

Franquicias

MAGAZINE



NEGOCIOS

Llegamos donde nacen las empresas



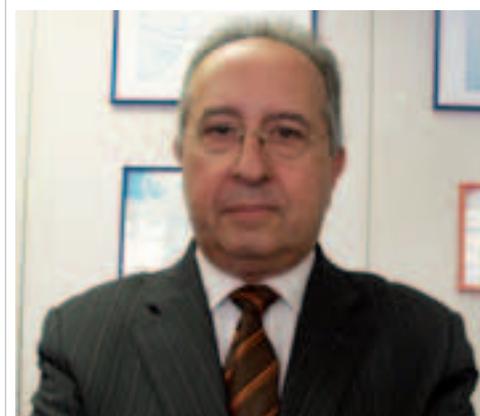
La internacionalización: una solución ante la crisis

La internacionalización de las franquicias se presenta como una buena alternativa para combatir los estragos de la crisis, diversificando el riesgo y aumentando las oportunidades en países donde cada marca pueda ser más competitiva. A la hora de ex-

pandir una empresa en el mercado internacional debemos tener en cuenta distintos factores como un buen estudio de mercado, normativa legal, etc.

Más información en página 3

Entrevista al presidente de la AEF, Xavier Vallhonrat



“En nuestro país las enseñanzas gozan de buena salud. Al incremento de la presencia de enseñanzas, se une el hecho de que la reducción de empleo en el sector ha sido sólo de un 0,4% y que el cierre de establecimientos se ha reducido un 2%.”

Sigue en pág. 4

otras noticias

Entrevista a Inmaculada Santainés, directora de SIF&Co.

Más información en pág. 2

Preguntas clave para entender el sector de las franquicias

Más información en pág. 3

Aplicaciones de empresa para los teléfonos móviles

Más información en pág. 6

La importancia de las redes sociales en las franquicias

Más información en pág. 23

DIRECTORIO DE LAS 100 MEJORES FRANQUICIAS

Más información en págs. 8 a 17

EDICIÓN ESPECIAL

SIF & Co.

2010
Un Universo de Franquicias



Top Franquicias

PUBLICACIÓN OFICIAL

“SIF&Co. Virtual está presente todo el año”

Franquicias Magazine: Sif&co es la primera feria de franquicias que apuesta por la incorporación en redes sociales ¿Considera que la implementación de nuevas tecnologías es signo diferenciador de la feria?

Inmaculada Santainés: Por el momento así es. No obstante, lo lógico es que otras manifestaciones comerciales de este tipo, internacionales y también nacionales, vayan incorporándose a la web 2.0 ya que, en mi opinión, es necesario para mantener un contacto efectivo y permanente con todo aquel que esté interesado en el mundo de la franquicia, independientemente de que se trate de profesionales o, sencillamente, personas emprendedoras a las que en algún momento se les ha pasado por la cabeza montar su propio negocio. Dicho esto, lo que sí es un dato objetivo es que SIF&Co. ha sido la primera feria de franquicias en tener Fan Page en Facebook (www.facebook.com/sifco), -con 350 admiradores en la actualidad-; perfil en Twitter (www.twitter.com/sifco), -con 140 seguidores-; así como en la red profesional Viadeo (www.viadeo.com) con 310 contactos. El certamen también dispone de canal en Youtube (www.youtube.es/salonfranquicia) y foros de discusión acerca del sector de la franquicia en las redes profesionales Xing y LinkedIn.

F.M: Dentro de estas medidas se encuentra la Feria Virtual ¿Qué evaluación hace de la misma?

I.S.: La SIF&Co. VIRTUAL es, sin duda, la sección más visitada de la página web oficial del certamen. La idea de una feria física tan consolidada como la nuestra, con su réplica virtual en la red, donde sus expositores ofrecen sus productos y servicios de manera permanente durante todo el año, es por sí misma muy atractiva para todo aquel que esté interesado en el mundo de la franquicia y el comercio asociado. Desde luego, en SIF&Co. pensamos que la feria virtual es, además, un valor estratégico que seguiremos desarrollando para beneficio de nuestros expositores.

F.M: Dada la actual situación económica, ¿Qué medidas se han tomado para facilitar la presencia de expositores?

I.S.: En primer lugar, el empeño del Comité Organizador de SIF&Co. ha sido construir una feria altamente interesante para el expositor potencial. En este sentido, SIF&Co. presentará en esta edición -del 21 al 23 de octubre en Feria Valencia- un novedoso sistema de

stands de diseño con un diseño que rompe con el concepto “caja” o módulo de exposición ya conocido. Se plantea como un espacio diáfano donde poder atender a los visitantes de una forma cómoda, espaciosa y agradable. Conscientes de la difícil situación económica actual, esta innovación estética y funcional se ha lanzado con una nueva política de descuentos sobre el precio de la superficie contratada en la feria y financiación a coste cero para expositores con stands a partir de 32 m². Por otra parte, un completo programa de jornadas técnicas y el Premio Nacional de la Franquicia son dos de los factores que atraerán más profesionales y público a la feria, algo que al expositor le importa sobremedida. Este visitante, además, podrá entrar de

manera gratuita simplemente solicitando la entrada a través de la web de SIF&Co:

www.saloninternacionalfranquicia.com

A todo ello hay que añadir que quienes acudan al certamen en tren o en avión obtendrán hasta un 40% de descuento. Además, los principales hoteles de la ciudad de Valencia ofrecen precios preferentes para el alojamiento con motivo de SIF&Co.

F.M: ¿Qué papel desempeñan las Ferias de Franquicias en el desarrollo del sector?

I.S.: Las ferias no pueden más que proyectar la realidad de los mercados y sectores en los que, al fin y al cabo, funcionan y representan. SIF&Co. ha desarrollado un importante papel en el sector español de la franquicia durante las dos últimas décadas. El

certamen ha contribuido al ordenamiento y estructuración del sector a través del movimiento asociativo, siendo entidad cofundadora y sede de la Asociación Española de Franquiciadores y colaborando activamente con la Federación Iberoamericana de Franquicias, entre otros organismos. Asimismo, SIF&Co. ha promocionado la fórmula comercial de la franquicia y el comercio asociado constituyendo y otorgando cada año el Premio Nacional de la Franquicia, galardón insignia del sector en España; organizando jornadas técnicas, debates y mesas redondas en las que han estado involucrados los principales expertos -teóricos y empresarios-, en este ámbito; y ofreciendo a esta forma de comercio la posibilidad de acceder, en cada edición, a un mercado amplio a través de una marca sólida y reconocida como SIF&Co.

F.M: ¿Qué actividades paralelas se realizarán durante la Feria?

I.S.: Paralelamente a la exposición comercial SIF&Co. ha convocado la 15ª edición del Premio Nacional de la Franquicia, dirigido a personas y entidades destacadas en el mundo de la franquicia a lo largo del año. El Aula de la Franquicia ofrecerá un programa de jornadas técnicas. Así, el jueves 21 de octubre se celebrará el Tormo Franchise Forum con ponencias con títulos tan ilustrativos como “De emprendedor a franquiciado”, “De empresario a franquiciador” o “De la fábrica a la tienda”, entre otras. El viernes 22 será el turno del Foro mundoFranquicia, organizado por mundoFranquicia Consulting. “Franquicia, cuestión de negocios” será el título bajo el cual se tratará temas de tanta actualidad como las obligaciones y derechos en franquicia, los factores clave en el estudio de un contrato de franquicia, o el papel de internet en la expansión del negocio franquiciado, entre otros. Por último, quisiera destacar algo que muestra el grado de identificación del sector internacional de la franquicia con SIF & Co. El primer día de feria, 21 de octubre, la Federación Iberoamericana de Franquicias -FIAF-, celebrará su reunión aquí en Feria Valencia, aprovechando la celebración del certamen.

F.M: ¿Qué países han confirmado su presencia para esta edición?

I.S.: Junto a expositores procedentes de casi todas las comunidades autónomas españolas, en SIF&Co. expondrán firmas de Francia, Portugal y Reino Unido, así como una representación de Uruguay.



Inmaculada Santainés, directora de SIF&Co.



Tu Franquicia de Agencias de Viajes

**TEN TU PROPIO NEGOCIO
POR LA MÍNIMA INVERSIÓN**

www.clickviaja.com

Solicita más información sin compromiso: expansion@clickviaja.com - T 902 112 760



La internacionalización, una salida a la crisis

Existen diferentes ayudas y subvenciones para la exportación de las franquicias

Ante el actual panorama económico en el que cada vez se ven más visos de salir de la crisis en la que todos los sectores se han visto envueltos, la internacionalización se presenta como una alternativa para combatir los estragos de la misma, diversificando el riesgo y aumentando las oportunidades en países donde cada marca pueda ser más competitiva.

A la hora de expandir una empresa en el mercado internacional debemos tener en cuenta distintos factores como un buen estudio de mercado, las características propias y particularidades de cada país, normativa legal aplicable, etc. Uno de los modelos de expansión internacional para las franquicias es contar con un masterfranquiciado o bien un delegado en el país de expansión que tenga las cualidades comerciales y profesionales que mejor se ajuste a cada marca. También es fundamental contar con un experto en la legislación comercial y de franquicias del país.

Aunque se pueda pensar que la inversión para la expansión internacional de una franquicia es muy elevada existen diferentes ayudas y subvenciones para afrontar este interesante reto. Especial importancia tienen las ayudas que nos pueden ofrecer los organismos públicos, los programas específicos financieros, las asociaciones de exportadores y las ferias internacionales, como SIF&CO, en España.

El Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX, cuenta con un amplio abanico de servicios y ayudas a la internacionalización, como por ejemplo el programa PIPE o Plan de Iniciación a la Promoción Exterior es un Programa cuyo objetivo es ayudar a las pyme españolas que comienzan su andadura en mercados exteriores, asesorándolas durante dos años en el diseño de una estrategia de internacionalización, y dotándolas de un apoyo económico dirigido a ayudarlas en la puesta en marcha de dicha estrategia. Las comunidades autónomas también cuentan con diferentes ayudas y organismos específicos para la exportación. Las ayudas financieras pueden concretarse a través de distintos organismos. El Ministerio de Industria Turismo y Comercio establece ayudas de apoyo financiero en condiciones de mercado, que consiste en un seguro de crédito por cuenta del estado y ajuste recíproco de intereses; créditos FAD (países en desarrollo) y financiación de estudios de viabilidad. El Instituto de Crédito Oficial (ICO) también cuenta con una línea de financiación específica para la internacionalización.

Las asociaciones de exportadores colaboran con las administraciones (reciben ayudas públicas) y ayudan a mantener la presencia de los productos españoles en el exterior y el acceso a nuevos mercados.

Las ferias internacionales fomentan el intercambio dentro de cada sector y son un buen marco para establecer contactos, compartir información, etc. Las ferias internacionales de franquicias van adquiriendo un mayor empuje y se consolidan, a pesar de la situación actual. Entre las ferias internacionales de franquicias podemos destacar el SIF&CO en España, el IFE en Washington, y la Feria Internacional de Franquicias en México.

La formación es también un aspecto importante a la hora de que una empresa se plantee salir al exterior, formación que opera en doble sentido: profesionales que prestan servicios de internacionalización en las franquicias, que deben formarse en el mercado a expandirse; y profesionales extranjeros procedentes del mercado receptor de la expansión que deben formarse en la realidad económica y social española y tener un amplio conocimiento de la casa central de franquicias. La Escuela de Organización Industrial, EOI, dispone de un plan de formación para la internacionalización de pymes

China y Brasil

Hay muchos países interesantes para que las franquicias españolas puedan expandirse, desde Portugal, por la cercanía, a países Latinoamericanos donde el idioma no es una barrera, como México o Argentina. No olvidemos que la crisis puede ser aprovechada para acelerar la expansión de las empresas españolas en el exterior, ya que la cuenta de resultados de muchas empresas se ha visto mejorada gracias a las inversiones fuera de España. Especial interés tienen el mercado chino y brasileño, considerados como potencialmente activos para el acogimiento del sistema de franquicias.

La expansión de la economía china crea nuevos nichos de negocio que deben ser aprovechados por las franquicias. El oportuno giro de la economía china hacia el capitalismo en 1978 está dando sus frutos, y distintas previsiones creen posible que china supere a la primera economía mundial, EE.UU, en el periodo 2020-2030. Actualmente China está considerada la segunda potencia económica, por de-

lante de Alemania y Japón en P.I.B, aunque lejos todavía en renta per cápita. Las autoridades chinas se apresuran a matizar que su economía está en desarrollo, para tranquilizar a las economías occidentales y evitar implicarse en acciones de control medioambiental, si bien es cierto que la importancia económica y política de china a nivel internacional es cada vez mayor, y su opinión tiene más fuerza en los organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial. El

mercado chino supone todo un reto en la política de expansión de cualquier franquicia con capacidad de penetrar en una economía en vías de desarrollo.

Otro mercado en expansión es el brasileño, la economía brasileña se está transformando a una velocidad de vértigo, posicionándose como referente en América del Sur. La crisis no parece afectar a todos por igual y un caso claro lo tenemos en Brasil, economía que no para de crecer, trimestre a trimestre.



 **pisoinfo**

la web de anuncios inmobiliarios de particulares

dale una opción más
a **TU PISO** de encontrar
un **NUEVO DUEÑO**

www.pisoinfo.com



“La franquicia, una oportunidad frente a la crisis”

Franquicias Magazine: Ya llevamos un tiempo inmersos en esta crisis a nivel internacional, ¿cómo ha respondido la franquicia a sus efectos?

Xavier Vallhonrat: La respuesta de la franquicia está siendo muy positiva. Prueba de ello es el aumento del 4,8% que se ha producido en cuanto al número de enseñanzas presentes en nuestro país. Una época de crisis también lo es de oportunidades y la franquicia se ha convertido en una muy buena opción.

F.M.: ¿Qué importancia tiene la implantación de las nuevas tecnologías en el éxito de la franquicia?

X.V.: Las nuevas tecnologías, a día de hoy, son fundamentales en cualquier empresa. Es necesaria la presencia en internet, las páginas web y también las redes sociales, pero no hay que estancarse ahí. Hay que valorar de igual modo los avances que nos ofrecen determinados programas informáticos tanto para la gestión desde la central franquiciadora como para optimizar las comunicaciones desde el interior de las enseñanzas.

F.M.: ¿Qué análisis puede hacer de la situación actual de la franquicia en España?

X.V.: En nuestro país las enseñanzas gozan de buena salud. Al incremento de la presencia de enseñanzas, se le une el hecho de que la reducción de empleo en el sector ha sido sólo de un 0,4% y que el cierre de establecimientos se haya reducido un 2%.

F.M.: Muchas cadenas se han lanzado al proceso de internacionalización de sus marcas. ¿Considera que es uno de los caminos para resistir la ralentización en el crecimiento de la economía?

X.V.: Muchas empresas ante la situación que se está viviendo han apostado por salir fuera de España buscando nuevos horizontes amparados en la adecuación de su concepto de negocio a través del sistema de franquicias.



Xavier Vallhonrat, presidente de la AEF

La internacionalización es positiva, más teniendo en cuenta que la franquicia española ha alcanzado un nivel de madurez que le permite aprovechar las condiciones de expansión en una sociedad cada vez más globalizada. Es una experiencia recomendable, pero siempre invirtiendo en un mercado que ofrezca una serie de garantías y condiciones favorables.

F.M.: En los últimos tiempos la asistencia a Ferias de Franquicias de nuevas marcas

viene siendo una constante. También lo es la rápida desaparición del mercado de buen número de las mismas. ¿considera que se está tomando con cierta ligereza el lanzamiento de enseñanzas como franquicias?

X.V.: La franquicia es un negocio, y como tal, entraña sus riesgos, algo que no quiere decir que se esté tomando a la ligera el lanzamiento de negocios. Antes de lanzar una enseñanza al mercado se hacen estudios y se valora su viabilidad. Si llega a la calle es porque cumplía una serie de requisitos y su éxito era factible.

F.M.: ¿La franquicia se ve como un refugio para luchar contra el desempleo?

X.V.: No se debe tomar como un refugio. Lo que sí es cierto es que hay muchos nuevos emprendedores que ven en la franquicia una manera de salir hacia adelante y de poder montar su propio negocio amparándose en una marca reconocida que le brinda un gran número de facilidades y con la que no tendrá que empezar desde cero.

F.M.: ¿Qué planes tiene la AEF para lo que queda de año y el 2011?

X.V.: Los planes son mantener esta tendencia, y a tenor de los datos estamos convencidos de que así será. Para ello, los esfuerzos por mantenerse en el mercado tendrán que ir dirigidos a la calidad, a la necesidad de innovar, a buscar recursos que signifiquen una diferenciación con lo ya existente y, sobre todo, constancia y mucho trabajo.

Preguntas clave para entender el sector de las franquicias

¿Por qué elegir el modelo de franquicias?

Actualmente ante la incertidumbre económica que vivimos el modelo de negocio de franquicia es una oportunidad de incorporarse al mundo empresarial con muchas ventajas: se reducen los riesgos al pertenecer a una red y marca ya consolidada, el apoyo de la casa central en el inicio y en el desarrollo de la franquicia es muy importante a la hora de invertir en un nuevo negocio, apoyo legislativo, técnico, contable, informático, etc. También cuentan con acuerdos preferentes de financiación y con proveedores. Otro aspecto muy a tener en cuenta son los planes de formación inicial y continua con los que cuentan las franquicias.

¿Qué debe contemplar el contrato de franquicia?

El franquiciador (casa central) cede al franquiciado (emprendedor) la explotación de un modelo de negocio en una zona determinada (zona geográfica, localidad, etc.). La cesión comprende el uso de la marca (registrada en O.E.P.M.), la aportación del “saber hacer” (Know How, conocimientos básicos del modelo de negocio), y la asistencia legislativa, técnica y comercial. Todos estos aspectos tienen que estar bien definidos en el contrato de franquicia.

¿Puedo ser un buen franquiciado sin experiencia previa?

La mayoría de las enseñanzas prefieren franquiciados con experiencia en el sector, pero no es un requisito imprescindible ya que cada

vez son más numerosas las cadenas de franquicias que apuestan por una formación propia muy potente y reclaman como principal requisito la actitud emprendedora y comercial, no exigiendo a sus franquiciados una experiencia previa.

¿Cómo puedo estar seguro de que la franquicia “funciona”?

Con el contacto directo con otros franquiciados, ellos mejor que nadie te explicarán su experiencia dentro de la enseñanza, pero ojo, ten la precaución de que no sean de la misma zona o localidad donde quieres establecer tu franquicia, ya que podrían verte como un competidor directo.

¿Cómo puedo elegir la franquicia que mejor se adapta a mis necesidades?

Además del contacto directo con franquiciados de la marca o marcas que más te interesen, puedes recabar información a través de varios canales importantes, las ferias de franquicias como SIF&CO en Valencia, y EXPOFRANQUICIAS en Madrid, entre otras son las ferias que generan mayores oportunidades de negocio, y en un solo día puedes recabar información de diferentes franquicias. También están los portales web especializados en selección de franquicias, donde podemos pedir información de varias enseñanzas del mismo sector y comparar las distintas opciones de negocio, incluso de varios sectores, antes de tomar la decisión final, como topfranquicias.es

¿Qué es la zona de exclusividad?

Este es un elemento muy importante que debemos negociar con el franquiciador, ya que la zona de exclusividad me da derecho a explotar la marca (franquicia, enseñanza) en una delimitación geográfica determinada (una localidad, barriada, etc.), si se trata de una localidad pequeña podemos negociar la exclusividad en toda la localidad, pero si la localidad es una gran ciudad, la zona vendrá determinada por una barriada o sector, aquí es donde debemos negociar con la casa central (franquiciador), y en última instancia considerar una cláusula que establezca derecho preferente a establecer más franquicias en las zonas limítrofes.

¿Está afectando la crisis al modelo de franquicia?

El modelo de franquicia está resistiendo la crisis mejor que el modelo tradicional de empresa, ya que cuenta con mayores recursos para llegar a acuerdos preferentes con proveedores y por ende ofrecer mejor relación precio/calidad al consumidor final.





un nuevo concepto en Administración de Fincas

Solicítenos información sin compromiso
al 902 106 122 o en expansion@terraminium.com

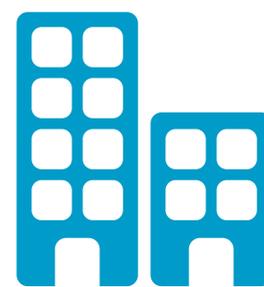
la red de agencias de
Administración de Fincas
que más ha crecido en
el último año

su propia empresa

desde **9.000€**

OPCIÓN CORNER
TERRAMINIUM desde **4.500 €**

El negocio **MÁS RENTABLE**
y **FÁCIL DE GESTIONAR**
si va de la mano de los
profesionales de...



terraminium[®]

Administración de fincas



Ofrecemos avanzados sistemas informáticos de gestión, una completa formación avalada por la Universidad de Málaga y el mejor apoyo del mercado.



www.terraminium.com

[facebook.com/terraminium](https://www.facebook.com/terraminium)

twitter.com/terraminium

ADMINISTRACIÓN DE FINCAS

2x1

GESTIÓN INMOBILIARIA

¡SÓLO HASTA
FIN DE AÑO!

FRANQUICIA FINCATERRA SIN COSTE ADICIONAL

Si se asocia a nuestra franquicia antes del 31/12/2010 tendrá la opción de adquirir, sin coste, una franquicia de Fincaterra, la red de gestión inmobiliaria del Grupo Terraminium.


fincaterra

más información:

www.fincaterra.com

PROMOCIÓN VÁLIDA HASTA LA FECHA INDICADA PRESENTANDO ESTA PUBLICIDAD

Las empresas en los teléfonos móviles

La descarga y utilización de aplicaciones para los smartphones está cada vez más extendida entre los usuarios

Es un hecho que los usuarios demandan cada vez más funcionalidades a sus teléfonos móviles, los "smartphones" o teléfonos inteligentes van creciendo en cuota de mercado, y este año está previsto que lo hagan en mayor medida, de la misma forma que las pantallas táctiles serán la norma en las gamas de los fabricantes de telefonía móvil. La tercera revolución en las comunicaciones ya está aquí. Las compañías son conscientes de ello y están potenciando su gama, creando diferentes escalones entre los teléfonos más convencionales y los smartphones.

Según la consultora IDC, el teléfono móvil mueve en todo el mundo 620.000 millones de dólares, el 57% del mercado de las telecomunicaciones; pero este año supondrá ya el 62%. No hay otro sector con despegue tan rápido. La compañía Google ha anunciado que no va a renunciar a estar en las pantallas de los teléfonos y en muchas más cosas del sector. De hecho, los directivos de Google anunciaron su nuevo mantra: "Lo primero, el móvil".

Es indudable que la tecnología móvil es la tecnología del futuro y que unos móviles cada vez más usables, potentes y con comunicaciones eficaces van a suplantar a otros dispositivos para efectuar todas las operaciones que hoy día habitualmente hacemos en nuestros ordenadores de sobremesa o portátiles, incluido claro está, la consulta y reserva de viajes. El teléfono móvil es la única herramienta que está constantemente con nosotros, se pasa todo el día dándonos información y servicio y lo llevamos hasta la cabecera de la cama. Dos horas al día nuestros ojos están mirando la pantalla del móvil. Todo hace prever que, así como Internet le roba tiempo a la televisión, también lo hará el teléfono entre

la población más joven y dinámica.

Cada vez más usuarios compran, consultan y buscan información a través de sus dispositivos móviles. Muchas son las empresas que ya tienen su aplicación para dispositivos móviles y los resultados son espectaculares, como Almeida Viajes, Zara y "la Caixa". Y otras están aún en una fase de despegue de esta tecnología móvil que aún no está plenamente desarrollada y convive con la tecnología no móvil. Los datos son abrumadores, ya existen en España 1.400.000 usuarios de iPhone, y Android crece a un ritmo de 60.000 usuarios diarios en todo el mundo. En España ya son cerca de 300.000 los usuarios de este sistema operativo de Google para móviles, Android.

Desde la empresa Reelr, especialistas en soluciones tecnológicas para los dispositivos móviles, recomiendan que las aplicaciones para dispositivos móviles tienen que ser de fácil uso, y evitar la introducción en la medida de lo posible, de texto. Adaptar un portal web a dispositivos móviles, no es una tarea fácil si se quiere hacer bien y usable. "Tenemos que replantearnos muchas cuestiones y sobre todo no caer en la trampa de que diseñar nuestra página o portal web para móviles no es hacer nuestra web en pequeño, es necesario plantearnoslo todo desde el inicio", comenta Carlos Corral, director de desarrollo de Reelr.

En cuanto a los costes de esta tecnología desde Reelr comentan que "hay que elegir bien la forma en la que se quiere estar presente en los dispositivos móviles es muy importante para no despilfarrar recursos. Hay que diferenciar entre páginas webs adaptadas a móviles y aplicaciones para teléfonos móviles. Las aplicaciones para teléfonos móviles permiten utilizar mejor las características de los mismos,



GPS, para establecer geolocalización, brújula, cámara de fotos, video, etc. El inconveniente es que hay que diseñar aplicaciones para las cuatro grandes plataformas que existen: iPhone, Android, J2me y Windows Mobile o Windows 7 para móviles. Sin embargo, si diseñamos una buena página web para móviles ésta se ejecutará en todos los dispositivos móviles independientemente del sistema operativo que tengan, aunque perderemos funcionalidades. Lo que se suele hacer es compaginar las aplicaciones a móviles con un buen diseño web móvil. La tendencia es programar para iPhone, que es la plataforma más extendida y para el resto de plataformas hacerlo a través de una buena página web móvil".

Más información sobre aplicaciones para dispositivos móviles:

www.reelr.es/capsulephone.aspx

Todas las tarjetas de puntos en tu móvil

Tickmobi es un revolucionario sistema de fidelización digital que lleva las clásicas tarjetas a los dispositivos móviles



¿Cuántas veces has ido a comer a tu restaurante favorito y has olvidado en casa la tarjeta de puntos de ese local? ¿Cuántos descuentos has perdido por no llevar todas las tarjetas de fidelización de tus establecimientos habituales en la cartera porque no te cabían? Ahora podrás llevar todas las tarjetas que quieras sin que te ocupen espacio y aprovechar todos los descuentos y promociones en tus compras. Tan fácil como llevarlas en tu propio teléfono móvil. Tickmobi te ofrece esta solución, se trata de un sistema de tarjetas de fidelización virtuales, entradas a museos o cines, bonos para hoteles, cupones de descuento y promocionales... que se llevan en el teléfono móvil, pds o se gestionan a través de páginas web. Tickmobi además cuenta con un gestor y administrador de tarjetas tanto para los clientes que las tienen, como para las empresas que las gestionan. Gracias a Tickmobi siempre podrás llevar contigo tus tarjetas de descuento, fidelización y de puntos, y no perderán ninguna oportunidad de sumar puntos y

tener descuentos.

Tickmobi funciona como un gestor personal de tarjetas y se encuentran todas organizadas por categorías: restaurantes, tiendas de ropa, supermercados, etc. Cada cliente puede darse de alta en la web de Tickmobi y gestionar las suyas de una manera fácil y muy cómoda.

Soluciones para empresas

Tickmobi ofrece a las empresas una potente herramienta de fidelización para sus clientes. Tanto para empresas grandes, como para cualquier PYME ya que la emisión de las tarjetas es a través de un sistema muy asequible y sencillo, sin costo por tarjeta, ya que todas son digitales y no hace falta imprimir ni sufragar los costes de las tarjetas físicas. Además gracias a los acuerdos con los que cuenta Tickmobi las empresas que se adhieran pueden acceder a un potencial mercado de miles de clientes.

La mayoría de los clientes nunca llevan todas sus tarjetas de fidelización encima, si la tarjeta

de su empresa está en Tickmobi, a través de sus teléfonos móviles, los clientes y usuarios siempre la llevarán consigo y por lo tanto tendrán más disponibilidad de usarla y de que entren en su negocio.

Tickmobi cuenta con una aplicación para iPhone y otra para Android, ambas gratuitas, además genera tarjetas compatibles con todos los teléfonos móviles. Si un móvil no tiene conexión a Internet el cliente deberá guardar sus tarjetas a través de un ordenador y de la página web como si de una fotografía se tratase y organizarlas en su móvil para poder utilizarlas, con lo que no es imprescindible que los móviles cuenten con conexión a Internet.

Tickmobi es un producto de Reelr que ofrece una amplia gama de soluciones tecnológicas para empresas, especializada en desarrollos para teléfonos móviles y aplicaciones para iPhone.

Más información en www.tickmobi.com



ALMEIDA VIAJES

Entre en el
apasionante
negocio de las
Agencias de Viajes
de la mano de los
Líderes

Más de 350 agencias en España, Portugal, México y delegaciones en en Brasil, Chile, Marruecos y Panamá.

Soluciones contra la Crisis

- Opciones de **financiación** personalizada
- Formación avalada por la **Universidad de Málaga**
- **Apoyo constante**: 16 dptos. especializados a su servicio
- **Plataforma tecnológica avanzada**
- Páginas Web de **reservas online**
- **Mayoristas propias** especializadas
- **La mejor opción del mercado**
- Productos **exclusivos**
- **Consolidador de vuelos** propio
- Las mejores comisiones del mercado,
"mejoramos cualquier oferta" a los clientes*
- **Y mucho más**, ¡compruébelo!
- La única red de agencias con **aplicación para el iPhone**

La franquicia de
Agencias de Viajes
más competitiva
del mercado

Viajasinparar*

Nómada
TRAVEL



Su propia agencia de viajes
por menos de lo que imagina.

UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
QUE NO PUEDE DEJAR PASAR

1.500 €
DE DESCUENTO
EN CANON DE ENTRADA
Y 3 CUOTAS GRATIS**



facebook.com/grupo.almeida.viajes twitter.com/AlmeidaViajes

INFÓRMESE SIN COMPROMISO: Tlf. 902 99 60 19 e-mail expansion@almeidaviajes.com
Consulte nuestra red de agencias en www.almeidaviajes.com

* En las mismas condiciones de la competencia, sujeto a disponibilidad. *** Promoción válida hasta el 31 de agosto de 2009, presentando esta publicidad.

** Si nos visitas en SIF&CO 2010 y te asocias a nuestro grupo antes del 31 de diciembre de 2010.

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

Agencias de Viajes

Viajes Iberia

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 800
Propios: 650 - **Franquiciados:** 150
Establecimientos en el extranjero: 24
Canon entrada: 17.500€ + IVA (inc. subvenciones)
Royalty: Del 3% al 0%
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 45m²
Población mínima: 10.000 habitantes



Inversión: 30.000€

Web: www.viajesiberia.com
 Contacto: Iñaki Irazábal

Almeida Viajes

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 365
Propios: 3 - **Franquiciados:** 362
Establecimientos en el extranjero: 79
Canon de entrada: 5.000€
Royalty: 140€/mes
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: A convenir
Población mínima: A convenir



Inversión: 8.495€

Web: www.almeidaviajes.com
 Contacto: Inmaculada Almeida

Click Viaja

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 8
Propios: 1 - **Franquiciados:** 7
Establecimientos en el extranjero: 4
Canon de entrada: 3.500 €
Royalty: A convenir
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: A convenir
Población mínima: A convenir



Inversión: 5.995€

Web: www.clickviaja.com
 Contacto: J. González

A.A. Zafiro Tours Viajes

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 754
Propios: 4 - **Franquiciados:** 750
Establecimientos en el extranjero: 6
Canon de entrada: 6.000 €
Royalty: 1% decreciente
Canon de publicidad: Por cuenta de Zafiro Tours
Dimensión mínima del local: 25 m²
Población mínima: 5.000 Habitantes



Inversión: 12.500€

Web: www.zafiro tours.es
 Contacto: Juan José Asensi Sabater

Ritmohotel & Ritmotravel

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 3
Propios: 2 - **Franquiciados:** 1
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 2.500 €
Royalty: 150€/mes
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 20-30 m²
Población mínima: -



Inversión: 9.000 €

Web: www.ritmotravel.com
 Contacto: Luis Pérez

Viajes Tour Oasis

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 15
Propios: 3 - **Franquiciados:** 12
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: 6.000€
Royalty: 150€/mes IVA incluido
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: 30 m²
Población mínima: 5.000 habitantes



Inversión: 12.000€ / 14.000 €

Web: www.viajestouroasis.com
 Contacto: Reyes Pozo Molina

Volaria Travel

Actividad: Agencias de Viajes
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 28
Propios: 1 - **Franquiciados:** 27
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: No hay
Royalty: No hay. 120€ de cuota fija mensual a partir del séptimo mes.
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 30 m²
Población mínima: -



Inversión: desde 5.000€

Web: www.volariatravel.com
 Contacto: Tamara

Con la mínima inversión...

Agente de Viajes
Freelance
 con Agencia Online
www.ditgestion.com



BrokerSystem

Don Piso

Actividad: Gestión Inmobiliaria
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 80
Propios: 10 - **Franquiciados:** 70
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: 600 €
Canon de publicidad: No existe
Dim. mín. local: Desde 40 m²
Población mínima: Indiferente



Inversión: 30.000€

Web: www.donpiso.com
 Contacto: Emiliano Bermúdez

Fincaterra

Actividad: Gestión Inmobiliaria
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 6
Propios: 1 - **Franquiciados:** 5
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: 4.500 €
Royalty: 150 € / mes
Canon de publicidad: 3% / mes
Dimensión mínima del local: 20 m²
Población mínima: A convenir



Inversión: 12.000€

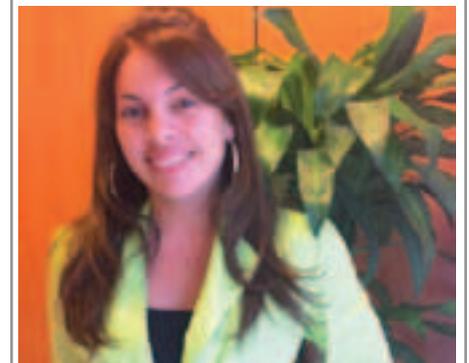
Web: www.fincaterra.com
 Contacto: Jacques Henzi

La formación, un valor competitivo para las empresas

Entrevistamos a Sonia Grande, responsable de IES Formación

Franquicias Magazine: ¿En qué medida está afectando la situación económica al desarrollo y expansión de su Enseña?

Sonia Grande: Nos afecta positivamente, date cuenta que tenemos dos clientes en la misma venta, por un lado el Empresario; al que le ayudamos a fortalecer su empresa mejorando la cualificación de sus trabajadores, eso hace que reduzca costes de contratación y que pueda ampliar su negocio sin ningún tipo de inversión, ya que la formación que obtiene a través nuestra es totalmente bonificada; y por otro lado el trabajador, que tiene la oportunidad de obtener una formación de alto nivel, con un diploma acreditativo por la Fundación Tripartita y el Fondo Social Europeo, que le hace mejorar su curriculum y le da la posibilidad de ascender dentro de su empresa. Por estos motivos nuestra enseña nunca entra en crisis. Date cuenta que cuando esta crisis termine, la competencia en-



tre empresas se decide por la calidad de sus trabajadores y ahí siempre estará IES como referente internacional de su formación.

F.M.: ¿Cuáles son los planes de futuro y desarrollo para su Enseña ?

S.G.: Acabamos de lanzar IES para el territorio nacional y buscamos 52 emprendedores. Uno por provincia que lleve en exclusiva su territorio. A cambio de su empuje IES les ofrece los más altos estándares de calidad de producto, una formación constante y herramientas de gestión para facilitarles el desarrollo de su negocio. Queremos centrar el desarrollo en elegir bien los franquiciados, ya que a partir de ellos y contando con ellos se desarrollaran todos los planes de acción para seguir creciendo en calidad y convertirnos en España en la enseña referente de todo tipo de formación. Aspiramos a monopolizar este mercado, ya que con las herramientas que contamos no solo podemos trabajar en el mercado empresarial si no que también se puede trabajar el mercado residencial, pero por motivos de desarrollo y competencia no puedo contar mas.

Agencias Inmobiliarias

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

TopFranquicias

Belleza - Estética

Marco Aldany

Actividad: Peluquerías
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 401
Propios: 97 - **Franquiciados:** 304
Establecimientos en el extranjero: SI
Canon de entrada: Incluido en inversión inicial.
Royalty: 2.050€ a partir de 40.000€ de facturación
Canon publicidad: 300€/mes (publicidad+software)
Dimensión mínima del local: 50 m²
Población mínima: 8.000 Habitantes



Inversión: 100.000€ - 150.000€ (incluido canon de entrada)
Web: www.marcoaldany.com
Contacto: Dpto. Expansión

StarBene - Benedepil

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 25
Propios: 2 - **Franquiciados:** 23
Establecimientos en el extranjero: SI
Canon de entrada: Ninguno
Royalty: 300 € / mes
Canon de publicidad: 100 € / mes
Dimensión mínima del local: 40m² - 60m²
Población mínima: 10.000 habitantes



Inversión: 9.000€
Web: www.benedepil.com
Contacto: Raquel Ledesma



Tisery

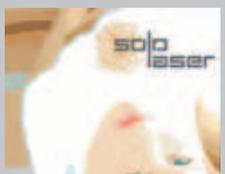
Actividad: Estética - Cosmética
País de origen: Valencia (España)
Nº de establecimientos en España: 23
Propios: 5 - **Franquiciados:** 18
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 5.000 €
Royalty: 70 € / mes
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 75-100 m²
Población mínima: -



Inversión: Desde 86.000€
Web: www.tisery.com
Contacto: Monica González

Solo Laser

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 2
Propios: 2 - **Franquiciados:** 0
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 0 €
Royalty: 500 € / mes
Canon de publicidad: 150 € / mes
Dimensión mínima del local: 50 m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Inversión: 68.000 €
Web: www.sololaser.com
Contacto: Loli Martínez / Loli Juarez

Bye Bye Pelos

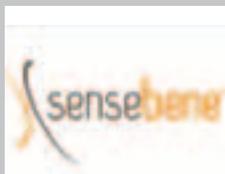
Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 32
Propios: 2 - **Franquiciados:** 30
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: 750 € / mes
Canon de publicidad: 2%
Dimensión mínima del local: 50 m²
Población mínima: 30.000 Habitantes



Inversión: 33.500€
Web: www.byebyepelos.es
Contacto: Carlos Soto

Sensebene

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 18
Propios: 2 - **Franquiciados:** 16
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: Incluido en inversión total.
Royalty: 400 € mensuales
Canon de publicidad: 100 € mensuales
Dimensión mínima del local: 50 m²
Población mínima: 10.000 Habitantes



Inversión: 36.500€
Web: www.sensebene.com
Contacto: Dpto. Expansión

No + Vello

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 831
Propios: 0 - **Franquiciados:** 831
Establecimientos en el extranjero: 304
Canon de entrada: Incluido
Royalty: 304 € / mes
Canon de publicidad: 200 € / mes
Dimensión mínima del local: 35 m²
Población mínima: 5.000 Habitantes



Inversión: 30.000€
Web: www.nomasvello.es
Contacto: Dpto. Franquicias

d-beauty concept

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 30
Propios: 2 - **Franquiciados:** 28
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: Incluido en la inversión
Royalty: 380 €
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 40 m²
Población mínima: 10.000 Habitantes



Inversión: 14.000 € + leasing
Web: www.d-beauty.com
Contacto: Tana Benasuly

Estetic Body

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 3
Propios: 2 - **Franquiciados:** 1
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 2.500 €
Royalty: 250 € / mes
Canon de publicidad: 150 €
Dimensión mínima del local: 45 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: desde 12.500€
Web: www.esteticbody.com
Contacto: Marcos Meilan

Tres décadas de experiencia en el transporte urgente

Halcourier es una compañía líder en tecnología aplicada al transporte urgente de documentación y pequeña paquetería, de capital 100% español, que gestiona una cartera de más de 60.000 clientes de todos los sectores, y que con una red de más de 210 delegaciones abarcan todo el territorio nacional, Portugal, Andorra y Gibraltar. Nos avalan 30 años con una coherente filosofía de marca: "Urgencia a medida del cliente" para ser los mejores en el envío de documentos y pequeños paquetes, siendo la más rápida y fiable y adaptándose constantemente a las necesidades de sus clientes. Aplicando la fórmula empresarial de la franquicia para expandirse por toda la geografía



española, consciente de que la capilaridad, más que en ninguna otra actividad, es crucial en el sector del transporte urgente. Hoy, su red mantiene una estructura con más de 4.000 profesionales, trabajando para dar respuesta a sus clientes. Realiza 70 rutas al día, más de 120.000 kilómetros diarios de rutas propias, con una flota de 2.500 vehículos. Sus instalaciones abarcan 8.000 m², equipadas con las más modernas tecnologías. Los transportistas cuentan con un millar y medio de dispositivos móviles que permiten en tiempo real dar información puntual de los más de 15 millones de paquetes que se transportan anualmente. Por eso, Halcourier busca preferiblemente personas que conozcan el mundo del transporte urgente, dinámicas, con dotes comerciales y con ganas de labrarse un futuro en el sector, aunque la formación que asegura la enseña garantiza la capacitación de cualquier candidato. Para ello dispone de dos tipos diferentes de franquicias; por un lado naves situadas en polígonos industriales con un mínimo 100 metros cuadrados y por otro lado puntos de venta a pie de calle, pequeños locales situados en entornos comerciales o centros de negocio de las ciudades, con una superficie mínima de 30 metros.



Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

 **Top Franquicias**

Belleza - Estética

Vellisimo

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 36
Propios: 2 - Franquiciados: 34
Establecimientos en el extranjero: 23
Canon de entrada: No hay
Royalty: A consultar
Canon de publicidad: A consultar
Dimensión mínima del local: desde 26m²
Población mínima: -



Inversión: desde 15.000€

Web: www.vellisimo.com
Contacto: Dpto. de Expansión

Sin Dietas

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 50
Propios: 0 - Franquiciados: 50
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: No hay
Royalty: 500€ mensuales
Canon de publicidad: 200€ mensuales
Dimensión mínima del local: 70m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Inversión: 38.000€

Web: www.sindietasgroup.com
Contacto: Marta Veganzones

Seven Secrets

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 14
Propios: 2 - Franquiciados: 12
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 3.000 €
Royalty: 300 € mensuales
Canon de publicidad: 100 € mensuales
Dimensión mínima del local: 35 - 60 m²
Población mínima: 20.000 Habitantes



Inversión: 12.500€

Web: www.sevensecrets.es
Contacto: Paqui de la Rosa

Be Sthetic

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 6
Propios: 3 - Franquiciados: 3
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: No hay
Royalty: desde 300 € / mes
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 40m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: desde 14.900€

Contacto: Cristina Suñe / Neus Guirado
Web: www.besthetic.es

D-Uñas

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 33
Propios: 3 - Franquiciados: 30
Establecimientos en el extranjero: Sí
Canon de entrada: Incluido en inversión
Royalty: 350 €
Canon de publicidad: -
Dimensión mínima del local: 20-40 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: 30.000€ + IVA

Web: www.d-unas.com
Contacto: Tana Benasuly

D-Pilate

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 37
Propios: 2 - Franquiciados: 35
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: Incluido en inversión
Royalty: 300 €
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 40 m²
Población mínima: 20.000 habitantes

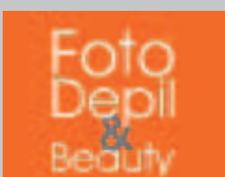


Inversión: desde 25.000€

Web: www.d-pilate.com
Contacto: Tana Benasuly

Fotodepil & Beauty

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 3
Propios: 1 - Franquiciados: 2
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: -
Royalty: 300 €/mes
Canon de publicidad: 200 €/mes
Dimensión mínima del local: 60 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: 35.000€

Web: www.fotodepilandbeauty.com
Contacto: Jose María Alabart

Pellbelladepil

Actividad: Belleza - Estética
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 29
Propios: 1 - Franquiciados: 28
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: Incluido
Royalty: 650 €/mes
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 65 m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Inversión: 59.800 € + IVA

Web: www.pellbelladepilat.com
Contacto: Angeles Sánchez

Vivafit

Actividad: Deporte - Gimnasios
País de origen: Portugal
Nº de establecimientos en España: 111
Propios: 5 - Franquiciados: 106
Establecimientos en el extranjero: 100+
Canon de entrada: 14.433 € + IVA
Royalty: 750 + 150 tasa
Canon de publicidad: 300 + IVA
Dimensión mínima del local: 160-200 m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Inversión: 120.000€

Web: www.vivafit.es
Contacto: Rocío Díaz

Curves

Actividad: Deporte - Gimnasios
País de origen: EE.UU.
Nº de establecimientos en España: 150
Propios: 0 - Franquiciados: 150
Establecimientos en el extranjero: 10.000+
Canon de entrada: 39.900 € + IVA
Royalty: 295€ + IVA - 795 € + IVA
Canon de publicidad: 6% mensual máximo
Dimensión mínima del local: 150m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: 90.000€

Web: www.curveseurope.com
Contacto: Roberto Rodríguez Iniesta

Sin Dietas: "El cuidado personal se impone como tendencia"

Entrevista a Marta Veganzone, directora de expansión de Sin Dietas

Franquicias Magazine: ¿En qué se basa el éxito de Sin Dietas?

Marta Veganzone: Nuestro éxito se basa en el uso de las más avanzadas tecnologías y en ofrecer el tratamiento más adecuado para obtener los mejores resultados a un precio único de 30 € por zona y sesión, independientemente de cuántos aparatos o tecnologías se utilicen para garantizar resultados eficaces. Todos los tratamientos que ofrecemos son unisex.

F.M.: ¿Cuáles son sus actuales objetivos?

M.V.: Nuestro principal objetivo es consolidarnos como franquicia especializada en remodelado corporal y tratamientos faciales y llegar a toda España.

F.M.: ¿Es un buen momento para abrir una franquicia de Sin Dietas? ¿Por qué?

M.V.: Entendemos que es un buen momento para abrir una franquicia de Sin Dietas porque entendemos que podemos aportar una rentabilidad segura a los futuros franquiciados.



F.M.: ¿Qué perfil de franquiciado está buscando Sin Dietas?

M.V.: El perfil del franquiciado de Sin Dietas es el de un inversor interesado en un negocio rentable o un emprendedor que busque autoempleo. No es necesaria experiencia previa, ya que la central ofrece un completo plan de formación y apoyo constante al franquiciado.

F.M.: ¿Qué inversión requiere la enseña?

M.V.: La inversión inicial supone 38.000 euros sin incluir la obra civil. Esta cifra incluye toda la tecnología necesaria, mobiliario y decoración. La dimensión mínima del local es de 75m² en poblaciones de al menos 20.000 habitantes, y deberá estar ubicado en planta calle de zona comercial con una fachada recomendable de al menos 4 m.

F.M.: ¿Cómo valora la situación actual del sector y la evolución de futuro?

M.V.: El cuidado personal se impone como tendencia siendo una necesidad más en nuestro estilo de vida. Es por ello que es un sector en alza ya que cada día son más las personas que deciden cuidarse y ven en Sin Dietas el lugar perfecto para cubrir todas sus necesidades.

Gimnasios

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

 **Top Franquicias**

Ocio

Oncruiser

Actividad: Entretenimiento y Ocio
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 10
Propios: 5 - **Franquiciados:** 5
Establecim. en el extranjero: En desarrollo
Canon de entrada: 28.000€
Royalty: 800€ / mes
Canon de publicidad: 5% del valor
Dimensión mínima del local: no es necesario
Población mínima: -



Inversión: 28.000€

Web: www.oncruiser.com
Contacto: Joan Colomer

Laser Space

Actividad: Entretenimiento y Ocio
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 1
Propios: 1 - **Franquiciados:** 0
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: 0
Royalty: 0
Canon de publicidad: 0
Dimensión mínima del local: 200 m² mínimo
Población mínima: 150.000 habitantes



Inversión: 135.000€

Web: www.laserspace.es
Contacto: Bas zwartendijk

Hostelería y Restauración

Dehesa Santa María

Actividad: Cervecerías - Vinos - Tapas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 83
Propios: 6 - **Franquiciados:** 77
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 24.000€ + IVA
Royalty: 900€ mes
Canon de publicidad: 60€/nmes
Dimensión mínima del local: 90m²
Población mínima: 15.000 habitantes



Inversión: 145.000€

Web: www.dehesasantamaria.com
Contacto: Manel Esplugas

Bodega La Andaluza

Actividad: Cervecería - Vinos - Tapas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 24
Propios: 1 - **Franquiciados:** 23
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 25.000€
Royalty: 5%
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: desde 100m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Inversión: desde 50.000€

Web: www.laandaluza.com
Contacto: Diego Espinosa Jiménez



entretapas
y v i n o s

Tif. 91 661 16 88
www.entretapasyvinos.com

Rodilla

Actividad: Fast Food
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 100
Propios: 32 - **Franquiciados:** 68
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 24.040€
Royalty: 5% s/ventas sin IVA
Canon de publicidad: 4% s/ventas sin IVA
Dimensión mínima del local: 120-200 m²
Población mínima: 100.000 habitantes



Inversión: 350.000€

Web: www.rodilla.com
Contacto: Juani Gómez

Vinotinto

Actividad: Cervecerías - Vinos - Tapas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 4
Propios: 3 **Franquiciados:** 1
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 28.000€
Royalty: 5% de ventas brutas
Canon de publicidad: 2% de ventas brutas
Dimensión mínima del local: 200-500m²
Población mínima: 150.000 habitantes



Inversión: 300.000-400.000€

Web: www.vinotinto.es
Contacto: David Gil García

ADK

Actividad: Fast Food
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 40
Propios: 1 **Franquiciados:** 39
Establecimientos en el extranjero: 4
Canon de entrada: 14.000€ + iva
Royalty: 600€/mes
Canon de publicidad: 250€/mes
Dimensión mínima del local: 40-100m²
Población mínima: 15.000 habitantes



Inversión: Desde 90.000€

Web: www.abbasid.net
Contacto: Juan de la Cruz González

Krunch

Actividad: Cervecerías - Vinos - Tapas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 28
Propios: 0 - **Franquiciados:** 28
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 30.000€
Royalty: 5% sobre ventas mensuales netas
Canon de publicidad: 1,5% sobre ventas mensuales netas
Dimensión mínima del local: 200-250 m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Inversión: 330.000€ - 400.000€

Web: www.krunch.es
Contacto: Goio Quevedo

Yogurtlandia

Actividad: Heladerías
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: 7
Propios: 2 **Franquiciados:** 5
Establecimientos en el extranjero: +100 Italia
Canon de entrada: 45.000€
Royalty: No
Canon de publicidad: No
Dimensión mínima del local: 30-60 m²
Población mínima: 10.000 habitantes



Inversión: 50.000-60.000€

Web: www.yogurtlandia.es
Contacto: Merce

Entrevistamos a Abilio Silva, gerente de Battery Doctors

FRANQUICIAS MAGAZINE: ¿En qué medida está afectando la situación económica al desarrollo y expansión de su Enseña?

ABILIO SILVA: La situación económica actual viene siendo beneficiosa para nuestro negocio y estamos convencidos que nos ayudará en el desarrollo de nuestra Enseña en España.

La reducción de costes y el medio ambiente son los factores principales de nuestra Enseña en el mercado automóvil e Industrial. Tenemos una tecnología nueva, única de elevada rentabilidad y amiga del medio ambiente.

F.M.: ¿En tiempo de crisis, una franquicia ofrece más garantía a los emprendedores, pero por parte de su Enseña que medidas o nuevas iniciativas han tomado para acrecentar y asegurar su modelo de negocio?

A.S.: Las iniciativas esperan juntar la enseña del mercado automóvil, baterías coches y de la enseña industrial (carretillas eléctricas, baterías estacionarias, etc.) en una sola, a mitad del precio inicial previsto.

F.M.: ¿Cuáles están siendo los planes de futuro y desarrollo para su Enseña en éste año?

A.S.: Nuestros planes han sido abrir 5 Franquicias en este 1^a año de actividad en España.

Pensamos, que, España tiene capacidad para más de 50. Pensamos que así que el negocio tenga más notoriedad y el crecimiento va a ser mas aclarado. Estamos hablando de un negocio que reduce los costes a las empresas a los particulares y ayuda mucho el medio ambiente.



Battery Doctors se dedica a la recuperación de todo tipo de baterías de automoción (automóvil, motos, camiones). Mediante un sencillo tratamiento, la batería vuelve a recuperar sus propiedades originales y se pone a la venta en el mercado a un precio muy competitivo y con total garantía

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

Hostelería y Restauración

Dolce Pecatto

Actividad: Heladerías
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 44
Propios: - Franquiciados: 43
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: 10.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 3%
Dimensión mínima del local: 50 m²
Población mínima:



Web: www.dolcepecatto.es

Inversión: Desde 74.000 € Contacto: Salvador Gómez Herreros

Carte D'Or

Actividad: Heladerías
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 44
Propios: 1 - Franquiciados: 43
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: No hay
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 16m² - 100m²
Población mínima: 30.000 habitantes



Contacto: Luis Quilez

Inversión: 60.000€ - 100.000 €

Ben&Jerry's

Actividad: Heladerías
País de origen: U.S.A.
Nº de establecimientos en España: 35
Propios: 2 - Franquiciados: 33
Establecimientos en el extranjero: 500
Canon de entrada: 10.000 - 24.000 €
Royalty: 3% sobre facturación
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: 20m²-70m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Web: www.ben-jerrys.es
Contacto: Luis Quilez

Inversión: 70.000€ - 120.000 €

Cremeria Vienna

Actividad: Heladerías
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: 34
Propios: 3 - Franquiciados: 31
Establecimientos en el extranjero: 14
Canon de entrada: -
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 40 m²
Población mínima: 4.000 habitantes



Web: www.cremeriavienna.it
Contacto: María Bonzona

Inversión: 70.000€ - 120.000€

Jamaica Coffee Shop

Actividad: Cafetería - Coffeee Shop
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 125
Propios: 37 - Franquiciados: 88
Establecimientos en el extranjero: 4
Canon de entrada: 18.030 €
Royalty: 5,5% s/ventas sin IVA
Canon de publicidad: 2,5% s/ventas sin IVA
Dimensión mínima del local: 80 m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Web: www.jamaicacoffeeshop.es
Contacto: Juani Gómez

Inversión: 180.000€

Café de Indias

Actividad: Cafetería - Coffee Shop
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 65
Propios: 17 - Franquiciados: 48
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: 18.030 €
Royalty: 5,5% s/ventas sin IVA
Canon de publicidad: 2,5% s/ventas sin IVA
Dimensión mínima del local: 80 m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Web: www.cafedeindias.com
Contacto: Juani Gómez

Inversión: 180.000€

Congelados El Veleta

Actividad: Alimentación
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 36
Propios: 26 - Franquiciados: 10
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 6.000 €
Royalty: No existe
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: 70 m²
Población mínima: 8.000 habitantes



Web: www.elveleta.es
Contacto: José Antonio Ruíz Gómez

Inversión: 50.000€

DialPrix

Actividad: Alimentación
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 72
Propios: 39 - Franquiciados: 33
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 1.530 €
Royalty: -
Canon de publicidad: 0,5% s/ventas
Dimensión mínima del local: 400m²
Población mínima: 6.000 habitantes



Web: www.laandaluza.com

Inversión: 700 € el m² Contacto: Dpto de Franquicias-Expansión

Dulceking

Actividad: Alimentación
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 16
Propios: 4 - Franquiciados: 12
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 6.000 € + IVA
Royalty: 250 € + IVA
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No hay
Población mínima: -



Web: www.dulceking.com
Contacto: José Nieto

Inversión: 23.000€ + IVA

NATUR HOUSE
Expertos en reeducación alimentaria

Crea tu propio negocio con una de las 10 primeras empresas franquiciadoras del mundo.

Tel. 902 15 14 14
e-mail: info@naturhouse.com
www.naturhouse.com

Entrevista a David Gil García, director de operaciones de las franquicias Vino Tinto

Franquicias Magazine: ¿En qué medida está afectando la situación económica al desarrollo y expansión de su Enseña?

David Gil: Nuestro grupo ha doblado su actividad en los últimos dos años y ha adquirido la participación de Vinotinto durante esta recesión. Creemos que existe una oportunidad para aquellos proyectos que ofrecen valor para los clientes y que se puede expandir durante este periodo. Desde que ha comenzado la recesión hemos expandido considerablemente nuestra oferta centrándonos en ofrecer un buen producto a buen precio y con un servicio excelente.



F.M.: ¿En tiempo de crisis, una franquicia ofrece más garantía a los emprendedores, pero por parte de su Enseña que medidas o nuevas iniciativas han tomado para acrecentar y asegurar su modelo de negocio?

D.G.: Hemos actualizado nuestros establecimientos invirtiendo en nuevos diseños y hemos reformado la carta para acomodarnos a los tiempos actuales con una oferta más económica y rentable para nuestros asociados. Ofrecemos formar parte de un grupo con amplia experiencia y presencia que ha demostrado ser capaz de crecer de forma rentable en un entorno difícil como el actual.

F.M.: ¿Cuáles son los planes de futuro y desarrollo para su Enseña?

D.G.: Pretendemos desarrollar la marca tanto a nivel nacional como internacional. Vinotinto Franchising forma parte de un grupo más amplio, como es Duffy's o Big Time Restaurants con presencia en distintos mercados internacionales donde nuestros conceptos han aprovechado la crisis para expandirse y doblar el volumen de su actividad. En la actualidad se puede aprovechar la oportunidad de crecer asumiendo los fracasos de otros restaurantes lo que disminuye la inversión.

Nuestro plan de negocio apuesta tanto por el mercado nacional como por el internacional, pensamos que un concepto como el de Vinotinto, de tapas, raciones y buenos vinos, tendrá una gran aceptación en el extranjero.

Alimentación - Nutrición - Dietética

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

E. Solar - Renovables

Empresas de Limpieza

Servicios Automóvil

Cero Grados Sur

Actividad: Energía Solar - Renovables
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 3
Propios: 2 - Franquiados: 1
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 750 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No se requiere
Población mínima: No hay



Web: www.cerogradossur.com
Contacto: Francisco Alcaraz

Inversión: 0€

Green Space

Actividad: Energía Solar - Renovables
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 66
Propios: 2 - Franquiados: 64
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: Desde 5.000 €
Royalty: 25% s/beneficio (sin fijo)
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No necesario
Población mínima: -



Web: www.agreenspace.es
Contacto: Fernando Tellez Cantero

Inversión: Desde 5.600€
(incluido canon de entrada)

Puntualnet

Actividad: Empresas de limpieza
País de origen: Principado de Andorra
Nº de establecimientos en España: 0
Propios: 1 - Franquiados: 0
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 3.000 €
Royalty: 10% sobre las ventas
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: -
Población mínima: 30.000 Habitantes



Web: www.puntualnet.com
Contacto: Charo Rodríguez

Inversión: 3.800€
(incluido canon de entrada)

ECOLimpiez
FRANQUICIA - FRUCOSOL

¿Por qué ser nuestro franquiciado?
Idea Innovadora
Objetivo: Desarrollo sostenible
Producto Ecológico
Negocio Rentable
www.franquicia-frucosol.com

Battery Doctors Iberia

Actividad: Servicios Automóvil
País de origen: Estados Unidos
Establecimien. en España: 6
Propios: 1 - Franquiados: 5
Establecimientos en el extranjero: 1.000+
Canon de entrada: 35.000 €
Royalty: 85€ - 170€
Canon de publicidad: 150€/mes
Dimensión mínima del local: 150 - 200 m2
Población mínima: 200.000 habitantes



Web: www.batterydoctors.net
Contacto: Abilio Silva/Oscar Soler

Inversión: 35.000€

Ecopoint

Actividad: Servicios Automóvil
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: -
Propios: 10 - Franquiados: 0
Establecimientos en el extranjero: 10
Canon de entrada: 500 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No hay
Población mínima: No hay



Web: www.supertech.it
Contacto: Luigi Salemi

Inversión: 5.000€

Alquimóvil

Actividad: Servicios Automóvil
País de origen: España
Establecimien. en España: 4
Propios: 4 - Franquiados: 0
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 15.000 €
Royalty: 300 euros / mes
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 50 m2
Población mínima: 20.000 habitantes



Web: www.alquimobil.com
Contacto: Magín Blanco

Inversión: 15.000€

Central Car Rental

Actividad: Servicios Automóvil
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 16
Propios: 8 - Franquiados: 8
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: 30.000 €
Royalty: 6€&
Canon de publicidad: 1%
Dimensión mínima del local: -
Población mínima: 25.000 habitantes



Web: www.centralcarrental.net
Contacto: Joan Nicolás

Inversión: 12.000€

Aval Rent A Car

Actividad: Servicios del automovil
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 34
Propios: 1 - Franquiados: 33
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 20.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 35-50 m2
Población mínima: 20.000 Habitantes

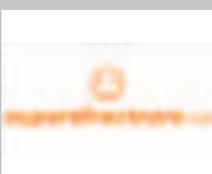


Web: www.avalrentacar.com
Contacto: José Antonio Godoy

Inversión: según localidad

Superdirectcars

Actividad: Servicios del automovil
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 2
Propios: 2 - Franquiados: 0
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 50.000€ (F1) y 30.000 (F2)
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 20m2
Población mínima: 100.000 habitantes



Web: www.superdirectcars.com
Contacto: Héctor Piñero

Entrevistamos a Francisco Alcaraz Ortega, gerente de Cero Grados Sur

"Ofrecemos inversiones de alta relación rentabilidad-seguridad"



Franquicias Magazine: ¿En qué medida está afectando la situación económica al desarrollo y expansión de su Enseña?

Francisco Alcaraz: A día de hoy las instalaciones fotovoltaicas se concentran en clientes de un perfil muy definido: propietarios de naves industriales. Así, la situación nos afecta negativamente a causa de la crisis como a todos. No obstante, ofrecemos inversiones de alta relación rentabilidad-seguridad y, en ese sentido, no hay nada mejor en el mercado.

F.M.: ¿Es un buen momento para abrir una franquicia de Cero Grados Sur? ¿Por qué?

F.A.: Los planes de expansión mediante el modelo actual, o sea sin canon, son coyunturales hasta alcanzar una estructura comercial planificada. A partir de ese momento, las condiciones serán las utilizadas en el sector. Por eso consideramos que este no es un buen momento sino "el momento".

F.M.: ¿Cuáles son sus actuales objetivos?

F.A.: La apertura de 6 a 10 franquicias hasta mediados de 2011. A partir de ese momento retomaremos las condiciones normales de canon.

F.M.: ¿La estrategia de expansión se centra en el desarrollo de franquicias o mixta con enseñas propias y asociadas?

F.A.: Exclusivamente franquicias. Si fuese preciso se reforzarían los medios técnicos y humanos en la central pero, siempre, con el objetivo de atender a los franquiciados.

F.M.: ¿Cuáles son las zonas preferentes para realizar la expansión?

F.A.: Por una cuestión de relación entre actividad a ofertar (instalaciones fotovoltaicas) y climatología (radiación solar), es más sencillo crecer y cerrar acuerdos comerciales en el centro y mitad sur de la península e islas. Dentro de ellas, preferiblemente zonas industriales o residenciales de vivienda unifamiliar.

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

Terraminium

Actividad: Administración de fincas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 20
Propios: 2 - **Franquiados:** 18
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: desde 4.500 € - 9.000 €
Royalty: 3% / mes
Canon de publicidad: 2% / mes
Dimensión mínima del local: 20 m²
Población mínima: 15.000 habitantes



Inversión: 12.000€ - 23.000 €

Web: www.terraminium.com
 Contacto: Antonio M. León

Expense Reduction Analysts

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: Reino Unido
Nº de establecimientos en España: 36
Propios: 1 - **Franquiados:** 35
Establecimientos en el extranjero: 750
Canon de entrada: 55.000 € - 80.000 €
Royalty: 15%
Canon de publicidad: 3%
Dimensión mínima del local: No es necesario
Población mínima: -



Inversión: 75.000€

Web: www.expensereduction.com
 Contacto: Francisco Escanellas

Grupo Corpodat

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: España - Madrid
Nº de establecimientos en España: 46
Propios: 6 - **Franquiados:** 40
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: no hay
Royalty: 350 €
Canon de publicidad: No existe
Dimensión mínima del local: -
Población mínima: -



Inversión: 3.000€

Web: www.grupocorpodat.com
 Contacto: Jose Ramos

Conversia

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: -
Nº de establecimientos en España: 73
Propios: 12 - **Franquiados:** 61
Establecimientos en el extranjero: NO
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 30 m²
Población mínima: -



Inversión: 15.000€ - 21.000€

Web: www.conversia.es
 Contacto: Jordi Giménez

Asesunion

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: Andalucía
Nº de establecimientos en España: 16
Propios: 2 - **Franquiados:** 14
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: De 0 a 4.000€
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No es necesario para iniciar la actividad
Población mínima: no exigido
Inversión: De 0 a 4.000€
 (según la opción de trabajo elegida)



Web: www.asesunion.com
 Contacto: M^a Virtudes Ortega

Universalis

Actividad: Administración de Fincas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 9
Propios: 2 - **Franquiados:** 7
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 1.500 €
Royalty: 0 €
Canon de publicidad: 100€/mes (a partir de 2º año)
Dimensión mínima del local: 30-60 m²
Población mínima: 15.000 hab.



Inversión: 8.500€

Web: www.grupouniversalis.es
 Contacto: Carlos León

RTA

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: Británica
Nº de establecimientos en España: 11
Propios: 2 - **Franquiados:** 9
Establecimientos en el extranjero: Sí
Canon de entrada: Incluido en la inversión
Royalty: 10%
Canon de publicidad: 500 € mensuales
Dimensión mínima del local: 60 m²
Población mínima: Variable



Inversión: 100.000€

Web: www.rta-europe.com
 Contacto: Paul Mitchell

Franquicia Círculo Gacela
 Oferte a una franquicia de éxito:
 Sin inversión
 Sin necesidad de local
 Inversión total: 200€
 Tel: 902 922 212
 info@francuiciagacela.com
 www.circulogacela.com

Atc Torrealday

Actividad: Asesoría - Consultoría - Administración
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 112
Propios: 25 - **Franquiados:** 87
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 14.000 Euros
Royalty: 160,00 Euros
Canon de publicidad: 50 Euros
Dimensión mínima del local: 45 m²
Población mínima: 10.000 Habitantes



Inversión: 27.045 €

Web: www.atctorrealday.com
 Contacto: José Antonio Cano Fernández

DGE Bruxelles

Actividad: Administración de Fincas
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: 39
Propios: 1 - **Franquiados:** 38
Establecimientos en el extranjero: 238
Canon de entrada: No hay
Royalty: 2.250 Euros
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: -
Población mínima: 100.000 Habitantes



Inversión: 12.000 €

Web: www.dge.es
 Contacto: -

Franquicias Agratel, una fórmula de éxito

¿Qué novedad aporta Agratel respecto a otras franquicias?

Agratel, en su política de expansión ha apostado firmemente por el éxito del emprendedor. Aporta un novedoso sistema de ayuda económica al franquiciado que garantice el éxito de su negocio cubriendo los ingresos mensuales hasta 1.200€/mes durante los 6 primeros meses de actividad del negocio. Apenas hay ninguna enseña que apueste tan fuerte por su red de franquicias.

Además, es la 1ª franquicia en España que aporta servicios globales de comunicaciones. El sector de las telecomunicaciones para empresas, autónomos y particulares necesitaba una enseña que además de asesorar, personalizara el trato con el cliente cubriendo todas las necesidades de comunicaciones. AGRATEL es una fórmula de éxito para nuestros franquiciados y por supuesto para nuestros clientes.

¿Qué requisitos requiere una franquicia Agratel?

Necesitamos únicamente el empuje del emprendedor ya que la central de Agratel ofrece el negocio llave en mano. Facilitando todos los soportes técnicos, comerciales... El negocio es altamente rentable y la central garantiza unos ingresos mínimos con una inversión low cost. La franquicia Agratel no exige local a pie de calle. La formación inicial y permanente al franquiciado es suficiente para empezar la actividad.

¿Qué perfil de franquiciado está interesado en montar una franquicia?

El perfil del franquiciado que seleccionamos es de una persona emprendedora, con carácter comercial y sin ser indispensable tener conocimientos técnicos. Generalmente, todo interesado que se ha puesto en contacto con nosotros ha estado relacionado con el sector servicios preferentemente; no obstante, cualquier persona con interés en crearse un buen porvenir y con iniciativa para crear su propia empresa, o bien desee compatibilizar su actividad actual con una nueva vía de negocio, cumple el perfil de franquiciado y sería un buen candidato para unirse al Grupo.

¿En qué situación se encuentra ahora mismo el sector?

El sector de las telecomunicaciones siempre ha estado en constante evolución movido por las nuevas necesidades de las empresas. Hoy, los grandes operadores trabajan para aportar nuevas soluciones técnicas y resolutivas en voz y datos que faciliten el trabajo a las corporaciones.

Actualmente, los clientes siguen demandando servicios de telecomunicaciones, a pesar de la dura competencia Agratel siempre se ha distinguido por ofrecer una buena relación calidad/precio que ha favorecido a nuestros clientes.

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

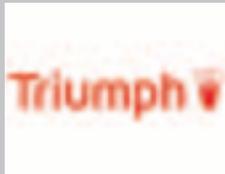


Moda - Textil - Calzado y Complementos

Academias - Formación

Triumph

Actividad: Moda y Confección - Intima
País de origen: Alemania
Nº de establecimientos en España: 16
Propios: 11 - **Franquiados:** 5
Establecimientos en el extranjero: 2.258
Canon de entrada: No tiene
Royalty: No tiene
Canon de publicidad: No tiene
Dimensión mínima del local: 100 - 130 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: A partir de 40.000€

Web: www.triumph.com
Contacto: Pau Lumbreras

Joyca

Actividad: Calzado y Complementos
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 12
Propios: 8 - **Franquiados:** 4
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 9.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 1% sobre facturación
Dimensión mínima del local: 60 m²
Población mínima: 35.000 habitantes



Inversión: 60.000 €

Web: www.joyca.com
Contacto: Cayetano Gimenez

Freesite

Actividad: Moda y Confección - Joven
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 20
Propios: 4 - **Franquiados:** 16
Establecimientos en el extranjero: 2
Canon de entrada: No hay
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: Desde 80 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Inversión: desde 74.000€

Web: www.freesite.es
Contacto: Jonathan Chocrón

Bóboli

Actividad: Moda y Confección - Infantil
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 42
Propios: 18 - **Franquiados:** 24
Establecimientos en el extranjero: 12
Canon de entrada: No hay
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 1%
Dimensión mínima del local: 75 m²
Población mínima: 50.000 habitantes

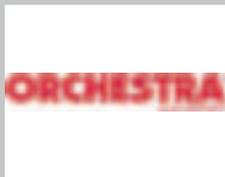


Inversión: 50.000 € + O.C.

Web: www.boboli.es
Contacto: Idoia Kemmer

Orchestra

Actividad: Moda y Confección - Infantil
País de origen: Francia
Nº de establecimientos en España: 62
Propios: 35 - **Franquiados:** 27
Establecimientos en el extranjero: 400+
Canon de entrada: 10.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 0,5%
Dimensión mínima del local: 80-120 m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Inversión: 100.000€

Web: www.orchestra.fr
Contacto: María Araluce

Legea

Actividad: Deportes
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: 159
Propios: 2 - **Franquiados:** 157
Establecimientos en el extranjero: 154
Canon de entrada: No
Royalty: No
Canon de publicidad: No
Dimensión mínima del local: + de 100 m²
Población mínima: -



Inversión: de 300€ a 400€ el m2

Web: www.legea.es
Contacto: Jordi Díaz

IES Formación

Actividad: Academias de Enseñanza-Formación
País de origen: España y EE.UU
Nº de establecimientos en España: 22
Propios: 2 - **Franquiados:** 20
Establecimientos en el extranjero: Sí
Canon de entrada: 12.500 €
Royalty: 350 €
Canon de publicidad: No
Dimensión mínima del local: 60m²
Población mínima: 15.000 Habitantes



Inversión: 12.500€

Web: www.iesformacion.com
Contacto: Sonia Grande

Les Ptits Bilingues

Actividad: Academias de Enseñanza-Formación
País de origen: Francia y España
Nº de establecimientos en España: 1
Propios: 1 - **Franquiados:** 0
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: 30.000 €
Royalty: 5% Mensual
Canon de publicidad: 1%
Dimensión mínima del local: 250m²
Población mínima: 100.000 habitantes



Inversión: 130.000 €.

Web: www.iesformacion.com
Contacto: -

ALOHA Mental Arithmetic

Actividad: Academias de Enseñanza-Formación
País de origen: Malasia
Nº de establecimientos en España: 7
Propios: 1 - **Franquiados:** 6
Establecimientos en el extranjero: 900
Canon de entrada: 8.500€ - 21.000€ variable
Royalty: 15 %
Canon de publicidad: 5%
Dimensión mínima del local: No necesita
Población mínima: 100.000 habitantes



Inversión: 20.500€ - 33.000€
(variable según zona de exclusividad)

Web: www.alohama.com
Contacto: Amador Garcías

Mundoclases

Actividad: Academias de Enseñanza-Formación
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 4
Propios: 3 - **Franquiados:** 1
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 13.000 €
Royalty: 6 primeros meses 0%
6 siguientes meses: 4% 2º - 5º año: 5%
Canon de publicidad: 3%
Dimensión mínima del local: 55-60 m²
Población mínima: 75.000 habitantes



Inversión: 32.700 € Contacto: Jose Mª Villarrea/Jose Manuel Romero

Web: www.mundoclases.com

Vellísimo Center. Entrevistamos a Olga Avellán

La franquicia se encuentra en uno de sus mejores momentos

Franquicias Magazine: ¿Cómo se encuentra actualmente el sector de belleza-estética en éste momento?

Olga Avellán: El sector de la belleza y la estética se encuentra en un proceso de expansión y actividad frenética, caracterizado por los avances tecnológicos y la gran demanda existente.

Los informes sectoriales con los que trabajamos y nuestra experiencia nos confirman que este sector goza de buena salud, aunque el clima económico general esté pasando una difícil situación. Sin embargo, gracias a nuestras tarifas y la calidad del servicio nuestros clientes no renuncian a cuidarse por fuera y por dentro. La belleza y el bienestar interior es fundamental, es una necesidad y un placer instaurado en nuestro modelo de vida.

El nivel cultural de las personas se ha incrementado notablemente, ahora es muy importante cuidarse y tener una buena calidad de vida.

En Vellísimo Center nos hemos adaptado a las necesidades y demandas de nuestros clientes, introduciendo mejoras en los Centros, en los tratamientos, en los productos y en nuestra forma de comunicarnos con ellos.

F.M.: ¿En qué se basa el éxito de Vellísimo Center?

O.A.: Vellísimo Center ha conseguido adaptarse a distintos mercados, evolucionando junto con las necesidades, tanto de los gestores, como de los clientes finales.

Nuestros equipos de alta tecnología están manejados por profesionales de la estética y la belleza, que reciben una específica preparación por parte de la Central. Además, complementamos los tratamientos con cosméticos, geles y cremas de alta calidad, creadas especialmente para cuidar la piel y prolongar los resultados de los tratamientos.

F.M.: ¿Qué ofrece vuestra enseña al franquiciado?

O.A.: La Central se encarga de la puesta en marcha del negocio; les asesoramos en la elección del local, se le realiza un proyecto íntegro de distribución y decoración, lo adecuamos corporativamente, interior y exteriormente, proporcionamos todos los equipos técnicos necesarios para comenzar la actividad, así como el mobiliario de cabina y recepción, se les realiza una campaña de publicidad exclusiva para su apertura, así como el material corporativo necesario para inaugurar, como vestuario, toallas, etc. Por supuesto, también impartimos una completa formación, inicial y continuada, teórico-práctica para nuestros Franquiados y sus empleados.

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

Telecomunicaciones

Movilquick

Actividad: Internet Telecomunicaciones Publicidad
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 13
Propios: 4 - **Franquiciados:** 9
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: 900 €/mes
Canon de publicidad: 5% sobre las ventas
Dimensión mínima del local: 40 m²
Población mínima: 50.000 hab.



Web: www.movilquick.com
 Contacto: Patricia González

Inversión: desde 60.000€

1ª franquicia 360º en telecomunicaciones
 Garantizamos ingresos mensuales de 1.200 € los primeros 6 meses
Agratel La comunicación integral
 902 02 66 46
 franquicias@agratel.com
 www.agratel.com

Publicidad

Infolocalia

Actividad: Internet-Telecomunicaciones-Publicidad
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 130
Propios: 112 - **Franquiciados:** 18
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 2.000 €
Royalty: Desde 250€
Canon de publicidad: Variable
Dimensión mínima del local: No necesario
Población mínima: 7.000 habitantes



Web: www.infolocalia.com
 Contacto: Eva López

Inversión: A consultar

Mundoguía

Actividad: Internet- telecomunicaciones-Publicidad
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 10
Propios: 1 - **Franquiciados:** 9
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 4.000 €
Royalty: 150 € mensuales
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: No es necesario
Población mínima: No es necesario



Web: www.mundoguia.com

Inversión: 7.000 €

Contacto: Juan de la Cruz Beltrán García

PortalDeTuCiudad.com

Actividad: Internet - Telecomunicac. - Publicidad
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 45
Propios: 3 - **Franquiciados:** 42
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: 0
Canon de publicidad: 0
Dimensión mínima del local: no necesario
Población mínima: -



Web: www.portaldetuciudad.com
 Contacto: Javier Gutiérrez Rubio

Inversión: 14.900€

Publipan

Actividad: Publicidad- Comunicación - Promoción
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 101
Propios: 3 - **Franquiciados:** 98
Establecimientos en el extranjero: 1
Canon de entrada: 8.000 €
Royalty: 100€ /mes
Canon de publicidad: -
Dimensión mínima del local: -
Población mínima: -



Web: www.publipan.net

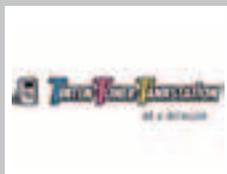
Inversión: 12.000€

Contacto: Juan de la Cruz Beltrán García

Reciclaje - Consumibles

Tinten toner Tankstation

Actividad: Reciclaje-consumibles
País de origen: Alemania
Nº de establecimientos en España: 17
Propios: 2 - **Franquiciados:** 15
Establecim. en el extranjero: 120
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: 5%
Canon de publicidad: No
Dimensión mínima del local: 35-60 m²
Población mínima: 25.000 Habitantes



Web: www.tttaankstation.com
 Contacto: Antonio Pérez

Inversión: 33.000€

Eco Store

Actividad: Reciclaje-consumibles
País de origen: Italia
Nº de establecimientos en España: 7
Propios: 3 - **Franquiciados:** 4
Establecimientos en el extranjero: 262
Canon de entrada: 39.500 + IVA
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 3% de la compra
Dimensión mínima del local: 25 y 50 m²
Población mínima: 20.000 Habitantes



Web: www.ecostore.it
 Contacto: Luca Maggioni

Inversión: 50.000€

Mensajería

Halcourier

Actividad: Mensajeros-Transportistas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 212
Propios: 42 - **Franquiciados:** 170
Establecimientos en el extranjero: 4
Canon de entrada: variable según tipo de ciudad
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 1.500 € / año
Dimensión mínima del local: Naves 100m²
 Puntos de Venta: 30m²
Población mínima: 10.000 habitantes



Web: www.halcourier.es
 Contacto: Rosario López Vallejo

Inversión: Desde 60.000€

Nacex

Actividad: Mensajeros-Transportistas
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 313
Propios: 0 - **Franquiciados:** 313
Establecimientos en el extranjero: 30
Canon de entrada: No hay
Royalty: No hay
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 60-80 m²
Población mínima: -



Web: www.nacex.es
 Contacto: Xavier Gassó

Inversión: Desde 50.000€
 (Variable, depende de zona y características de la agencia)

Banco Santander y TTT firman un convenio para favorecer la financiación de sus futuros franquiciados

Entrevista a Marko Lemansky, Director General de Tinten Toner Tankstation (TTT)



Franquicias Magazine: ¿En qué medida está afectando la situación económica al desarrollo y expansión de su Enseña?

Marko Lemansky: Animados por la buena marcha de nuestras tiendas actuales (18 en España), comenzamos una nueva etapa de crecimiento junto a Banco Santander. Este nuevo impulso de expansión se debe a que nuestras consolidadas tiendas TTT están recogiendo en ventas el fruto de nuestro concepto de negocio, que ofrece un servicio de recargas de cartuchos de tinta y toner, necesario y solicitado por las familias y empresas a un precio mucho menor que comprarlos en otro comercio.

F.M.: ¿En tiempo de crisis, una franquicia ofrece más garantía a los emprendedores, pero por parte de su Enseña que medidas o nuevas iniciativas han tomado para acrecentar y asegurar su modelo de negocio?

M.L.: En nuestro caso específico, nuestras tiendas se están viendo beneficiadas por las situaciones de la economía mundial. Entendemos que nuestro negocio no es vender tintas y polvo de tóner, es aportar soluciones satisfactorias para un cliente exigente, y dedicamos nuestro esfuerzo en adaptarnos a la evolución de las nuevas tecnologías de impresión y adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes a través de la actualización continua de nuestros conocimientos y de la flexibilidad de la organización, atendiendo cada vez a un mayor número de clientes.

OFERTA:

TINTEN TONER TANKSTATION ofrece un Descuento de 3.000 € en el Canon de Entrada, para el futuro franquiciado que primero obtenga su propia tienda TTT en su Comunidad Autónoma.

Las 100 mejores Franquicias

GUÍA OFICIAL DE FRANQUICIAS DE LA PLATAFORMA:

Top Franquicias

Otros

Jardín de Teca

Actividad: Muebles
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 1
Propios: 1 - Franquiciados: 0
Establecimientos en el extranjero: 100
Canon de entrada: 6.000 € para Tienda Asociada
Royalty: No
Canon de publicidad: No
Dimensión mínima del local: desde 80 m²
Población mínima: 100.000 Habitantes



Web: www.eljardindeteca.com
Contacto: **Belén Suarez**

Inversión: desde 65.000 €

Party Land

Actividad: Comercio Especializado
País de origen: Norteamérica
Nº de establecimientos en España: 4
Propios: 2 - Franquiciados: 2
Establecimientos en el extranjero: +400
Canon de entrada: 5.000 + I.V.A.
(Oferta Especial hasta el 31/03/10)
Royalty: 4 %
Canon de publicidad: No hay
Dimensión mínima del local: 150-200 m²
Población mínima: 150.000 Habitantes



Web: www.partyland.es
Contacto: **Laura Lozano Palacios**

Inversión: 95.918 € + I.V.A

Unicis

Actividad: Agencias matrimoniales - Amistad
País de origen: Francia
Nº de establecimientos en España: 110
Propios: 1 - Franquiciados: 109
Establecimientos en el extranjero: 100
Canon de entrada: Desde 6.500 a 10.000 €
Royalty: 3% de la producción
Canon de publicidad: 2% de la producción
Dimensión mínima del local: 30m²
Población mínima: 150.000 Habitantes



Web: www.unicis.es
Contacto: **Carmen Barrio**

Inversión: 30.000€

ASFA 21

Actividad: Servicios a domicilio y asistencial
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 27
Propios: 4 - Franquiciados: 23
Establecimientos en el extranjero: No
Canon de entrada: 14.000 €
Royalty: desde 350 €/ mes
Canon de publicidad: 80 €/ mes
Dimensión mínima del local: 20-60 m²
Población mínima: 50.000 Habitantes



Web: www.grupoasfa21.com
Contacto: **Natalia Garrido**

Inversión: desde 18.000 €

Impresión Digital
Imagen Creativa
Fotolibros
Visitas Virtuales reales y 3D
Cartelería y Folletos
Invitaciones (Bodas, etc.)
Copistería
Material de Oficina

Diseño Gráfico
Publicidad Visual
Publicidad y Marketing
Video Corporativo
Infografía 3D
Planes
Regalo Promocional
Regalo Personalizado

www.copigama.es
expansion@copigama.es

C/ Canalejas n°25 - 13600 Alcázar de San Juan (C. R.)
Teléfono de Contacto: 926 58 85 86 / Fax: 926 58 89 53

Cuisine Plus

Actividad: Muebles
País de origen: Francia
Nº de establecimientos en España: 3
Propios: 0 - Franquiciados: 3
Establecimientos en el extranjero: 95
Canon de entrada: 8.000 €
Royalty: 2% sobre cifra de negocio
Canon de publicidad: 400 € mensuales
Dimensión mínima del local: 70 m²
Población mínima: 25.000 habitantes



Web: www.cuisine-plus.es
Contacto: **Marco A. Cuenca Vizán**

Inversión: máximo 80.000€

Troc.com

Actividad: Artículos usados
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 190
Propios: 45 - Franquiciados: 145
Establecimientos en el extranjero: Sí
Canon de entrada: 30.000 €
Royalty: 3%
Canon de publicidad: 1,25%
Dimensión mínima del local: 1.200 m²
Población mínima: 80.000 m 15Km.



Web: www.troc.com
Contacto: **Francesc González**

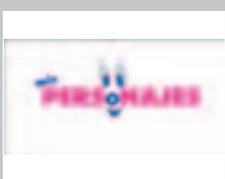
Inversión: 95.000€

Valores
COMPRAMOS ORO A DINERO
VALORIZAMOS LO QUE NO USE!
TAMBIÉN COMPRAMOS: PLATA, JORNA, RELOJES, PAPELETAS DE EMPÉO Y OTROS VALORES

www.valores.pt

Mis personajes

Actividad: Regalos
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 4
Propios: 2 - Franquiciados: 2
Establecim. en el extranjero: -
Canon de entrada: 6.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 1,5%
Dimensión mínima del local: 60 m²
Población mínima: 20.000 habitantes



Web: www.mispersonajes.es
Contacto: **Johanna Martínez**

Inversión: 25.000€

Didacmanía

Actividad: Jugueterías
País de origen: España
Nº de establecimientos en España: 15
Propios: 4 - Franquiciados: 11
Establecimientos en el extranjero: -
Canon de entrada: 12.000 €
Royalty: No hay
Canon de publicidad: 2% semestral
Dimensión mínima del local: 80 m²
Población mínima: 50.000 habitantes



Web: www.didacmania.com
Contacto: **Mansuet Guixà**

Inversión: 28.000€

Entrevistamos a Stéphane Mayard, presidente de UNICIS

Franquicias Magazine: ¿Cómo nace UNICIS?

Stéphane Mayard: UNICIS ve la luz en 1973 en LILLE, al norte de Francia. En su nacimiento introduce dos innovaciones que marcaron y aun marcan la diferencia: las actividades de ocio y tiempo libre y un marcado carácter profesional del servicio.

F.M.: ¿Cuál ha sido la trayectoria de UNICIS en España?

S.M.: Franquiciar Unicis en España supuso trasladar el cambio y la revolución en el Sector, caracterizado por la precariedad, la inmadurez y el fuerte carácter individualista de quienes ejercían la actividad. UNICIS abre su primera delegación en 1996 en San Sebastián, ampliándose rápidamente al resto de España. En el año 2001, UNICIS fue socio fundador de la Asociación Nacional de Empresas de Relaciones Matrimoniales y de Amistad, ANeReMA, por su compromiso para trabajar siguiendo estándares de calidad y un código ético. Hoy en día, dispone de una red de más de cien despachos abiertos al público, constituyendo así la empresa Nº1 de relaciones humanas en Europa.

F.M.: ¿Cuál es la situación actual del sector y su posible evolución?

S.M.: En España existe desde hace mucho tiempo un mercado importante, girando en la actualidad hacia un concepto más amplio incorporando las relaciones humanas, amistad, ocio, etc. Al día de hoy existe un extraordinario potencial de crecimiento para la Enseña. Crece a buen ritmo, debido fundamentalmente al aumento de separaciones y divorcios, fragilidad en las relaciones, la comodidad y otros condicionantes de la sociedad moderna. Actualmente, el número de hogares unipersonales supera el 20%, habiéndose duplicado en los diez últimos años.



NUEVA APERTURA EN CÓRDOBA

UNICIS, franquicia especializada de agencias matrimoniales, amistad y ocio, ha inaugurado el pasado día 23 de septiembre su delegación en Córdoba, capitaneada por la conocida empresaria María Fernández del Pino. Las nuevas dependencias se sitúan en el número 9 de la recoleta Plaza Vaca de Alfaró de la ciudad y se trata de la tercera franquicia de UNICIS en Andalucía detrás de Granada y Sevilla.

Las Mejores Inversiones

El portal www.topfranquicias.es ha elaborado esta selección de franquicias recomendadas para emprendedores

La selección realizada por el portal incluye enseñas representativas de los diferentes sectores en auge en el mercado de la franquicia. De este modo tenemos a las marcas

Almeida Viajes y Clickviaja como inversiones recomendadas dentro del sector de las agencias de viajes, a Jabona en cosmética, La enseña de franquicias inmobiliarias

Fincaterra dentro del sector de servicios profesionales, y a Ben & Jerry's y Carte D'Or destacando dentro de las oportunidades de negocio relacionados con las heladerías.



ALMEIDA VIAJES

Tu viaje al éxito empresarial

PROMOCIÓN ESPECIAL SIFCO 2010

Más información:
902 99 60 19 - 952 21 22 00
www.almeidaviajes.com
expansion@almeidaviajes.com

descuento 1.500€
en el canon de entrada y tres cuotas GRATIS*

* Promoción Válida hasta el 31 de diciembre de 2010

un nuevo concepto de agencias de viajes

Mínima inversión
Máxima rentabilidad



clickviaja más información : expansion@clickviaja.com




terraminium la buena administración

la red de agencias de Administración de Fincas que más ha crecido en el último año

Tenga su propio negocio de Administración de Fincas de mano de profesionales

- Innovación Tecnológica y Calidad
- Páginas webs propias para cada comunidad

Y si contrata antes de fin de 2010...
terraminium & fincaterra

ADMINISTRACIÓN DE FINCAS
2x1
GESTIÓN INMOBILIARIA



fincaterra

Compra tu negocio a partir de **9.000€**

**¡NO LO PIENSES MÁS!
¡ES TU OPORTUNIDAD!**

gestión inmobiliaria avanzada

Más información: expansion@fincaterra.com




País de origen de la franquicia: España

El negocio se centra en el extranjero

La inversión mínima necesaria oscila entre 60.000 y 75.000 euros

No hay canon de entrada ni royalties

Dispositivo mínimo del local de 14m²

Ubicación del local en zona con flujo constante de peatones

Las zonas de implantación prioritarias en España son las principales capitales y localidades turísticas con una población superior a 50.000 habitantes

Negocio global basado en una completa gama de productos (baldos, café, refrescos, bocadillos y bollería)

Productos de altísima calidad que permiten ingresos todo el año

Cesión de maquinaria especial para heladerías, rotulación exterior, paneles de decoración interior y de cartelería especial para promociones

Dilatada experiencia apoyando continuamente al franquiciado con un equipo de formadores profesionales





Persona de contacto: Liris Qrles Tfno. 933804295 web: www.ben-jerrys.es
Mail: Liris.Qrles@benjerry.com Avda. Diagonal, 569, 3ª planta 08029 BARCELONA

País de origen de la franquicia: Estados Unidos, iniciando su actividad en España en 2001

Con presencia en el extranjero 19 países

La inversión mínima necesaria oscila entre 80.000 y 130.000 euros

El canon de entrada va de 10.000 a 24.000 euros

3% fondo de marketing para reinversión en el local

Dispositivo mínimo del local es de 20m²

Ubicación del local en zona con alto tránsito peatonal, la fachada mínima es de 3,5 metros

Helados de calidad superpremium totalmente elaborados con nata fresca y grandes tropezcos

Concepto de negocio único con fuerte sentido social, ayudando a los sectores más desfavorecidos

Dilatada experiencia apoyando al franquiciado con un equipo de formadores profesionales

Distribución perfecta a los puntos de venta mediante excelente red

Imagen innovadora y divertida, creando un ambiente agradable al consumidor

Marca de experiencia contrastada en el sector de helados y snacks lácteos en EE.UU.





¡Tú vives!




Bioyoga.com
952486786

Topfranquicias, las mejores soluciones para emprendedores y franquiciadores

Destacan sus herramientas tecnológicas específicamente diseñadas para el sector

El portal especializado en la franquicia, www.topfranquicia.es, cuenta con un amplio abanico de servicios y utilidades para los emprendedores y franquiciadores. El portal ofrece una completa información sobre la franquicia, con un amplio directorio con todas las marcas, ordenadas por sectores, noticias, un buscador de subvenciones, etc.

Los emprendedores pueden informarse de toda la actualidad y franquicias que operan en España, en Portugal a través de su filial www.bestfranchising.pt, y en México, www.topfranquicia.com.mx. Además cuentan con interesantes productos y herramientas tanto para los franquiciadores. De esta forma un emprendedor interesado en montar una franquicia puede consultar en Topfranquicias las diferentes opciones de negocio y solicitar información de la marca que más le interese o de todas las marcas de un mismo o varios sectores. En la sección de noticias puede conocer de primera mano todas las novedades de las franquicias, y puede así mismo darse de alta en el boletín informativo que recibirá por mail periódicamente. Otro apartado importante para el emprendedor es la sección de subvenciones donde puede buscar las diferentes ayudas y subvenciones que más se ajusten a sus necesidades.

Desde el punto de vista de los franquiciadores el portal topfranquicias.es es muy interesante por el número de contactos que ofrece y su base de datos de emprendedores e interesados en la franquicia. Cuenta con una zona privada para franquiciadores con un completo panel de control donde se pueden gestionar todos los contactos de una marca y utilizar su programa de gestión de interesados como si de una potente agenda comercial se tratase. Además, cabe destacar el servidor de códigos QR con tecnología móvil en la que las empresas franquiciadoras pueden gestionar contenidos para dispositivos móviles de una forma fácil e intuitiva, sin necesidad de conocimientos de diseño y programación para teléfonos móviles. La plataforma de códigos QR de Topfranquicias genera unos có-

digos QR que conectan éstos con contenidos para el teléfono móvil, de esta forma ponen a disposición de las franquicias herramientas de marketing innovadoras como enviar promociones o incluir información adicional en un folleto o en el anuncio de un periódico a través de estos códigos. Otra novedad muy

Topfranquicias ha llegado a un acuerdo con la empresa Reelr al objeto de implementar de manera gratuita a sus asociados una herramienta de gestión de tarjetas de fidelización digitales, Tickmobi. Esta herramienta permite gestionar hasta 200 tarjetas de manera gratuita y 1000 tarjetas con una cuota mensual



interesante para las marcas que franquician es el SeeTrack, "dime qué dicen de mí en la red", con este sistema se pueden controlar los contenidos de una empresa en Internet, saber lo que dicen y se dice, en los foros, en las redes sociales, en las páginas profesionales, en los medios digitales etc, es fundamental hoy en día para poder mantener una buena imagen. SeeTrack es una potente herramienta que emite informes puntuales de todos los comentarios, valoraciones y noticias de cada marca en los buscadores y foros más significativos en Internet, además permite monitorizar a la competencia.

muy baja. Gracias a la tarjeta virtual, los clientes de las empresas que se adhieran a este acuerdo pueden disponer de tarjetas de fidelización con puntos o promociones en el móvil y acumular puntos y ser clientes fieles de la marca. Este tipo de tarjetas son muy potentes ya que el usuario siempre las lleva consigo, y para la empresa supone un ahorro enorme en costes de impresión y distribución de las tarjetas, además de contar con un sistema de gestión y control de todos sus clientes.

Solicite más información en www.reelr.es indicando "oferta especial TOPFRANQUICIAS"

10 razones para elegirnos

- 1** El conocimiento del portal, su posicionamiento web y la calidad de los contactos generados, hacen de topfranquicias un **referente en el sector**.
- 2** Servicio y **atención personalizada** que ofrece a nuestros clientes.
- 3** Elaboración de **propuestas y soluciones a medida** adaptadas a las necesidades de cada empresa.
- 4** Enviar **boletines periódicos** a nuestra lista de correo. Incluyendo a más de 100.000 emprendedores a través de Escuelas de negocio y Facultades de Empresariales y Universidades.
- 5** **Campañas de marketing** en prensa especializada e inclusión en **Franquicias Magazine**.
- 6** **Actualizar continuamente nuestra base de datos** con nuevas empresas y oportunidades de negocio emergentes en el mercado.
- 7** Capacidad para acceder a un **panel de control totalmente configurable**, permitiendo a nuestros clientes la actualización de noticias, datos, administrar tus contactos y añadir otras nuevas, introducir cualquier comentario, la gestión global de los clientes, activar alarmas envían automáticamente a un correo electrónico.
- 8** **Periodo de Prueba Gratis**, para que cada enseña evalúe la calidad de los contactos recibidos.
- 9** **20% de descuento** garantizado en todos los paquetes para las empresas registradas en **Bestfranchising**, nuestro corresponsal en Portugal.
- 10** Desarrollo de **planes y estudios de viabilidad** dirigidos a nuevas empresas que desean entrar en el mercado.



NegoConsulter
Capital
BUSINESS ANGELS

En NegoConsulter somos expertos en franquicias y en creación de negocios.

www.negoconsulter.es

Proveedores recomendados para franquicias

Topfranquicias cuenta con una sección específica en su web con múltiples servicios

Todas las franquicias disponen en topfranquicias.es de un amplio abanico de proveedores recomendados en su sección especializada, <http://www.topfranquicias.es/proveedores.aspx>. En ella se pueden encontrar empresas de servicios jurídicos, de soluciones tecnológicas, de fi-

nanciación, de reformas, de publicidad y diseño gráfico, etc. Topfranquicias ha llegado a acuerdos preferentes con proveedores para que todas las marcas franquiciadas que están presentes en el portal puedan beneficiarse de promociones y descuentos. Cabe destacar en esta sección los

servicios que ofrecen las empresas Bojuna, de reformas y construcción; Reelr, de soluciones tecnológicas especializadas en aplicaciones para teléfonos iPhone; Siglo XXI Azafatas; Aviva Voice, de gestión de SMS; y Proyecto Vinilo, especializados en decoración en vinilo.



OBRAS Y REFORMAS
LA SOLUCIÓN INTEGRAL PARA SU FRANQUICIA

Tfno: 96-559.09.40. bojuna@bojunar1.com. www.bojunar1.com



CAPSULE PHONE
Ten tu aplicación para el teléfono móvil al mejor precio

"Convertimos tus ideas en tecnología"



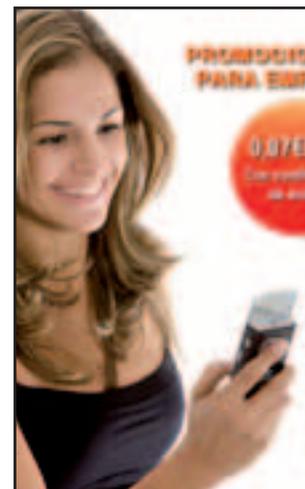
más información: info@reelr.es | www.reelr.es | 902 125 630




La calidad es lo que define a nuestra empresa y lo que nos otorga la ventaja competitiva con la que hoy contamos; calidad que entendemos se encuentra estrechamente unida a la formación que nos encargamos de impartir con anterioridad a cada evento.

SIGLO XXI azafatas
Paseo de la Castellana, 141 8ª · Madrid 28046 ·
Tel. 91 413 55 15 · Fax: 91 572 66 21
info@sigloxxiazafatas.com

www.sigloxxiazafatas.com



PROMOCIÓN ÚNICA PARA EMPRESAS!

0,07€/min
Con preferencia de atención



COMUNIQUE CON SUS CLIENTES POR SMS!
Citas, Citas, Avisos, presupuestos....

- * MAS BARATO
- * MAS EFECTIVO
- * ES INMEDIATO

Contacto:
Tel. 902900049
info@avivavoice.com
www.avivavoice.com

2010 • Un Universo de Franquicias
21-23 Octubre · Valencia - España



SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA, LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EL COMERCIO ASOCIADO

www.feriavalencia.com/sif · sif@feriavalencia.com · tel.: 963861544 / 963861555 · fax: 3661124



Decoración de espacios comerciales con vinilo

Trabajamos con las mejores franquicias suministrando **kits corporativos de vinilos decorativos** a sus franquiciados

www.proyectovinilo.com



CONVIÉRTETE
EN FRANQUICIA
CANADA
house



TIENES 5 BUENAS RAZONES:

- Mercancía en depósito
- Asistencia continuada
- Un excelente diseño/calidad/precio
- Formación
- Tarjeta de fidelización

PUIG JANER S.L.

Passatge Narcís Monturiol s/n 08349 Cabrera de Mar
Tel. 93.750.09.26 · banus@canadahouse.es
www.canadahouse.es

COMIENZE un NEGOCIO de ÉXITO

“sea dueño de su propio negocio
participando en unicis. unicis, grupo
líder de gabinetes matrimoniales,
amistad y ocio en europa”

“y conozca como puede disfrutar de
todas las ventajas que ofrece unicis,
pionera en el modelo de negocios de
franquicia”



encuéntranos en



en el STAND E15



INFORMACIÓN FRANQUICIA

942 225 994 | unicis.franquicia@unicis.es

TopFranchicias

Exhiba su marca en el mayor directorio de franquicias de España

Plataforma QR gratuita para asociados
Cree códigos QR para su publicidad

Portada interactiva de
Franchicias Magazine

Noticias de actualidad
económica

Noticias del sector de la Franquicia

¿Por qué es **TopFranchicias** el mejor portal de franquicias para el franquiciador?

Porque es el escaparate más atractivo para sus posibles franquiciados, y eso nos hace tener gran cantidad de contactos y visitas

Porque le proporcionamos el panel de control más avanzado (A-BC management system) para que sus comerciales puedan gestionar y organizar su agenda y contactos (incluso los contactos que no provienen de nuestro portal).

Porque disponemos de publicaciones propias (Franchicias Magazine - BeNegocios), con información y publicidad de su franquicia, que se reparten gratuitamente en ferias de franquicia, escuelas de negocios y viveros de emprendedores

Porque ponemos a su disposición una plataforma de creación de contenidos accesibles desde teléfonos móviles, mediante la tecnología de códigos QR, que puede insertar en su publicidad

Porque le ofrecemos la posibilidad de tener una publicación virtual con su franquicia en portada y noticias sobre la misma

¿Por qué es **TopFranchicias** el portal más atractivo para sus posibles franquiciados?

Porque dispone del buscador y el índice con **mayor número de franquicias en España**

Porque les ofrecemos la creación de un **plan de viabilidad gratuito** para su negocio

Porque disponen de **todas las noticias** del sector de la franquicia y de la actualidad económica

Por su **sencillez de uso** y accesibilidad, con la información de todas las franquicias, organizadas por sector y actividad

Porque pueden acceder a **información sobre todas las subvenciones** convocadas

Porque pueden consultar **nuestro blog especializado en el sector**, con artículos de interés para emprendedores

El portal de franquicias con **más servicios** para franquiciadores y para futuros franquiciados

Gran número de contactos generados

Herramientas y publicaciones gratuitas para ayudar a promocionar su franquicia

www.topfranchicias.es

902 110 617

902 106 395



Las franquicias desembarcan en las redes sociales

La importancia de comunicarse a través de Internet es una ventaja competitiva para las empresas

Cada vez son más las franquicias que están presentes en las redes sociales, como Twitter, Facebook, Tuenti o LinkedIn. La presencia en Internet es fundamental para cualquier empresa o red de franquicias, no sólo hay tener una buena página web y que esté bien posicionada, además lo que en algún momento fueron herramientas de comunicación social en Internet, hoy se han convertido en una estrategia fundamental para mejorar los negocios y expandir servicios y marca.

Un reciente estudio avisa a las empresas sobre la importancia de las redes sociales y es que junto a la web 2.0 se han convertido en una realidad que las empresas no pueden eludir y a la que deben lanzarse cuanto antes. El estudio internacional de IESE y Henley BS desvela que todavía hay mucho trabajo por delante y que las empresas deberían dedicar más recursos tecnológicos y de gestión para sacar el máximo partido de las mismas.

No todas las empresas están sabiendo adaptarse por igual a este entorno. Según otro estudio encargado por Cisco y llevado a cabo por el IESE, el E. Philip Saunders College of Business del Rochester Institute of Technology neoyorquino y la Henley Business School, las compañías necesitan emplear más recursos de gestión y tecnológicos para hacer un uso eficiente de las mismas. La investigación se ha basado en una serie de entrevistas en profundidad a 105 profesionales de 97 empresas en 20 países y ha sido conducido por el profesor del IESE EvgenyKáganer. El objetivo de la misma pasa por entender cómo utilizan las empresas las herramientas de comunicación social y la web 2.0 para sus colaboraciones externas y comunicaciones. Y es que las herramientas sociales permiten, en teoría, conectar a la empresa con el mundo exterior de una forma totalmente diferente de la que se venía haciendo hasta ahora, mucho más directa y fomentando el intercambio de información entre usuarios, clientes y la compañía. El estudio parte de la premisa de que las nuevas herramientas pueden proporcionar experiencias más dinámicas y, lo que es más importante, más información sobre los clientes, de forma que las empresas puedan establecer nuevos modelos de negocio y formas de acercarse al mercado. En el fondo, se trata de una vía alternativa para estrechar lazos con los consumidores, reforzar la imagen de marca y fidelizar al usuario de una forma totalmente distinta de como se hacía con las vías de comunicación tradicional. La encuesta desvela que la mayoría de empresas está presente en redes sociales como Facebook o Twitter. De hecho, el

75% las utiliza como principales herramientas comerciales de comunicación social por sólo un 50% que lo complementa a través de los blogs. Por el momento, la mayoría de empresas que mejor están aprovechando las oportunidades de las redes sociales son las grandes empresas. Como suele ser habitual, a las pequeñas y medianas empresas les cuesta más entrar en este tipo de juegos en general, aunque las corporaciones más pioneras también suelen encontrarse en este segmento. Las empresas todavía pasan por alto algunas implicaciones empresariales de las redes sociales hasta el punto que sólo una de cada siete ha formalizado su uso. Además, apenas uno de cada cinco participantes en el estudio fue capaz de identificar las políticas que establecía su empresa respecto al uso de las redes sociales. El problema radica en que las compañías son incapaces de determinar a quién pertenecen estas redes sociales y la disparidad de objetivos y formas de trabajo de los diferentes departamentos hace que sea muy complicado controlar y gestionar estas iniciativas.

En este sentido, las empresas siguen mostrando dificultades para adoptar una política concreta una vez se ha demostrado que copiar los procesos de gestión de otras áreas como las de tecnologías de la información o comunicación no funciona al aplicarlo a redes sociales. Esto se traduce también en la incapacidad para diferenciar el carácter personal y social de estas herramientas respecto a la visión empresarial. En ocasiones ambas se confunden y la que suele salir perdiendo es la última de ellas. Según Káganer "el estudio demuestra que se subestima el poder e influencia de las redes sociales sobre las empresas. Además, pone de relieve la transformación que las empresas deben llevar a cabo, no sólo para protegerse, sino para fomentar y beneficiarse de la colaboración que proporcionan estas redes y herramientas sociales". En términos generales, las empresas reconocen el potencial de las redes sociales y sus posibilidades de colaboración, pero también su complejidad y la necesidad de que sigan evolucionando dentro de la empresa.

En el sector de las franquicias son varias las que están dando pasos para incorporarse a las redes sociales, recientemente la franquicia viguesa Pizza Móvil ha lanzado una potente campaña en las redes sociales Facebook y Twitter. Su primera campaña ha sido regalar pizzas a los que se unan a su página de Facebook o se hagan seguidores en Twitter, una buena forma de aumentar los clientes. Otras franquicias como Almeida Viajes, Don Piso o Mango, están también presentes

desde hace tiempo en Facebook, con diversas estrategias de comunicación social. Estas estrategias son muy fáciles de aplicar en el mundo de las franquicias y tienen un coste muy bajo: sorteo de una comida semanal en un restaurante, 2 helados por ganador, una sesión de depilación gratis, descuentos, etc.

El community manager o responsable de comunidad

El community manager o responsable de comunidad es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una comunidad de usuarios en Internet con independencia de la plataforma que empleen. La figura se remonta al origen de las comunidades virtuales como "Thewell" y luego siguió teniendo relevancia en el ámbito de las listas de distribución, los grupos de noticias y los foros web. Este puesto de trabajo se ha convertido en uno de los más demandados últimamente por las empresas y franquicias.

Un buen community manager debe ser la persona encargada o responsable de sostener, acre-

centar y defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y puede actuar en consecuencia para conseguirlos, y definir las estrategias para la consolidación de una comunidad y/o crear un Plan de Comunicación en Redes y Medios Sociales.



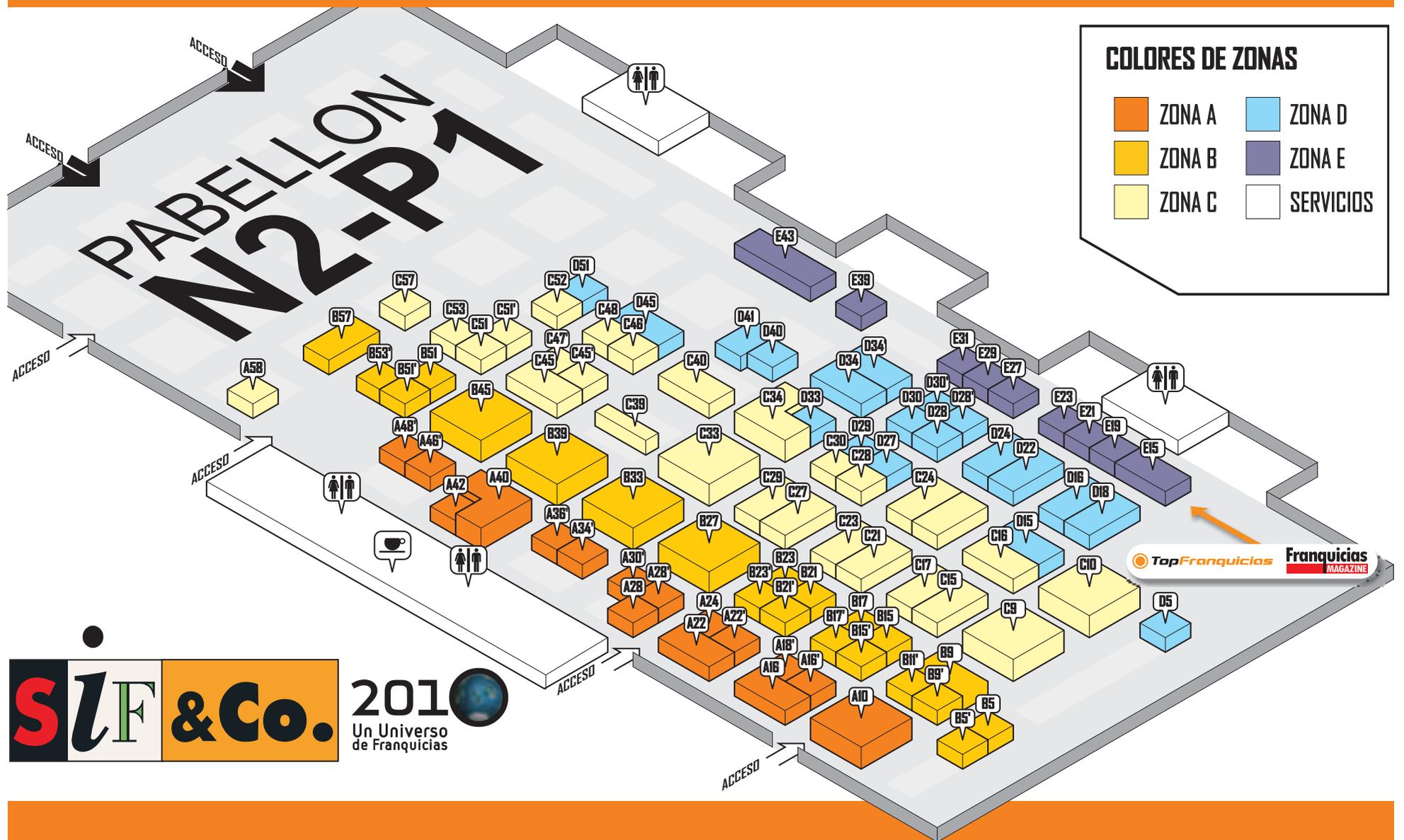
PROYECTO VINILO
www.proyectovinilo.com

Decoración de espacios comerciales con vinilo

Trabajamos mejorando la imagen de las principales franquicias suministrando kits de vinilos decorativos a sus franquiciados



PLANO DE EXPOSITORES, STANDS Y SERVICIOS



DIRECTORIO COMPLETO DE EXPOSITORES Y STANDS

A.E.F.(AS.ESP.FRANQUICIADORES)	A10	ESCUELA UNIVERSITARIA, S.L.	A18'	MODULOS MULTIJUEGOS S.L.	B57
ABANOLIA, S.L.	A58	ESTUDIO TIPO COMUNICACION, S.L.	E31	MULTIMATICA SOFTWARE S.L.	A22'
ACTUAL STHETIC, S.L.	C16	EXPENSE REDUCTION ANALYSTS SPAIN, S.L.	D30	MUNDOFRANQUICIA CONSULTING, S.L.	C17
AEOLICUS SL	E43	FEDERACION IBEROAMERICANA DE LA FRANQUIC		MUNDOGUIA	A48'
ALEACION Z MIL, S.L.	E21	FOB ARQUITECTURA BIOCLIMÁTICA	C57	MYC 2010	A34'
ALOHA SPAIN, S.L.	D28	FRANCHISA SCP	B17'	NAUTHIZ TRADE S.L	C51
BANG & OLUFSEN ESPAÑA, S.A.	B9	FRANCHISE DEVELOPMENT SERVICES LTD	C29	NO MAS DIETAS, S.L.	C33
BARBADILLO Y ASOCIADOS CONSULTORES S.L.	A40	FRANCHISE IBERIAN HAM, S.L.	A16'	NO MAS VELLO,S.L.	C9
BETHEBOSS ESPAÑA, S.L.	B53'	GESVENDING S.L. SAECO-PARQUE TECNOLOGICO	E23	PERTA, LDA	E27
BIJOU SIGLO XXI, S.L.	C52	GOLD SYSTEM MERCADO S.L.	C53	POLIROOMS, S.L.	E39
BIOCHEM HISPANIA S.L.	D41	GRUNGO, S.L.	B11'	PUBLICACIONES ENTRE PARTICULARES, S.L.	B5'
BRICOKING, S.A.	B45	GRUPO CONSULTRES SOLUCIONES, S.L.	B17	PUBLIPAN	A46'
CAMARA DE COMERCIO DE VALENCIA	D5	GRUPO KAROLADA, S.L.	D29	PUBLITOOH COMUNICACIONES, S.L.	D51
CEDUVAL.COM, C.B.	E19	HACHETTE FILIPACCHI, S.L. - EMPRENDEDORES		RIP CURL SPAIN, S.A.U.	D34'
CELIO ESPAÑA MODA, S.A.	C23	HELADOS RUEDA, S.L.	D30'	SADNALLIT BUSINESS, S.L.	A16
CENTRONET TINTORERIAS, S.L.	C15'	HIPER STOCKdeBISUTERIAyCOMPLEMENTOS,SLU	C40	SALM SAS	C45
CIK LASSER 08 S.L.	B27	HIPERDIRECT, S.L.	B9'	SENSEBENE SALUD CORPORAL S.L	D18
CITYLIFT S.A.	D24	HOOTERS CANARIAS, S.L.	D16	SISTEMAS Y SOLUCIONES INTEGRALES MN	B51'
COINFER S. COOP.	C30	INST. NAC. DE SEGURIDAD E HIGIENE	C51'	SOFTY CREAM FRANQUICIAS, S.L.	C22
COLORTECH PUBLICACIONES DIGITALES DYARAGO SA	B5	INTERNET MARKETING CONSULTING ESPAÑA S.L	A28'	SOLIVISE PROTOCOLOS ESTETICA AVANZADA S.L.	C39
CONSULTA COMERCIO Y FRANQUICIA, S.L.	D45	JUMPINGCLAY S.L.	D27	STICKHOUSE BN S.L.	C21
CONSULTA SESSION, S.L.	B33	KAYA GROWSHOPS, S.L.	B51	SUPERMERCADOS SABECO, S.A.	A22
COSMETICOS PRODIPEL, SLU	E29	KINSON, S.A.	B15	TAILOR & CO	B23
COVALDROPER (TISERY PERFUMERIAS)	A28	L'ATELIER DEL PERFUME, S.L.	C45'	TERRA VITAE, S.L.	A30'
CREACIONES AUDIOVISUALES DEL SUR S.L.	B21'	LA YOGURTERIA DI BREDA, S.L.	B39		
DINOCCO TEXTIL, S.L.	D33	LAACADEMIA ESTUDIOS UNIVERSITARIOS, SL	C46	TopFranquicias Franquicias	E15
DISTRIBUIDORA INTERNA.DE ALIMENTACION SA	D34	LABORAL RISK, S.L.	C47'		
DULCEKING, S.L.	D40	LIPOCERO SL	C10	TORMO & ASOCIADOS, S.L.	C27
ECO-ELECTRIC 2010 S.L.	C24	LLAO LLAO, S.L.	A42	TRATALIA SERVEIS S.L	D15
EDICIONES Y SERVICIOS GUSI, S.L.	C28	LUCAS ESCRIBANO, S.A.	C48	TUTTI-FRUTTI 2000, S.L.	D22
ELIMINA EL VELLO, S.L.	B23'	MARFA TESSILE S.L	C34	UCMAS, C.B.	A36'
ENSENADA DE LON FELLOW, S.L.	D28'	MBE SPAIN 2000 S.L.	B15'	VITALIA CENTROS DE DIA, S.L.	B21
				ZAFIRO TOURS S.A.	A24'