria Pastelería Cafetería Gourmet

Establecimientos donde se combinan la hostelería y la tienda tradicional

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 3

Unidades asociadas: 3

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 10 78 44 / 626 69 90 86

Correo: info@unionalimentaria.com

Web: www.unionalimentaria.com

### 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

### Aloha Mental Arithmetic

Programa de desarrollo mental para niños de 4 a 13 años

Origen: Malasia

Sede: Palma de Mallorca

Unidades en España: 3

(+ 26 rincones en colegios o academias de formación)

Unidades asociadas: 3 (+ 25)

Inversión: 20.000/60.000 euros

Superficie mínima: No necesita local

Teléfono: 971 746 127

Correo: expansion@alohaspain.com

Web: www.alohaspain.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

### 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

### Aventura Amazonia

Parque de aventura en la naturaleza y al aire libre

Origen: España

Sede: Cercedilla

Unidades en España: 5

Unidades asociadas: 2

Inversión: 150.000 euros

(1,5 hectáreas)/250.000 euros (3 hectáreas)

Superficie mínima: 15.000 m<sup>2</sup>

Correo: franquicia@aventura-amazonia.com

Web: www.aventura-amazonia.com

### Aon Solutions

Distribución en formato

SaaS (pago por uso) de

aplicaciones de gestión empresarial online en la nube



Origen: España

Sede: Vitoria

Primeras unidades: 2008 (propia)/2011 (asociada)

Unidades en España: 4 operadores sin local

Unidades asociadas: 3

Duración del contrato: 5 años

Inversión: 7.500 euros (sin local)

Derecho de entrada: 6.000 euros + IVA

Superficie mínima: No necesita local

Población mínima: 5.000 empresas de hasta 10 trabajadores

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 91 444 81 63 / 91 309 65 15

Correo: [aon@bya.es](mailto:aon@bya.es)

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



### Bcn Languages

Enseñanza de idiomas modernos

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 5

(+ 1 centro de formación online)

Unidades asociadas: 3

Inversión: 200.000 euros (para 200 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 200 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 415 02 73

Correo: [aroquet@bcnlanguages.com](mailto:aroquet@bcnlanguages.com)

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

### Berlitz

Enseñanza de idiomas, traducciones

Origen: Estados Unidos

Sede: Pozuelo de Alarcón

Unidades en España: 11

Unidades asociadas: 1

Inversión: Desde 130.000 euros (para 200 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](mailto:gines.mendez@berlitz.es)

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

### Body Factory

Gimnasios e instalaciones deportivas

Origen: España

Sede: Pozuelo de Alarcón

### 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](mailto:info@andemoss.es)

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



**Unidades en España:** 36  
**Unidades asociadas:** 25  
**Inversión:** 437.000 euros (para 800 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 800 m<sup>2</sup> (Fitness Center)  
**Teléfono:** 91 352 08 07  
**Correo:** aotero@bodyfactory.es  
**Web:** www.bodyfactory.es

## Bracafé

*Cafetería*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 40  
**Unidades asociadas:** 38  
**Inversión:** 90.000/150.000 euros  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 325 56 40  
**Correo:** cruanas@teletel.es  
**Web:** www.bracafe.com

## 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](mailto:franquicia@bureau-vallee.es)  
**Web:** [www.bureau-vallee.es](http://www.bureau-vallee.es)

## Bye Bye Pelos

*Fotodepilación, tótorrejuvenecimiento 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](mailto:franquicias@byebyepelos.com)  
**Web:** www.byebyepelos.com

## Café & Té

*Cafetería, bocadoillería*  
**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>  
**Población mínima:** 50.000 habitantes  
**Teléfono:** 902 198 447  
**Correo:** [expansion@cafeandte.com](mailto: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](mailto:franquicias@cafento.com)  
**Web:** www.cafento.com

**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 168  
**Unidades asociadas:** 168  
**Teléfono:** 91 309 74 44  
**Correo:** [info@beerandfood.es](mailto:info@beerandfood.es)  
**Web:** www.gambrinus.es

## Chantilly

*Alta pastelería francesa de degustación, cafetería y salón de té*  
**Origen:** España  
**Sede:** Palma de Mallorca  
**Unidades en España:** 2  
**Unidades asociadas:** 1  
**Inversión:** 70.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 971 28 05 39  
**Correo:** [patisseriechantilly@yahoo.com](mailto:patisseriechantilly@yahoo.com)

## Chefbuffet

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

## Chicco

*Comercialización de productos infantiles (textil, calzado, puericultura y juguetes)*  
**Origen:** Italia  
**Sede:** Madrid  
**Primeras unidades:** 1992 (propia)/2008 (asociada)  
**Unidades en España:** 30  
**Unidades asociadas:** 14  
**Unidades en el extranjero:** 250  
**Duración del contrato:** 7 años  
**Inversión:** 100.000 euros (para 125 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](mailto:franquiciaschicco@bya.es)  
**Web:** [www.chicco.es](http://www.chicco.es)



## Churrascarias Brasa y Leña

*Restaurante temático brasileño (gestión de franquicias)*  
**Origen:** España  
**Sede:** San Sebastián de los Reyes  
**Unidades en España:** 24  
**Unidades asociadas:** 14  
**Inversión:** 1.000/1.200 euros por m<sup>2</sup> (para 350 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 300 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Teléfono:** 91 659 42 12  
**Correo:** [franquicias@brasaylena.com](mailto:franquicias@brasaylena.com)  
**Web:** www.brasaylena.com

## Cinde Consultores

*Consultoría en calidad, medio ambiente, formación, recursos humanos, proyectos, RSC, y desarrollo y expansión de franquicias*  
**Origen:** España  
**Sede:** Jaén  
**Primera unidad propia:** 2001  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 0  
**Duración del contrato:** 5 años  
**Inversión:** 14.000 euros (sin local)/24.000 euros (para 45 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:** [j.p.moreno@cinde.es](mailto:j.p.moreno@cinde.es)  
**Web:** [www.cindefranquicias.es](http://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>  
**Correo:** [sacher@clnicasacher.com](mailto:sacher@clnicasacher.com)  
**Web:** www.clnicasacher.com

### Clinicas Dorsia

*Cirugía estética, medicina estética, balón intragástrico y cirugía refractiva*

**Origen:** España  
**Sede:** Valencia  
**Unidades en España:** 23  
**Unidades asociadas:** 12  
**Inversión:** 180.000 euros (para 120 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 100 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 963 53 61 70  
**Correo:** expansion@dorsia.es  
**Web:** www.dorsia.es

### Clinicas 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

### Clinicas Maxilodental

*Clinicas odontológicas*

**Origen:** España  
**Sede:** Córdoba  
**Unidades en España:** 6  
**Unidades asociadas:** 4  
**Superficie mínima:** 160 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 957 23 00 25 / 628 56 64 74  
**Correo:** mtorres@maxilodental.com  
**Web:** www.maxilodental.com

### Clinicas Séptima Dental

*Clinicas dentales*

**Origen:** España  
**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

### Compagnia della Bellezza

*Peluquería unisex*

**Origen:** Italia  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 21  
**Unidades asociadas:** 20  
**Inversión:** 1.200/1.500 euros por m<sup>2</sup>

### 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



**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 410 47 90 / 669 88 22 00 / 688 30 28 97  
**Correo:** claudio@compagniadellabellezza.es  
**Web:** www.compagniadellabellezza.es

### Corpovital

*Centros de nutrición y dietética*

**Origen:** España  
**Sede:** Aranjuez  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 1  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 610 21 50 94  
**Correo:** ortega@corpovital.es  
**Web:** www.corpovital.es

### Coto

*Calzado, colchonería y equipamiento*

**Origen:** España  
**Sede:** Magallón  
**Unidades en España:** 8 (+ 1 rincón)  
**Unidades asociadas:** 7 (+ 1)  
**Inversión:** 35.000/50.000 euros + obra civil (para 45 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 45 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 976 85 82 48 / 659 09 19 13  
**Correo:** albertoramon@amdecora.com

### Createsse

*Elementos para creación de bisutería*

**Origen:** España

**Sede:** Murcia

**Unidades en España:** 16  
**Unidades asociadas:** 11  
**Inversión:** 30.000 euros + obra civil (para 30 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 968 35 56 09  
**Correo:** info@createsse.es  
**Web:** www.createsse.es

### Cryanna

*Moda y complementos para mujeres*

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

### Cuplé

*Venta minorista de calzado y complementos*

**Origen:** España  
**Sede:** Elche  
**Unidades en España:** 91 (+ 7 rincones)  
**Unidades asociadas:** 66 (+ 7)  
**Inversión:** 60.000/80.000 euros  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**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

### Dental Company

*Servicios odontológicos especializados*

**Origen:** España  
**Sede:** Sevilla  
**Unidades en España:** 42  
**Unidades asociadas:** 36  
**Inversión:** Desde 120.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 030 501  
**Correo:** expansion@dentalcompany.es  
**Web:** www.dentalcompany.es

### Dick & Paul

*Zapatería y complementos para hombre y mujer*

**Origen:** España  
**Sede:** Ferrol  
**Unidades en España:** 8  
**Unidades asociadas:** 4  
**Inversión:** Desde 54.000 euros + obra civil (para 40 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 35 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 45.000 habitantes  
**Teléfono:** 981 91 20 08 / 648 85 92 16  
**Correo:** info@dickandpaul.com  
**Web:** www.dickandpaul.com

### Direct English

*Centros de formación de inglés*

**Origen:** Reino Unido  
**Sede:** Valencia  
**Unidades en España:** 4  
**Unidades asociadas:** 3  
**Inversión:** 18.000 euros + obra civil (para 125 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 125 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Teléfono:** 96 385 07 06 /  
**Correo:** fgomez@directenglishspain.com  
**Web:** www.directenglishspain.com

### Dionisos Greek Restaurant

*Restaurante griego*

**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Primeras unidades:** 1993 (propia)/2009 (asociada)  
**Unidades en España:** 10  
**Unidades asociadas:** 9  
**Duración del contrato:** 10 años



**Superficie mínima:** 120 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Contacto:** Daniel Monge  
**Teléfono:** 91 444 81 67  
**Correo:** expansion@bva.es  
**Web:** www.dionisos-bcn.com

**Inversión:** 133.000 euros + IVA (para 120 m<sup>2</sup>)

**Derecho de entrada:** 20.000 euros + IVA



## Dunkin' Coffee

*Venta de café y rosquillas*

Origen: Estados Unidos

Sede: Málaga

Unidades en España: 33

Unidades asociadas: 4

Inversión: 1.000/1.300 euros por m<sup>2</sup> + derecho de entrada

Superficie mínima: 20 m<sup>2</sup>

Teléfono: 952 070 682

Correo: lbrasa@nrsur.com

Web: www.dunkincoffee.es

## EnClase Profesores a Domicilio

*Clases particulares a domicilio*

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 14

Unidades asociadas: 10

Inversión: 25.000/30.000 euros + obra civil (para 50 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 52 84 00

Correo: franquicias@enclase.es

Web: www.enclase.es

## Etam

*Lencería, corsetería, baño y complementos*

Origen: Francia

Sede: Madrid

Unidades en España: 94

Unidades asociadas: 7

Inversión: 1.100 euros por m<sup>2</sup> + derecho de entrada (mercancía en depósito) (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 506 24 48 / 629 55 14 61

Correo: jose-maria.garcia@etam.fr

Web: www.etam.es

## Femxa for Business

*Formación a pymes*

Origen: España

Sede: Vigo

Unidades en España: 21 operadores sin local

Unidades asociadas: 7

Inversión: 13.500 euros + IVA

Superficie mínima: No necesita local

Teléfono: 900 102 101 / 91 299 49 77

Correo: informacion@femxaforbusiness.com

Web: www.femxaforbusiness.com

## Fluency Idiomas

*Enseñanza de inglés*

Origen: España

Sede: Murcia

Unidades en España: 10

Unidades asociadas: 0

Inversión: Desde 80.000 euros + obra civil + IVA (para 150 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Población mínima: 50.000 habitantes

Teléfono: 654 49 65 69 / 91 351 82 19

Correo: aestelles@consultasession.com

Web: www.fluency.es

## Forempresa

*Formación subvencionada a pymes*

Origen: España

Sede: Palma de Mallorca

Unidades en España: 15 operadores sin local

Unidades asociadas: 14

Superficie mínima: No necesita local

Población mínima: Sin límite

Teléfono: 971 90 15 85

Correo: expansion@forempresa.com

Web: www.forempresafanquicias.com

## Formación Sócrates

*Formación bonificada a empresas*

Origen: España

Sede: Chiclana de La Frontera

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 0

Teléfono: 956 40 60 53

Correo: administracion@acforconsulting.com

Web: www.acforconsulting.com

## Foster's Hollywood

*Restaurantes temáticos especializados en cocina norteamericana*

Origen: España

Sede: Aravaca

Unidades en España: 165

Unidades asociadas: 107

Inversión: Desde 480.000 euros

Superficie mínima: 250 m<sup>2</sup>

Población mínima: 100.000 habitantes

Teléfono: 91 382 98 00

Correo: expansion@zena.com

Web: www.fostershollywood.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>

Población mínima: 80.000 habitantes

Teléfono: 91 270 90 53

Correo: ftendero@grupovips.com

Web: www.ginos.es

## Global Network Opportunities

*Seguros y servicios*

Origen: España

Sede: Castelldefels

Primeras unidades: 1993 (propia)/1994 (asociada)

Unidades en España: 126 colaboradores, agentes privados de seguros

Unidades asociadas: 126

Duración del contrato: Indefinido

Inversión: 69 euros

Derecho de entrada: 69 euros

Superficie mínima: No necesita local

Población mínima: 500 habitantes

Contacto: Claudio Tor Tor (asociado a GNO)

Teléfono: 648 54 71 41

Correo: sercia@sercia.com

Web: [www.documentos.ano-site.com/presentacion.pdf](http://www.documentos.ano-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 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Teléfono: 954 35 41 41

Correo: bionat@telefonica.net

## Gocco

*Tiendas de ropa infantil*

Origen: España

Sede: Alcobendas

Unidades en España: 122 (+ 73 rincones)

Unidades asociadas: 50

Inversión: 650/1.050 euros por m<sup>2</sup>

Superficie mínima: 90 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 728 04 30

Correo: franchise@gocco.es

Web: www.gocco.es

## Hamelin

*Centros de educación infantil (guarderías)*

Origen: España

Sede: Alella

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 3

## Goldcar Rental

*Alquiler de vehículos*

Origen: España

Sede: Sant Joan d'Alacant

Primera unidad propia: 1988

Unidades en España: 31

Unidades asociadas: 0

Unidades en el extranjero: 4

Duración del contrato: 5 años

Inversión: 59.300 euros (para 30 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 15.000 euros

Superficie mínima: 16 m<sup>2</sup>

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)



Inversión: 170.000 euros (para 400 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 350 m<sup>2</sup> + 75 de patio

Teléfono: 93 555 22 96

Correo: comercial@franquiciashamelin.com

Web: www.franquiciashamelin.com

## Happy Travel

*Agencia de viajes*

Origen: España

Sede: Espartinas

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 1

Superficie mínima: 25 m<sup>2</sup>

Teléfono: 619 44 65 33

Correo: happytravel@happytravel.es

Web: www.happytravel.es

## Haya Travel

*Agencia de viajes*

Origen: España

Sede: Almansa

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 6

Teléfono: 96 731 30 14 / 96 734 10 27

Correo: info@hayatravel.com

Web: www.hayatravel.com

## Helen Doron Early English

*Centros de enseñanza de inglés para niños de 3 meses a 18 años*

Origen: Israel

**Unidades en España:** 21  
(+ 4 profesores semiindependientes)  
**Unidades asociadas:** 21 (+ 4)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 900 99 18 68  
**Correo:** conhair@helendoron.com  
**Web:** www.helendoron.es

### Hombre Actual

*Peluquería y estética masculina*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 2  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 52.000 euros + obra civil (para 100 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 550 14 12  
**Correo:** alfredo.rodriguez@hombreactual.com  
**Web:** www.hombreactual.com

### 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 733 62 13  
**Correo:** expansion@hope1967.com  
**Web:** www.hope1967.com

### Hot Chocolate Kebab

*Restauración étnica*  
**Origen:** España  
**Sede:** Cartagena  
**Unidades en España:** 2  
**Unidades asociadas:** 1  
**Inversión:** 95.000 euros (para 90 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 92 91 90 / 968 08 60 95  
**Correo:** info@grupobarril.com  
**Web:** www.grupobarril.com

### Humor&Cómicos

*Espéctáculos de humor y monólogos*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 20 rincones en establecimientos de hostelería  
**Unidades asociadas:** 20  
**Inversión:** Solo derecho de entrada (para negocios de hostelería ya existentes)  
**Superficie mínima:** Rincón en local de hostelería  
**Teléfono:** 91 440 13 58 / 91 440 13 59 / 629 726 490  
**Correo:** info@humorycomicos.com  
**Web:** www.humorycomicos.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 m<sup>2</sup>)  
**Derecho de entrada:** 15.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** 285 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 200.000 habitantes  
**Contacto:** Alex Townend  
**Teléfono:** 943 33 68 81  
**Correo:** alex@hsw.com.es  
**Web:** www.hsw.com.es



### I Love Caffè

*Cafetería, pastelería*  
**Origen:** España  
**Sede:** Basauri  
**Unidades en España:** 1 (+ 2 rincones)  
**Unidades asociadas:** 0 (+ 2)  
**Inversión:** 35.000 euros (para 40 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 94 647 44 08  
**Correo:** administracion@food4u.es  
**Web:** www.food4u.es

### Igual

*Alta bisutería y complementos*  
**Origen:** España  
**Sede:** Zaragoza  
**Unidades en España:** 6  
**Unidades asociadas:** 5  
**Inversión:** 20.000 euros + obra civil (para 30 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 976 730 646 / 682 688 682  
**Correo:** contacto@tiendasigual.com  
**Web:** www.tiendasigual.com

### Il Caffè di Roma

*Venta y degustación de café, té y chocolatería, 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 m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
(30 m<sup>2</sup> para quiosco en centro comercial)  
**Población mínima:** 30.000 habitantes  
**Teléfono:** 93 229 45 80  
**Correo:** expansion@lavazza.es  
**Web:** www.ilcaffediroma.com

### Il Tempietto

*Restaurante y tienda de comida italiana*  
**Origen:** España  
**Sede:** Aravaca  
**Unidades en España:** 21  
**Unidades asociadas:** 13  
**Inversión:** 450.000 euros (para 250 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 100.000 habitantes  
**Teléfono:** 91 382 98 00  
**Correo:** expansion@zena.com  
**Web:** www.itempietto.com

### i-Neumáticos.es

*Venta de neumáticos por Internet con*



*servicio móvil de montaje*  
**Origen:** España  
**Sede:** Zaragoza  
**Primera unidad asociada:** 2008  
**Unidades en España:** 27 talleres móviles  
**Unidades asociadas:** 27  
**Duración del contrato:** 5 años  
**Inversión:** 55.140 euros  
(35.000 euros por leasing)  
**Derecho de entrada:** 15.000 euros + IVA  
**Superficie mínima:** No necesita local (talleres móviles de montaje)  
**Población mínima:** Parque de 50.000 vehículos (turismos, camionetas y 4x4)  
**Contacto:** Departamento de Expansión  
**Teléfono:** 91 444 81 63 / 91 309 65 15  
**Correo:** maria.galleo@bya.es  
**Web:** www.i-neumaticos.es



### 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 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup> (quioscos)  
**Teléfono:** 93 576 35 16  
**Correo:** franquicias@ingredientscafe.es  
**Web:** www.ingredientscafe.es

### Instituto Iberochino

*Enseñanza del idioma chino mandarín. Servicios de traducción, intérpretes y consultoría*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 5  
**Unidades asociadas:** 4  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 298 62 03  
**Correo:** info@iberochino.com  
**Web:** www.iberochino.com

### In-Vitta

*Nutrición y bienestar*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 4  
**Unidades asociadas:** 3  
**Inversión:** 24.000 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 435 16 58  
**Correo:** info@in-vitta.com  
**Web:** www.in-vitta.com

### ISEP Clínic

*Gabinete multidisciplinar de problemas de aprendizaje y salud*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 22  
**Unidades asociadas:** 20  
**Superficie mínima:** 90 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 80.000 habitantes  
**Teléfono:** 93 487 77 77  
**Correo:** franquicias@isepclinic.es  
**Web:** www.isepclinic.es

### It Style

*Cosmética y maquillaje*  
**Origen:** España  
**Sede:** Las Rozas  
**Unidades en España:** 10  
**Unidades asociadas:** 9  
**Inversión:** 76.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 50.000 habitantes  
**Teléfono:** 902 89 88 85  
**Correo:** info@itstylemilano.com  
**Web:** www.itstylemilano.com

## Jamaica Coffee Shop

Coffee shop

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 84

Unidades asociadas: 44

Inversión: 180.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 80 m<sup>2</sup>

(25 m<sup>2</sup> para quiosco en centro comercial)

Teléfono: 91 495 10 00 / 91 495 10 09

Correo: expansionjamaica@gruporodilla.com

Web: www.jamaicacoffeeshop.es

## Join Us

Tiendas de moda infantil

Origen: España

Sede: Cornellà

Unidades en España: 42

Unidades asociadas: 32

Inversión: 25.000/30.000 euros + obra civil (para 60 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 377 20 38

Correo: joinus@gruportextildl.com

Web: www.joinus.es

## Kumon

Centros de enseñanza con método propio basado en las matemáticas y la lectura

Origen: Japón

Sede: Madrid

Unidades en España: 209 (+ 47 ríncones 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>

Teléfono: 93 318 53 56

Correo: kurz-gut@kurz-gut.com

Web: www.kurz-gut.com

## La Academia Empresas

Cursos subvencionados para trabajadores en activo

Origen: España

Sede: San Sebastián

Unidades en España: 20

Unidades asociadas: 15

Inversión: 19.500 euros + IVA

Superficie mínima: 15 m<sup>2</sup>

Teléfono: 902 211 151

Correo: j.alba@laacademiaempresas.com

Web: www.laacademiaempresas.com

## La Botellita

Bares de copas en miniaturas

Origen: España

Sede: Marbella

Unidades en España: 20

Unidades asociadas: 16

Inversión: 90.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 95 277 14 04

Correo: franquicias@labotellita.com

Web: www.labotellita.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](mailto:noelia@lamafia.es)

Web: [www.lamafia.es](http://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: atcliente@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>

Correo: info@latableria.com

Web: www.latableria.com

## La Tagliatella

Restauración especializada

Origen: España

Sede: Lleida

Unidades en España: 109

Unidades asociadas: 85

Inversión: 639.000 euros (para 250 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 250 m<sup>2</sup>

Correo: expansion@latagliatella.es

Web: www.latagliatella.es

## La Ventana Natural

Dietética, cosmética natural y complementos de la dieta

Origen: España

Sede: Leganés

Unidades en España: 60

Unidades asociadas: 46

Inversión: 30.000 euros + obra civil (para 40 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 683 83 06

Correo: roberto.bullido@ynsadietsa.com

Web: www.ynsadiet.com

## Laormiga

Venta de ropa y calzado

Origen: España

Sede: Ecija

Unidades en España: 10

Unidades asociadas: 6

Inversión: 23.000 euros + obra civil (para 40 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 40 m<sup>2</sup>

Teléfono: 954 83 17 19 / 691 429 815

Correo: laormiga@gmail.com

Web: www.laormiga.com

## Laser Space

Centros de ocio basados en el juego Laser Tag

Origen: España

Sede: Jerez de la Frontera

Unidades en España: 4

Unidades asociadas: 3

Inversión: 95.000 euros (para 200 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 200 m<sup>2</sup>

Teléfono: 956 30 75 45 / 956 18 49 41

Correo: comercial@laserspace.es

Web: www.laserspace.es

## Lemongrass

Restauración. Fusión asiática

Origen: España

Sede: Valencia

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 1

Inversión: 197.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Correo: info@lemongrass.es

Web: www.lemongrass.es

## 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](mailto:info@leadermobile.es)

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

## Lipotherm Center

Estética

Origen: España

Sede: Castellón

Unidades en España: 10

Unidades asociadas: 9

Inversión: 390 euros al mes durante 60 meses + obra civil (maquinaria en depósito)

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>

Teléfono: 680 42 34 84 / 964 22 65 76

Correo: info@lipothermcenter.com

Web: www.lipothermcenter.com

## Lipovello

Estética y cuidado personal

Origen: España

Sede: Sant Joan Despí

Unidades en España: 1

Unidades asociadas: 0

Inversión: 55.000 euros (para 60 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Teléfono: 605 684 732 / 669 440 041

Correo: info@lipovello.net

Web: www.lipovello.net

## Little Kings Boutique Infantil

Moda infantil

Origen: España

Sede: Andújar

Unidades en España: 64

Unidades asociadas: 60

Inversión: 30.000/40.000 euros + obra civil (mercancía en depósito) (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 90 m<sup>2</sup>

Teléfono: 953 50 45 00

Correo: central@littlekings.es

Web: www.littlekings.es

## 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

Correo: expansion@comessgroup.com

Web: www.comessgroup.com

## Llongueras Elite

Peluquería y belleza en franquicia

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 32

(+ 44 asociados sin imagen corporativa)

## 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



Unidades asociadas: 17 (+ 44)

Inversión: 105.000/140.000 euros + IVA

Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 363 51 31 / 93 451 27 37

Correo: franquicias@llongueras.com

Web: www.llongueras.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

## Luxenter

Comercialización de artículos de joyería

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 3

(+ 101 rincones + 2.235 joyerías multimarca)

Unidades asociadas: 0

(+ 16 rincones + 2.235 joyerías multimarca)

Inversión: 90.000 euros (para 35 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 411 06 91

Correo: atcliente@luxenter.com

Web: www.luxenter.com

## Mango/MNG

Textil

Origen: España

Sede: Palau Solità i Plegamans

Unidades en España: 314

Unidades asociadas: 110

Inversión: 1.400 euros por m<sup>2</sup>



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

Superficie mínima: 300 m<sup>2</sup>

Correo: intfranchise@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>

## 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: 16

Unidades asociadas: 10

Duración del contrato: 10 años (5 + 5)

Inversión: 160.000 euros (para 100 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)

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>

Población mínima: 10.000 habitantes

Teléfono: 976 42 50 69

Correo: maxwapa@maxwapa.com

Web: www.maxwapa.es

## Medical Aesthetic

Franquicia especializada en medicina estética

Origen: España

Sede: Ogijares

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 5

Inversión: 91.400 euros + maquinaria + IVA (para 100 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Población mínima: 50.000 habitantes

Teléfono: 902 180 365 / 958 257 957

Correo: expansion@medicaesthetic.es

Web: www.medicaesthetic.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>



Derecho de entrada: 20.000 euros + IVA

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 607 494 779

Correo: barcelona@bva.es

Web: www.masqmenos.com

## Momi & Toy's

Comercialización del rolled 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: 4

Unidades asociadas: 0

Unidades en el extranjero: 150

Duración del contrato: 5 años

Inversión: 60.000 euros (modalidad móvil)/80.000 euros (establecimiento tradicional)

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



Derecho de entrada: 9.000 euros

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@hya.es](mailto:barcelona@hya.es)

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

Población mínima: 15.000 habitantes

Teléfono: 902 02 71 35

Correo: [franquicias@meigallo.com](mailto:franquicias@meigallo.com)

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

## Mephisto

Calzado

Origen: Francia

Sede: La Vall d'Uixó

Unidades en España: 6 (+ 56 rincones)

Unidades asociadas: 6 (+ 56)

Superficie mínima: 35 m<sup>2</sup>

Teléfono: 964 69 17 92 / 667 455 785

Correo: [manager@mephisto-spain.com](mailto:manager@mephisto-spain.com)

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

## Metro Kids Company USA

Moda infantil

Origen: Estados Unidos

Sede: Madrid

Unidades en España: 4

Unidades asociadas: 4

Inversión: 125.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>

Teléfono: 699 70 69 24

Correo: [pentuca@metrokidscompany.es](mailto:pentuca@metrokidscompany.es)

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

## Millennium Club Fitness

Centros deportivos de bajo coste

Origen: España

Sede: Zaragoza

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 1

Inversión: 225.000 euros + obra civil (para 1000 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 500 m<sup>2</sup>

Población mínima: 15.000 habitantes

Teléfono: 976 306 511 / 976 306 512

Correo: [info@gestionimnassios.com](mailto:info@gestionimnassios.com)

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

## Misako

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

Origen: España

Sede: Esparraguera

Unidades en España: 179

Unidades asociadas: 77

Inversión: 120.000 euros (mercancía en depósito) (para 80 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>

Población mínima: 75.000 habitantes

Teléfono: 93 770 86 28

Correo: [acarascosa@misako.es](mailto:acarascosa@misako.es)

Web: [www.misakoshop.com](http://www.misakoshop.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>

Población mínima: 20.000 habitantes

Teléfono: 91 517 94 65

Correo: [central@multiaventura.com](mailto:central@multiaventura.com)

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

## Mundoclases

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

Origen: España

Sede: Ourense

Unidades en España: 7 (+ 1 rincón)

Unidades asociadas: 4 (+ 1)

## 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: 38

Unidades asociadas: 37

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: Núcleo de concentración de viviendas unifamiliares

Contacto: Departamento de Expansión

Teléfono: 91 444 81 63 / 91 309 65 15

Correo: [mundopan@hya.es](mailto:mundopan@hya.es)

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



Inversión: 29.700 euros + obra civil

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>

Población mínima: 50.000 habitantes

Teléfono: 902 92 24 03

Correo: [franquicias@mundoclases.com](mailto:franquicias@mundoclases.com)

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

## MyHair Barcelona

Centros especializados en extensiones de cabello

Origen: España

Sede: L'Hospitalet de Llobregat

Unidades en España: 4

## 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

**nails 4'us**  
estética de uñas

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](mailto:agamez@myhairbarcelona.com)

Web: [www.myhairbarcelona.com](http://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>

Correo: [montsep@nafnaf.es](mailto:montsep@nafnaf.es)

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

## Nanos

Confección infantil

Origen: España

Sede: A Coruña

Unidades en España: 60 (+ 3 rincones)

Unidades asociadas: 15

Inversión: 169.000 euros (para 85 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Población mínima: 80.000 habitantes

Teléfono: 98 124 82 98

Correo: [contacto@nanos.es](mailto:contacto@nanos.es)

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

## Naturhouse

Venta de productos dietéticos

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 808

Unidades asociadas: 707



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](mailto:mescribano@nails4us.es)

Web: [www.nails4us.com](http://www.nails4us.com)

**Inversión:** 29.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 448 65 02  
**Correo:** info@naturhouse.com  
**Web:** www.naturhouse.com

### Neck & Neck

*Moda infantil*  
**Origen:** España  
**Sede:** San Fernando de Henares  
**Unidades en España:** 154 (+ 35 rincones)  
**Unidades asociadas:** 47  
**Inversión:** 180.000 euros + mercancía (para 60 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 678 18 30  
**Correo:** expansion@neckandneck.com  
**Web:** www.neckandneck.com

### Nemomarin

*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  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 745 47 47  
**Correo:** info@nuba.net  
**Web:** www.nuba.net

### Nuo Dermoestética

*Tratamientos dermoestéticos con tecnología médica*  
**Origen:** España  
**Sede:** Manresa  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 100.000 euros (para 45 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 40.000 habitantes  
**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>  
**Teléfono:** 902 43 12 48  
**Correo:** info@omammamia.com  
**Web:** www.omammamia.com

### Oh my Cut!

*Salones de peluquería*  
**Origen:** España  
**Sede:** Elche  
**Unidades en España:** 35  
**Unidades asociadas:** 21  
**Inversión:** 77.000 euros (para 70 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>

### Ö!mygood

*Frozen yogur*  
**Origen:** España  
**Sede:** Pozuelo  
**Primeras unidades:** 2010 (propia)/2011 (asociada)  
**Unidades en España:** 13 (+ 3 quioscos en centros comerciales)  
**Unidades asociadas:** 11 (+ 3)  
**Duración del contrato:** 5 años  
**Inversión:** 53.000 euros (para 55 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  
**Web:** www.omygood.es



**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  
**Web:** www.oscarg.com

### Overclass Slim Center

*Adelgazamiento, bienestar, estética*  
**Origen:** Italia  
**Sede:** Valencia  
**Unidades en España:** 1  
 (+ 19 rincones + 4 Aesthetic Solutions)  
**Unidades asociadas:** 0  
 (+ 19 rincones + 3 Aesthetic Solutions)  
**Inversión:** 197.000 euros (para 60 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@overteam.es  
**Web:** www.overclass.it

### Paca García

*Moda mujer especializada en talla grande*  
**Origen:** España  
**Sede:** Logroño  
**Unidades en España:** 9  
**Unidades asociadas:** 5  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>

### Oro Rapid

*Compra de oro en locales ubicados en centros comerciales*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid  
**Primera unidad propia:** 2011  
**Unidades en España:** 4  
**Unidades asociadas:** 0  
**Duración del contrato:** 3 años  
**Inversión:** 27.500 euros (para 6 m<sup>2</sup>)



**Teléfono:** 966 215 033  
**Correo:** franquicias@ohmycut.com  
**Web:** www.ohmycut.com

### Óscar G

*Peluquería, estética y cosmética*  
**Origen:** España  
**Sede:** Vitoria  
**Unidades en España:** 10 (+ 1 academia de peluquería y escuela de perfeccionamiento)



**Derecho de entrada:** 15.000 euros  
**Superficie mínima:** 6 m<sup>2</sup> (quiosco)  
**Contacto:** Departamento de Expansión  
**Teléfono:** 91 444 81 61  
**Correo:** ororapid@bya.es  
**Web:** www.ororapid.es

**Teléfono:** 941 235 599 / 659 470 639  
**Correo:** expansion@pacagarcia.com  
**Web:** www.pacagarcia.com

### Pacha

*Discoteca*  
**Origen:** España  
**Sede:** Ibiza  
**Unidades en España:** 10 (+ 7 restaurantes Pacha)  
**Unidades asociadas:** 7 (+ 1)

**Superficie mínima:** 800 m<sup>2</sup> (+ 100 de servicios)  
**Teléfono:** 971 31 36 12  
**Correo:** marta@pacha.com  
**Web:** www.pacha.com

## Paco Martínez

*Bolsos, accesorios de moda, marroquinería, maletas*  
**Origen:** España  
**Sede:** Pedreguer  
**Unidades en España:** 83  
**Unidades asociadas:** 7  
**Inversión:** 35.000 euros + obra civil + IVA (mercancia en depósito) (para 100 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 80 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 10 24 10  
**Correo:** franquicias@pacomartinez.com  
**Web:** www.pacomartinez.com

## Paleocenter

*Centro clínico deportivo*  
**Origen:** España  
**Sede:** Arrecife  
**Unidades en España:** 1  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 200.000/250.000 euros + obra civil  
**Superficie mínima:** 800 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 50.000 habitantes  
**Teléfono:** 91 431 41 87  
**Correo:** paleocenter@solucionesenfranquicia.com  
**Web:** www.paleocenter.es

## Panchito

*Restauración mexicana*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 7  
**Unidades asociadas:** 2  
**Inversión:** 200.000 euros (para 150 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 120 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 20.000 habitantes  
**Teléfono:** 93 202 26 21  
**Correo:** franquicias@panchito.com  
**Web:** www.panchito.com

## Paqui Barroso

*Diseño, producción y venta de moda infantil de alta calidad para niños de 0 a 14 años*  
**Origen:** España  
**Sede:** Arcos de la Frontera  
**Unidades en España:** 5  
**Unidades asociadas:** 2  
**Inversión:** 58.000 euros  
**Superficie mínima:** 60 m<sup>2</sup>  
**Población mínima:** 50.000 habitantes  
**Teléfono:** 956 72 78 00 / 615 46 28 57  
**Correo:** info@paquibarroso.es  
**Web:** www.paquibarroso.es

## Parlamento. La Catedral del Tapeo

*Taberna especializada en tapas andaluzas*  
  
**Origen:** España  
**Sede:** Murcia  
**Primera unidad propia:** 1994  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 0  
**Duración del contrato:** 5 años  
**Inversión:** 112.000 euros (para 70 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@bva.es  
**Web:** www.parlamentoandaluz.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))  
**Correo:** passaro@passaro.com  
**Web:** www.passaro.es

## Pasta City

*Restauración italiana*  
**Origen:** España  
**Sede:** Pozuelo de Alarcón  
**Unidades en España:** 34  
**Unidades asociadas:** 33  
**Inversión:** 1.000 euros por m<sup>2</sup>  
**Superficie mínima:** 170 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 490 28 05  
**Correo:** expansion@comessgroup.com  
**Web:** www.comessgroup.com

## 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>

## 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@bva.es  
**Web:** www.pastacorner.es

**Teléfono:** 93 176 34 14  
**Correo:** luis.jonama@pelostop.com  
**Web:** www.pelostop.com

## Pelu&Co

*Peluquerías*  
**Origen:** Francia  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 3  
**Unidades asociadas:** 1  
**Inversión:** 30.000 euros (para 50 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 310 42 82 / 91 575 57 01  
**Correo:** expansion@provalliance.es

## Planeta Màgic

*Parques de ocio infantil. Fabricante de estructuras de juego modulares e hinchables para parques infantiles*  
**Origen:** España  
**Sede:** Barcelona  
**Unidades en España:** 32  
**Unidades asociadas:** 30  
**Inversión:** 80.000/100.000 euros + obra civil (para 500 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 272 04 74  
**Correo:** franquicia@planetamagic.com  
**Web:** www.planetamagic.com

## PlanTour Viajes

*Agencia de viajes*  
**Origen:** España  
**Sede:** Inca  
**Unidades en España:** 77  
**Unidades asociadas:** 75  
**Inversión:** 4.500 euros (Travel Manager)/10.900 (Low Cost)/14.900 + obra civil (llave en mano)  
**Superficie mínima:** 30 m<sup>2</sup>  
**Correo:** expansion@plantour.es  
**Web:** www.plantourfranquicias.es

## Poète

*Moda femenina*  
**Origen:** España  
**Sede:** Madrid

**Unidades en España:** 5 (+ 4 rincones)  
**Unidades asociadas:** 0  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 91 523 80 09 / 660 42 14 52  
**Correo:** expansion@tiendapoete.com  
**Web:** www.tiendapoete.com

## Publimedia

*Formación gratuita para empresas*  
**Origen:** España  
**Sede:** Parets del Vallès  
**Unidades en España:** 39  
**Unidades asociadas:** 38  
**Inversión:** 28.000 euros + obra civil + IVA  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 93 188 88 00 / 93 870 80 48  
**Correo:** expansion@publimedia.es  
**Web:** www.publimediaformacion.com

## Pulsazione

*Centros de fotodepilación y estética*  
**Origen:** España  
**Sede:** Villanueva de la Cañada  
**Unidades en España:** 80  
**Unidades asociadas:** 76  
**Inversión:** Derecho de entrada + obra civil + cuotas mensuales de 800 euros más IVA durante 5 años (incluyen mantenimiento y publicidad)  
**Superficie mínima:** 40 m<sup>2</sup>  
**Correo:** info@pulsazione.es  
**Web:** www.pulsazione.es

## Punto Pasta, Pasta & Salads

*Restaurantes pizzería temáticos basados en la producción de gran variedad de pasta fresca corta, larga, rellena, ñoquis, risottos y ensaladas*  
**Origen:** España  
**Sede:** Basauri  
**Unidades en España:** 1  
**Unidades asociadas:** 0  
**Inversión:** 150.000 euros (para 130 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 70 m<sup>2</sup>  
**Correo:** administracion@food4u.es  
**Web:** www.food4u.es

## Qualitas Grupo Turístico

Agencia de viajes

Origen: España

Sede: Zarzán

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

Web: www.grupoqualitas.com

## R. García

Alta bisutería y complementos

Origen: España

Sede: Valencia

Unidades en España: 3

Unidades asociadas: 1

Inversión: 30.000 euros + IVA (para 20 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 20 m<sup>2</sup>

Teléfono: 96 351 48 71

Correo: bisorga@terra.es

Web: www.rgarciaisuteria.com

## Repara tu Vehículo

Talleres de autorreparación y mantenimiento de vehículos



Origen: España

Sede: Iurreta

Primeras unidades: 2009 (propia)/2011 (asociada)

Unidades en España: 5

Unidades asociadas: 3

Inversión: 84.000 euros (para 350 m<sup>2</sup>)

Derecho de entrada: 9.000 euros + IVA

Superficie mínima: 350 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)



## Ribs La Casa de Las Costillas

Restaurante de comida tradicional americana

Origen: España

Sede: Ajalvir

Unidades en España: 14

Unidades asociadas: 5

Inversión: Desde 950.000 euros (para 500 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 450 m<sup>2</sup>

Población mínima: 75.000 habitantes

Teléfono: 669 82 80 89

Correo: ribs.franquicias@eatout.es

Web: www.ribs.es

## Rock & Ribs

Restaurante del sureste americano

Origen: España

Sede: Pozuelo de Alarcón

Unidades en España: 14

Unidades asociadas: 13

Inversión: Desde 1.100 euros por m<sup>2</sup>

Superficie mínima: 200 m<sup>2</sup>

Población mínima: 100.000 habitantes

Teléfono: 91 490 28 05

Correo: expansion@comessgroup.com

Web: www.comessgroup.com

## Roscoking

Pastelería (americana dulce, primordialmente, y salada), heladería y cafetería

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 5

Unidades asociadas: 1

Inversión: 110.000 euros (para 80 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup> (20 m<sup>2</sup> para quiosco)

Población mínima: 50.000 habitantes

Teléfono: 983 219 077 / 91 411 66 19 / 677 53 66 84

Correo: expansion@roscoking.com

Web: www.roscoking.com

## Segway

Transporte urbano para personas

Origen: Estados Unidos

Sede: Sabadell

Unidades en España: 40 (+ 25 ríncones)

Unidades asociadas: 40 (+ 25)

Superficie mínima: 25 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 727 46 32

Correo: medios@segway.es

Web: www.segway.es

## Soca Taquería & Bar

Restaurantes temáticos surcalifornianos

Origen: España

Sede: Sitges

Unidades en España: 2

Unidades asociadas: 0

Inversión: 1.000 euros por m<sup>2</sup>

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 620 81 20 46

Correo: franquicias@soca.es

Web: www.soca.es

## Solmania Sun & Beauty

Centros de bronceado y estética

Origen: España

Sede: Barcelona

Unidades en España: 124

Unidades asociadas: 91

Inversión: 150.000 euros (Solmania Junior)/300.000 (Solmania)

Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup> (Solmania Junior)/150 (Solmania)

Teléfono: 93 208 10 11

Correo: info@solmania.com

Web: www.solmania.com

## Spa Zenter Esthetic & Culture

Balneario urbano fusionado con centro de estética.

Servicio integral en belleza, salud, culto al cuerpo y relax en un mismo lugar

Origen: España

Sede: Gavà

Unidades en España: 6

Unidades asociadas: 2

Inversión: Desde 80.000 euros (para 125 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 125 m<sup>2</sup>

Teléfono: 93 680 58 43

Correo: jmollevi@grupofic.com

Web: www.spazenter.com

## Spaxión

Diseño, construcción, gestión y explotación de centros spa y wellness

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 11

Unidades asociadas: 10

Inversión: 200.000 euros + IVA (para 150 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 150 m<sup>2</sup>

Correo: info@asetrabalnearios.com

Web: www.spaxion.com

## Spejo's Peluqueros

Peluquería y belleza

Origen: España

Sede: Madrid

Unidades en España: 181

Unidades asociadas: 111

Inversión: 100.000 euros (para 80 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>

Correo: expansion@spejos.es

Web: www.spejos.es

## Spoletto

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

Teléfono: 91 185 58 00

Correo: joaquin.lasa@proinlase.es

Web: www.spoletto.es

## StetikXpress

Servicios de aromaterapia, higiene y belleza, cosmética, manicura y pedicura, fisioterapia, masajes, sauna, baño turco, solárium, servicios de spa

Origen: Portugal

Sede: Braga

Unidades en España: 8

Unidades asociadas: 8

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Teléfono: 911 895 171 / 902 11 01 37

Correo: info@stetikxpress.es

Web: www.stetikxpress.es

## Sushi Itto

Restauración japonesa con servicio a domicilio y para llevar

Origen: México

Sede: Madrid

Unidades en España: 4

Unidades asociadas: 0

Inversión: 299.000 euros + IVA (para 130 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 130 m<sup>2</sup>

Teléfono: 91 531 52 99

Correo: franquicias@sushi-itto.es

Web: www.sushi-itto.es

## Taberna Casa del Volapié

Taberna de tapas andaluzas

Origen: España

Sede: Marbella

Unidades en España: 14

Unidades asociadas: 9

Inversión: 133.500 euros

Superficie mínima: 100 m<sup>2</sup>

Teléfono: 952 820 542

Correo: info@tabernadelvolapie.com

Web: www.tabernadelvolapie.com

## Tad Bisutería y Complementos

Venta de bisutería y complementos

Origen: España

Sede: San Fulgencio

Unidades en España: 41

Unidades asociadas: 38

Inversión: 35.000/50.000 euros + obra civil (para 50 m<sup>2</sup>)

Superficie mínima: 60 m<sup>2</sup>

Teléfono: 966 92 45 07  
Correo: info@tadmarket.es  
Web: www.tadmarket.es

## Teentrends by Raffel Pages

Concepto joven, informal y urbano de la peluquería de Raffel Pages

Origen: España  
Sede: Barcelona  
Unidades en España: 12  
Unidades asociadas: 8  
Inversión: Desde 24.000 euros + obra civil (para 50 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 65 m<sup>2</sup>  
Población mínima: 20.000 habitantes  
Teléfono: 93 205 24 19  
Correo: cpolo@raffelpages.com  
Web: www.raffelpages.com

## Templo del Masaje

Salud, belleza y bienestar

Origen: España  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 2  
Unidades asociadas: 1  
Inversión: 90.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Población mínima: 100.000 habitantes  
Teléfono: 91 373 31 93  
Correo: info@templodelmasaje.com  
Web: www.templodelmasaje.com

## Tetería Las Mil y Una Noche

Tetería, café-teatro

Origen: España  
Sede: Petrer  
Unidades en España: 2  
Unidades asociadas: 0  
Inversión: 100.000 euros (para 100 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 70 m<sup>2</sup>  
Población mínima: 40.000 habitantes  
Teléfono: 680 65 38 80  
Correo: info@teterialasmilyunanoche.com  
Web: www.teterialasmilyunanoche.com

## Toma Jamón

Tabernas especializadas en jamón y vino

Origen: España  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 8  
Unidades asociadas: 3  
Inversión: 96.000 euros + IVA (para 70 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 50 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 91 444 81 63 / 91 309 65 15  
Correo: expansion@bya.es  
Web: www.tomajamon.com

## 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)

## 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: expansion@bya.es  
Web: www.theknife.es



## 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>  
Población mínima: 150.000 habitantes  
Teléfono: 963 52 90 20 / 626 09 81 01  
Correo: jboix@toniandguy-spain.com  
Web: www.toniandguy-spain.com

## Tony Roma's

Restauración estadounidense especializada en costillas

Origen: Estados Unidos  
Sede: Madrid

## 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)



Unidades en España: 21  
Unidades asociadas: 15  
Inversión: 1.250 euros por m<sup>2</sup> (para 450 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 450 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 91 311 29 29  
Correo: franquicias@tonyromas.es  
Web: [www.tonyromas.com](http://www.tonyromas.com) (en inglés)

## Totto

Producción y comercialización de ropa, maletines y accesorios

Origen: Colombia  
Sede: Madrid  
Unidades en España: 3 (+ 450 tiendas multimarca)  
Unidades asociadas: 0 (+ 450)

## 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  
Teléfono: 607 294 382  
Correo: [jordi.losantos@bya.es](mailto:jordi.losantos@bya.es)  
Web: [www.tomodos.com](http://www.tomodos.com)



Inversión: 119.000 euros (opción de mercancía en depósito) (para 70 m<sup>2</sup>)  
Superficie mínima: 30 m<sup>2</sup>  
Teléfono: 91 190 38 36  
Correo: [julia.fernandez@totto.es](mailto:julia.fernandez@totto.es)  
Web: [www.totto.com](http://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>  
Teléfono: 944 16 83 48 / 639 17 74 85  
Correo: [trakabarraka@trakabarraka.com](mailto:trakabarraka@trakabarraka.com)  
Web: [www.trakabarraka.com](http://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>

**Población mínima:** 50.000 habitantes

**Teléfono:** 947 47 32 61

**Correo:** expansion@trasluz.net

**Web:** www.trasluz.net

## Trastes Centros de Educación Infantil

*Educación infantil*

**Origen:** España

**Sede:** Sigüeiro-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

**Población mínima:** 20.000 habitantes

**Teléfono:** 881 981 905 / 608 761 671

**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>

**Población mínima:** 30.000 habitantes

**Teléfono:** 91 304 52 00

**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>

**Población mínima:** 120.000 habitantes

**Teléfono:** 91 484 44 00

**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>

**Población mínima:** 100.000 habitantes

**Teléfono:** 902 89 88 94

**Correo:** bharat@ucmas.es

**Web:** www.ucmas.es

## 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>

**Población mínima:** 10.000 habitantes

**Teléfono:** 96 381 96 90 / 627 953 829

**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>

**Población mínima:** 150.000 habitantes

**Teléfono:** 93 252 06 00

**Correo:** xilincheta@boneconomistes.es

**Web:** www.restauranteutopik.com

## Valor Chocolaterías

*Hostelería (chocolatería y bombonera)*

**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>

**Teléfono:** 96 589 09 50 / 96 589 09 54

**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>

**Población mínima:** 25.000 habitantes

**Teléfono:** 902 90 75 23

**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>

**Población mínima:** 5.000 habitantes

**Teléfono:** 96 278 33 85

**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>

**Población mínima:** 12.000 habitantes

**Teléfono:** 942 23 00 70

**Correo:** info@centrovelvet.com

**Web:** www.centrovelvet.com

## Viajes Azul Marino

*Agencias de viajes*

**Origen:** España

**Sede:** Bilbao

**Unidades en España:** 7

**Unidades asociadas:** 3

**Inversión:** 8.000 euros + obra civil (para 30 m<sup>2</sup>)

**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>

**Población mínima:** 50.000 habitantes

**Teléfono:** 667 70 66 76

**Correo:** expansion@viajesazulmarino.com

**Web:** www.viajesazulmarino.com

## Viajes Carrefour

*Agencias de viajes*

**Origen:** Francia

**Sede:** Alcobendas

**Unidades en España:** 388

**Unidades asociadas:** 312

**Inversión:** 18.000 euros + obra civil + IVA  
(3.000 euros + IVA para agencias existentes)

**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>

**Población mínima:** 15.000 habitantes

**Teléfono:** 902 400 045

**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>

**Teléfono:** 94 420 60 65

**Correo:** desarrollo@globalia-corp.com

**Web:** www.viajesecuador.com

## Viajes Ibertour

*Agencias de viajes*

**Origen:** España

**Sede:** Barcelona

**Unidades en España:** 2

(+ 1 oficina comercial de empresas)

**Unidades asociadas:** 0 (+ 1)

**Inversión:** 15.000 euros + obra civil (para 25 m<sup>2</sup>)

**Superficie mínima:** 25 m<sup>2</sup>

**Población mínima:** 25.000 habitantes

**Teléfono:** 93 353 53 71

**Correo:** info@viajesibertour.com

**Web:** www.viajesibertour.com

## Viajes Outlet

*Agencia de viajes low cost*

**Origen:** España

**Sede:** Las Palmas de Gran Canaria

**Unidades en España:** 39

**Unidades asociadas:** 37

**Inversión:** 15.000 euros (para 25 m<sup>2</sup>)

(1.600/4.800 euros para una agencia online)

**Superficie mínima:** 20 m<sup>2</sup>

**Población mínima:** 4.000 habitantes

**Teléfono:** 902 00 28 52 / 93 188 87 33

**Correo:** info@viajes-outlet.com

**Web:** www.viajes-outlet.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>

**Teléfono:** 91 392 01 04

**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>

**Teléfono:** 91 521 75 57

**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>  
**Teléfono:** 91 561 90 52  
**Correo:** bpascual@vibro-fitness.com  
**Web:** www.vibro-fitness.com

## Vid Bowling

Bohala, parque infantil (Vid Boys), zona recreativa (Vid Games), pool hall y Vid Bar

**Origen:** España  
**Sede:** Campanillas  
**Unidades en España:** 6  
**Unidades asociadas:** 4  
**Inversión:** 2.500.000 euros (para 2000 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 2.000 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 28 53 12  
**Correo:** expansion@grupovid.com  
**Web:** www.vidbowling.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>  
**Teléfono:** 902 28 53 12  
**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>  
**Teléfono:** 91 521 03 63  
**Correo:** franquicias@vilmastoned.com  
**Web:** www.abalorios.com

## 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>

## 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  
**Web:** www.vitalia.com.es



**Teléfono:** 91 375 65 60  
**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>  
**Teléfono:** 00 351 210 970 651  
**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>  
**Teléfono:** 965 52 35 99  
**Correo:** central@volariatravel.com  
**Web:** www.volariatravel.com

## Wall Street Institute

Enseñanza de inglés para adultos

**Origen:** Italia  
**Sede:** Madrid  
**Unidades en España:** 7  
**Unidades asociadas:** 5  
**Inversión:** 150.000 euros + IVA (para 200 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 200 m<sup>2</sup>  
**Teléfono:** 902 28 30 30  
**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>  
**Teléfono:** 91 490 47 80  
**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

## 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>  
**Teléfono:** 957 49 30 05

## 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  
**Web:** www.wsi-franquicia.es



**Correo:** encarni@yourhairstilistas.com  
**Web:** www.yourhairstilistas.com

## Yves Rocher

Cosmética vegetal y estética

**Origen:** Francia  
**Sede:** San Fernando de Henares  
**Unidades en España:** 180  
**Unidades asociadas:** 145  
**Inversión:** 40.000 euros (mercancía en depósito) (para 70 m<sup>2</sup>)  
**Superficie mínima:** 50 m<sup>2</sup>  
**Correo:** expansion@yrmnet.com  
**Web:** 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

# Consultorio

## Consultorio

*¿Qué se exige para que una empresa pueda empezar a franquiciar?*

**Jaime Taboada**

Que tenga un negocio de éxito probado durante un periodo de tiempo suficientemente largo como para haber verificado que no es circunstancial o debido a cuestiones de tipo transitorio, **que su éxito esté amparado por conocimientos y experiencias propias que sean transmisibles a terceros** y que tenga la solvencia suficiente como para realizar las inversiones iniciales que permitan poner en marcha el proyecto y sustentarlo durante el plazo en el que aún no genere rentabilidad.

Habría algunos aspectos de importancia adicionales a los citados, pero estos son la base de cualquier planteamiento serio para empezar a trabajar en la creación de un proyecto de franquicia.

*Teniendo negocios previamente, ¿se puede abrir una franquicia del mismo sector?*

**Javier Pérez Ruíz**

Habría que determinar primero si es competencia directa o no, ya que **hay sectores cuya actividad es muy amplia, y en ellos caben perfectamente modelos de negocio distintos.**

En cualquier caso, esta será una cuestión que deberá ser comentada previamente con el

franquiciador y obtener su aprobación antes de aceptar ningún compromiso. Hay franquicias que son muy restricti-

*¿Es posible recibir la formación inicial del negocio franquiciado habiendo firmado solo el precontrato?*

**Francisco Garmendia**

Sería bastante anómalo puesto que **la firma de un precontrato, o contrato de compromiso, no es más que el acuerdo de formalizar el contrato de franquicia en un cierto periodo de tiempo.** El hecho de que en ese momento se abonara un importe al franquiciador (generalmente a cuenta del canon de entrada), no convertiría al firmante en franquiciado, y por tanto no le habilitaría para recibir los conocimientos específicos de la actividad, amparados por el saber hacer del franquiciador.



### 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.

vas en este sentido y podrían poner problemas a la dedicación compartida o a actividades que pudieran no ser competidoras en apariencia.

*¿Se pueden abrir varios locales dentro del área de exclusividad que se acordó con el franquiciador?*

**Judith Álvarez**

Generalmente no, porque **cada contrato conlleva una zona de exclusividad y una única dirección desde la que ejercer la actividad propia de la franquicia.** Sin embargo, el franquiciador podría autorizar dichas nuevas aperturas, normalmente previa formalización de un contrato adicional o un anexo al primero, donde se determinarían las nuevas ubicaciones.



# ¿Quieres más información de peso?

<p>Nº 132 - Mayo de 2010</p>  <p>Informe-95 franquicias de: Bares de tapas • Cafeterías • Cervecerías • Pastelerías • Restauración genérica • Restauración italiana • Restaurantes temáticos Portada: Resolvemos las dudas de los franquiciados Estrategias: Marsan • 30 Zone</p>	<p>Nº 133 - Junio-Julio de 2010</p>  <p>Informe-97 franquicias de: Agencias de viajes • Dietética-Parafarmacias • Enseñanza-Formación • Ocio Portada: Las grandes cadenas se lanzan a franquiciar. La fórmula atrae a marcas con un elevado número de unidades propias Estrategias: Vitalia Centros de Día • Leader Mobile</p>	<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 enseñas españolas que exportan sus modelos Estrategias: DIA • 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 • Llaollao</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 enseñas que prefieren candidatos sin vínculos adquiridos en otros negocios Estrategias: Café &amp; Té • Carendent</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 enseñas 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 flotas • 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 • Bocadillerías • Comida rápida • Heladerías • Panaderías • Pizzerías • Supermercados • Tiendas-degustación Portada: Franquicias globales. Las cadenas operativas en España que tienen presencia en más países Estrategias: Ono Cash • Optize 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 enseñas 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: Bañeros • Clínicas dentales • Depilación • Estética • Gimnasios • Salud-Bienestar Portada: Franquicias de primera línea. Las cadenas que ocupan las mejores ubicaciones. Datos de contacto y webs de 78 marcas Estrategias: Don Ulpiano • Unicasa Factory</p>	<p>Nº 146 - Septiembre-Octubre de 2012</p>  <p>Informe-89 franquicias de: Biserie • 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 Churrascarias Brasa y Leña Estrategia: Dionisos Greek Restaurant</p>

Solicita tus ejemplares en papel en el teléfono 91 309 65 14

Elige tu negocio

## EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

Complementos de decoración



Mobiliario



Cocina

Textil



Descanso

Artículos de regalo

Armarios

Baño



### ESTRATEGIA

#### Momi & Toy's

► La marca de mayor crecimiento en su sector en Japón llega a España con un original concepto de crepes saludables



### EN PORTADA

#### Ofertas de autoempleo en franquicia

► Auge de los conceptos ideados para que el asociado trabaje en el negocio

### DIRECTORIO

► **Negocios selectos.** Webs, datos de contacto y económicos de más de un centenar de redes que buscan franquiciados

### Trabajar gratis

“Le ofrezco mi vocación, mi experiencia, mi buena reputación, mi compromiso y mi entusiasmo. Creo firmemente en que si usted gana, yo gano, así que para aumentarle ese beneficio, no le voy a cobrar nada por mis servicios”.

Este discurso, que en una entrevista de trabajo, aunque no suene raro en estos días, al menos sí debe parecer injusto y nada dese-

able, es muy común en la franquicia cuando se trata de los cánones de mantenimiento, o como a veces también se les llama, los famosos *royalties*.

Al emprendedor le pueden hacer chiribitas los ojos ante la posibilidad de tener todas las ventajas de una franquicia sin el gran inconveniente que son esas engorrosas cuotas periódicas que hay que

descontar de la caja y abonar a la central. Sin embargo, los cánones son la esencia de la franquicia. Es el pago que la red le realiza al franquiciador por su trabajo de apoyo y asesoramiento, así como de expansión y consolidación de la marca.

#### El franquiciador no va a renunciar a un sueldo por su trabajo

¿Quién quiere renunciar a un sueldo por su trabajo? Desde luego que el franquiciador, no, y si no establece unos cánones será porque incluye ese margen en los productos o servicios que suministra. ¿Y qué ocurre de ese modo? Que el asociado pasa a pagar por adelantado, con sus compras, y con independencia de lo que después venda, que es lo que sucede cuando la red remunera a su franquiciador mediante unos porcentajes sobre las ventas.



Nieves García Bautista  
nieves.garcia@byva.es

# II JORNADA EMPRENDEDORES, EMPLEO Y FRANQUICIA

**30 DE ENERO DE 2013 MADRID**

**CESMA BUSINESS SCHOOL - CALLE BAUSA 23**

**La franquicia genera un importante porcentaje del empleo de nuestro país**

**Conozca cómo funciona este sistema de comercio y sus mejores oportunidades de inversión**



Patrocina

**B Sabadell**

Organizan

**BARBADILLO  
ASOCIADOS**  
asesores en franquicia



Colaboran



**En Franquicia**

**Qué**  
franquicia

Para más información: Teresa Zamora · [teresa.zamora@bya.es](mailto:teresa.zamora@bya.es) · 91 444 95 82 · 91 309 65 15 · [www.bya.es](http://www.bya.es)

# BARBADILLO ASOCIADOS

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

PROYECTOS DE FRANQUICIA

EXPANSIÓN DE REDES

EXPANSIÓN INTERNACIONAL

COMUNICACIÓN Y MARKETING

MARKETING 2.0 Y REDES SOCIALES

PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

SERVICIO INVESFRANQUICIA

## Oficinas en España

Madrid  
Barcelona  
Bilbao

## Oficinas Internacionales

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

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

