

# top franquicias

PUBLICACIÓN EXPOFRANQUICIA. SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA MADRID

20 - 22 Abril 2017



► DIRECTORA EXPOFRANQUICIA  
Salón Internacional de la Franquicia

**María Valcarcel**

"La feria vive el fuerte repunte de sectores afectados por la crisis como el inmobiliario o de administración de fincas". **Página 10**



► PRESIDENTE DE LA AEF  
Asociación Española de Franquiciadores

**Xavier Vallhonrat**

"La crisis ha quedado atrás y el sistema de franquicias español lleva tres años consecutivos creciendo". **Página 4**

LLÉVATELO  
**gratis**  
EDICIÓN IMPRESA **Franquicias**  
MAGAZINE

## ¿Y cómo financio yo

## mis sueños?



Una vez tomada la decisión de ser franquiciado de una marca, llega el segundo gran quebradero de cabeza: conseguir el dinero para ponerla en marcha.

**Clickviaja.com** financia los viajes a sus clientes sin papeleos y al instante



[clickviaja.com](http://clickviaja.com)

El nuevo sistema es cien por cien online y constituye una apuesta tecnológica innovadora de la compañía con el objetivo de ampliar los servicios a sus franquiciados con una eficacia inmediata. **Página 4**

**Rentabilidad y exclusividad son las claves del éxito de holaFIBRA**



**holaFIBRA**  
la fibra inteligente

Se trata de la primera franquicia especializada en el despliegue de fibra y se estima que cada asociado de la marca alcanzará más de 700.000 euros de beneficio en cinco años. **Página 8**

**Otras noticias en el interior**

Terraminium, la red de gestión de Administración de Fincas más grande de España. **Página 6**

El grupo holaMOBI telefonía global se consolida y crece con nuevas líneas de negocio. **Página 10**

Las Franquicias Hablan. Descubre todas las novedades de las franquicias de más éxito. **Página 12-17**

La franquicia se consolida como el gran generador de empleo durante la crisis. **Página 25**

Diez recomendaciones para acertar al elegir una franquicia. **Página 26**



**¿Qué hacer en esta feria?**

Guía de actividades. **Página 28**  
Plano y directorio de stands. **Página 30**

**We**

19-21 octubre



**Franchising**

Salón Internacional de la Franquicia Valencia - Spain

ORGANIZE



SUPPORTED BY



# ¿Y cómo financio yo mis sueños?

## ■ Una vez tomada la decisión de ser franquiciado de una marca, llega el segundo gran quebradero de cabeza: conseguir el dinero para ponerla en marcha

¿Y cómo financio yo mis sueños? Esta es la pregunta que se repite sin cesar en la mente de muchos emprendedores e inversionistas que ya han tomado la decisión de unirse a una marca, pero tienen dificultades para hacerlo. El desembolso económico puede llegar a convertirse en un obstáculo insalvable que convierta un sueño profesional en utopía. La intención de querer y luchar por algo es la primera piedra en la que basar los deseos. Pero con la intención, en ocasiones, no es suficiente. La falta de dinero es el muro con el que los futuros franquiciados se encuentran a la hora de convertir la franquicia elegida en realidad. Ante este escenario, la financiación es el gran salvavidas, desde las vías más clásicas hasta las más novedosas.

A pesar de estas restricciones del crédito que todas las empresas han padecido, en mayor o menor medida, el sector de la franquicia se ha recuperado de forma exponencial debido a la seguridad que aportan las redes a aquellas entidades bancarias por la menor mortandad de las empresas franquiciadas versus las empresas no franquiciadas. "Hoy en día las entidades financieras y de capital privado deniegan muchas operaciones porque los clientes no cumplen los requisitos exactos que les exigen", afirma Marta González, directora de Topfranquicias y una de las impulsoras de Topfinancia, un servicio de financiación de franquicias para aquellos emprendedores que no quieren renunciar a su sueño empresarial. "Nuestro departamento jurídico-financiero gestiona todas las operaciones de financiación de franquicias a través de financiación bancaria o capital privado. Ya tenemos más de un 80% de tasa de éxito de las operaciones gestionadas", añade. Los emprendedores, que tantean la posibilidad de establecerse por su cuenta, encuentran en el sistema de franquicias una alternativa para introducirse

en el mercado y una mano aliada en servicios como Topfinancia.

La crisis supuso un cierre de puertas de acceso al crédito bancario. Actualmente están abriéndose poco a poco, sin embargo, ese cambio de tendencia en los últimos años ha provocado el nacimiento de vías alternativas a la financiación más tradicional. En este escenario nace Topfinancia, un nexo de unión entre el cliente y la entidad financiera que permite a muchos franquiciados potenciales alcanzar su sueño, incluso cuando una entidad financiera ya ha denegado su financiación previamente. "Nosotros contamos con acuerdos y convenios con más de 20 entidades financieras", explica la responsable del departamento, cuyos profesionales cuentan con más de 15 años de experiencia; "esto nos permite alcanzar acuerdos sumamente ventajosos para el futuro franquiciado, evitando condiciones y cláusulas abusivas", añade. El departamento de Topfinancia trabaja sobre la experiencia del franquiciador para ajustar sus productos y servicios a las necesidades concretas del nuevo franquiciado.

La inversión planteada por una franquicia incluye diferentes partidas que, gracias a la financiación, pueden abonarse en plazos cómodamente y ser amortizados a través de los beneficios generados tras la puesta en marcha de proyecto. La adecuación de local, fondos de maniobra o posibles imprevistos pueden ser algunos de ellos.

Para las franquicias o marcas en plena expansión, la financiación es un factor clave. Topfinancia les permite depositar la gestión de varias operaciones en profesionales especializados y conseguir acuerdos ventajosos para sus franquicias. Una garantía para seguir creciendo y aumentar el número de asociados en el territorio nacional.

**Aumento de la facturación.** Un indicador claro de la buena salud de la franquicia es la facturación de la totalidad del sistema. La franquicia generó el pasado año un volumen de ingresos de cerca de 27 millones de euros en España, lo que supone un incremento del 1,9% respecto al año 2015, según se deduce del informe elaborado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). A los datos se suma la valoración de los expertos y especialistas en la materia; es el caso del presidente de la AEF, Xavier Vallhonrat, que sentencia: "las formas de financiación están más activas". Aportar mayor confianza y entender que no todo negocio es franquiciable son las cuentas pendientes de parte del sistema franquiciador. "Se necesita un mayor control del propio mercado", añade Vallhonrat al respecto.

Conscientes de ello, desde Topfinancia se trabaja en pro de los futuros franquiciados y las propias marcas, obteniendo acuerdos ventajosos para el cliente, además de aumentar las probabilidades, en muchos casos, de que esa operación sea exitosa. No obstante, es imprescindible que el potencial asociado

esté convencido de la apuesta por la marca y que desarrolle a fondo un plan económico-financiero realista que, además de contemplar la inversión necesaria inicial, tenga en cuenta esos posibles gastos extraordinarios que suelen surgir en los primeros meses de todo nuevo negocio. Es fundamental que antes de acudir a profesionales como los que integran el departamento de Topfinancia, el emprendedor esté seguro y no se centre únicamente en las franquicias de moda. Algunos sectores cosechan un éxito momentáneo durante un tiempo y, aunque los franquiciados que lo aprovechan consiguen elevar sus ingresos, la buena racha se acaba cuando ese sector deja de ser tendencia.

A la hora de elegir una franquicia, el futuro asociado debe confiar en que el negocio tiene futuro y en que seguirá resultando útil y llamativo para el público dentro de varios años. Marcas consolidadas en España como holaMOBI o La Andaluza ya han optado por este servicio con el fin de beneficiar a los emprendedores que deseen unirse a su red de franquiciados. Es el caso de Sofía que, gracias a la gestión de la operación financiera, ha conseguido hacer realidad su proyecto. "Estoy realmente satisfecha con el servicio", afirma; una experiencia que también ha valorado José Miguel Morales Zafra, director de Expansión de la franquicia de fisioterapia Fisis360, quien apunta a la necesidad de contar con herramientas de gestión para facilitar a los usuarios la posibilidad de unirse a una gran familia como la de Fisis360.

**Si tienes dificultades con la financiación de tu franquicia, no dejes de lado tu proyecto de futuro. Para contactar con Topfinancia, escribe a [financiacion@topfranquicias.es](mailto:financiacion@topfranquicias.es) y solicita información gratuita.**



# Principales fuentes de financiación

## ✓ AYUDA DEL FRANQUICIADOR

En algunas ocasiones los propios franquiciadores ofrecen planes de financiación para franquiciados que ayudan al desarrollo inicial del negocio. En otros casos, algunas franquicias cuentan con departamentos de financiación que ofrecen a los futuros franquiciados el asesoramiento y la gestión de su financiación con las distintas entidades financieras con las que tienen pactados acuerdos.

## ✓ AHORROS O CAPITAL PROPIO

Esos ahorros que el emprendedor ha conseguido durante años. Puede tratarse de una herencia, dinero que va a recibir por la capitalización del desempleo... Lo recomendable es poder aportar algo de capital propio al total de la inversión a realizar.

## ✓ CRÉDITO BANCARIO

Aunque es cierto que la crisis ha reducido mucho esta vía de financiación, de nuevo está volviendo la liquidez y el crédito se está reactivando especialmente en las entidades más solventes. Es cierto que los bancos cada vez exigen más requisitos para invertir en un negocio. A pesar de todo, la financiación de los bancos es el recurso financiero externo número 1 de la mayor parte de las franquicias.

## ✓ CAPITAL SEMILLA

Las sociedades de capital riesgo suelen crear fondos para invertir en nuevos proyectos o empresas que acaban de empezar. El término semilla sugiere que se trata de una inversión temprana, lo que significa que el apoyo al negocio se realiza en su fase de creación hasta que consigue generar su propio cash flow. Se puede obtener más información en ASCRI (Sociedad Española de Capital Riesgo).

## ✓ BUSINESS ANGELS

Se trata de un inversor particular, ya sea persona física o jurídica, que decide aportar capital principalmente, aunque también puede aportar experiencia y sus conocimientos empresariales o profesionales adecuados para el desarrollo de la sociedad en la que invierten, a lo que se suma una red de contactos. En internet se pueden encontrar directorios de redes de business angels.

## ✓ SOCIEDADES DE GARANTÍA RECÍPROCA

Entidades de ámbito autonómico. Hay una por cada Comunidad y actúan como intermediarias con los bancos, proporcionando los avales necesarios para acceder a los préstamos. Para contar con esta garantía, el franquiciado deberá convertirse en socio partícipe de la SGR y aportar capital en proporción a la cantidad solicitada. Los principales costes que hay que tener en cuenta son los de la comisión de estudio y los de la concesión del aval. A cambio, permiten obtener unos tipos de interés bastante inferiores de los que se obtendrían si se solicitara el crédito sin su colaboración.

## ✓ CROWLENDING

En los últimos años estas plataformas online se han desarrollado como una nueva herramienta de financiación para las franquicias. A través de ellas se pueden solicitar créditos de hasta 600.000 euros y dejar que los inversores privados decidan si aportan los fondos necesarios. Para ello, además de aportar garantías de solvencia, es fundamental realizar una buena descripción del proyecto que llame la atención de estas personas. El interés a pagar depende de la calificación obtenida en función del riesgo de impago, que determinan los expertos de la compañía.

## ✓ SUBVENCIONES

Las diferentes administraciones públicas conceden ayudas. Dependiendo de tu perfil, del tipo de negocio y de tu lugar de residencia, un emprendedor puede encontrar subvenciones o ayudas públicas que ayudarán a desarrollar el negocio. Lo indicado es que el emprendedor acuda al ayuntamiento de la ciudad donde informará de las distintas ayudas a las que puede optar tanto a nivel local, autonómico como estatal.

## ✓ "FAMILY, FOOLS AND FRIENDS"

Otra posible opción es buscar ayuda financiera de algún familiar o conocido. Este famoso término americano conocido como las tres F clásicas "Family, Fools and Friends", que significa "Familiares, amigos y locos" se refiere a esas personas que pueden estar interesadas en invertir en tu negocio, bien porque únicamente quieran ayudarte y confían en ti, o bien porque tu negocio les resulte interesante y estén dispuestos a apoyarlo.

# ¡Ellos ya lo han conseguido!

Desde Topfinancia se trabaja día a día para que los futuros franquiciados y las propias marcas disfruten de acuerdos de financiación sumamente ventajosos. Estos son algunos ejemplos de éxito.



“ Sofia Álvarez  
Franquiada tienda holaMOBI

He podido montar mi tienda holaMOBI y estoy muy contenta con el servicio y la gestión de financiación, sobre todo, por la rapidez con la que se ha solucionado todo



“ José Miguel Morales  
Director de Expansión de Fisis360

Gracias a Topfinancia, un emprendedor pudo abrir una clínica con fisio360. No conseguía financiación en ningún otro sitio y ellos consiguieron que pudiese unirse a la marca



“ Diego Espinosa  
Director de Expansión de La Andaluza

La profesionalidad y el trato recibido hacia nuestros clientes supone un valor añadido para los futuros franquiciados que necesiten el servicio. Gracias a las condiciones que ofrece, se les abren nuevas puertas para emprender y poder optar a tener su propio negocio. Es, sin duda, una nueva oportunidad



“ Pilar Canalejo  
Gran Manzana Inmobiliaria

He puesto en manos de Topfinancia mi proyecto de expansión de franquicias y han conseguido unas muy buenas condiciones para hacerlo realidad



# “La crisis ha quedado atrás y el sistema de franquicias español lleva tres años consecutivos creciendo”

Xavier Vallhonrat ► PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES (AEF)



**Acaban de presentar el último informe sobre el estado de la franquicia en España, ¿qué conclusión extraen de los números?**

Los datos de este último informe “La Franquicia en España 2017” son positivos e invitan al optimismo. Es evidente que lo peor ya ha pasado, la crisis ha quedado atrás y el sistema de franquicias español lleva tres años consecutivos creciendo en todas sus variables: número de redes, establecimientos operativos, empleos generados y facturación global, lo cual indica claramente que la franquicia goza de buena salud, sigue generando puestos de trabajo y cada año hay más empresas que deciden apostar

por este modelo de negocio como fórmula de expansión; por lo tanto, consideramos que la franquicia está en un buen momento, sin llegar todavía a las cifras anteriores a la crisis, pero demostrando que ha superado la recesión de una forma más que satisfactoria.

**En el último año se ha hablado mucho de la reactivación de la financiación, ¿cree que esto es una realidad o se queda en promesa?**

Es una realidad, sin duda, Los bancos vuelven a hacer su trabajo que no es otro que conceder financiación, y hay un hecho que refleja fielmente esta realidad en las estadísticas de nuestro informe, como es el hecho de que el número de establecimientos abiertos de carácter franquiciado ha crecido un 10,5% en 2016, lo que se debe a que los bancos vuelven a conceder créditos y esto posibilita que las redes se expandan ahora abriendo más locales en régimen de franquicia que en propiedad.

**¿Cuáles son los sectores con mayor proyección de crecimiento?**

Sin duda, el gran protagonismo dentro del sistema de franquicias nacional lo siguen acaparando los sectores de Alimentación, Hostelería/Restauración y Moda, ya que entre los tres suman 481 redes (el 37% del total de la franquicia); cuentan con 30.125 establecimientos abiertos (el 42,7%); dan empleo a 153.469 personas (el 57%), y facturan 17.732,6 millones de euros (el 65,6%). Son sectores muy consolidados, que siguen

interesando y mucho a los emprendedores que quieren montar una franquicia.

A su vez, hay otros sectores que también están creciendo de forma significativa y que tienen gran proyección, como son el Inmobiliario, que se está recuperando de la crisis tan profunda que ha sufrido, el de Mobiliario/Hogar, las Cafeterías/Panaderías, Gimnasios de conveniencia, Lavanderías, Óptica...

**La internacionalización es otro aspecto importante, tanto para las marcas españolas**

*Expofranquicia, un escaparate perfecto para que emprendedores e inversores conozcan de primera mano la variada oferta que compone el sistema de franquicias*

**como las que se instalan en nuestro país. En ese sentido, ¿ha evolucionado la franquicia?**

Cada año, nuestro informe “La Franquicia Española en el Mundo” constata que hay más redes nacionales operando en otros mercados; en estos momentos son 302, en 137 países, sumando 20.891 establecimientos, y la tendencia

es que estas cifras se superen una vez más, porque la internacionalización es una estrategia natural en la expansión de las franquicias. En cuanto a las marcas extranjeras implantadas en España, no cabe duda de que la recuperación económica ayuda a que apuesten más decididamente por entrar en nuestro país; en la actualidad, ya son 224 las redes que proceden de un total de 28 países, especialmente de Francia (50 marcas), Estados Unidos (42), Italia (37), Reino Unido (12) y Alemania (11).

**Gracias a Expofranquicia se abre un espacio para los emprendedores e inversionistas, ¿qué motivos les daría para optar por la franquicia como modelo de negocio?**

Expofranquicia es un escaparate perfecto para que los emprendedores e inversores conozcan de primera mano la amplia y variada oferta que compone el sistema de franquicias, con sectores para todos los gustos e inversiones para todos los bolsillos. Optar por la franquicia es optar por negocios que ofrecen ventajas y valores añadidos, que cuentan con un saber hacer contrastado y de éxito, que permite minimizar los riesgos a la hora de montar un negocio y convertirse en empresario. Los apoyos que presta el franquiciador, en cuanto a formación inicial y continua, logísticos, tecnológicos, publicitarios... no se cuenta con ellos cuando se monta un negocio propio, motivos más que suficientes para apostar por elegir una franquicia e ir de la mano bajo el paraguas de una marca.

## Clickviaja.com, primera franquicia que financia los viajes a sus clientes sin papeleos y al instante

■ El nuevo sistema es cien por cien online y constituye una apuesta tecnológica innovadora de la compañía, con el objetivo de ampliar los servicios a sus franquiciados

El grupo de agencias de viaje Clickviaja.com se ha convertido en la primera franquicia que incorpora el servicio de pasarela de pago aplazado a los clientes en sus oficinas a través de un sistema de financiación 100% online y con una eficacia inmediata. Todo ello sin tener que entregar documentación alguna y con confirmación al instante. Clickviaja.com ha incorporado esta nueva herramienta que permite a los agentes de viajes de la marca ofrecer a sus clientes la posibilidad de gestionar la financiación de un viaje de forma rápida y cómoda.

“Con esta herramienta, que iremos ofreciendo paulatinamente a todos nuestros franquiciados, evitamos la lentitud y lo engorroso, en muchas ocasiones, de este tipo de gestiones”, explica Óscar Alonso, director general de la franquicia de agencias de viajes. “Al no hacerlo con una financiera de manera tradicional se evita el envío de contratos de trabajo, nóminas, etc., que ralentiza el proceso”. Esta es una nueva apuesta por la innovación tecnológica que se lleva a cabo desde la franquicia con el objetivo de continuar en la mejora de los servicios a los asociados.

El franquiciado podrá acceder de manera totalmente online –a través de una dirección

web– al sistema y efectuar cómodamente el proceso de financiación de viaje. De este modo, el agente gestiona la financiación online y el cliente recibe en su teléfono móvil o Smartphone un mensaje en el que visualiza sus datos cumplimentados, con la posibilidad de decidir el número de cuotas en que desea pagar su compra. Una vez confirme la solicitud, se procede a activar la financiación del pago. Todo ello sin necesidad de presentar o añadir documentación adicional.

*Al no hacerlo con una financiera de manera tradicional se evita el envío de contratos de trabajo, nóminas, etc., que ralentiza el proceso.*

Óscar Alonso, Director General Clickviaja

Un año más, Clickviaja.com suma a los servicios a sus franquiciados una nueva

herramienta, cumpliendo así con su vocación de ser diferente en un sector como el turístico, potenciando el aspecto tecnológico y el desarrollo de su departamento de I+D para la creación de instrumentos tecnológicos que faciliten las gestiones del franquiciado. “En un mercado tan competitivo es fundamental contar con productos y servicios turísticos que se adapten a las tendencias para diferenciarse de la competencia”, explica el responsable de la marca en relación principalmente al comercio online.

Asimismo, Clickviaja cuenta con un motor de búsqueda para las reservas y emisión de billeteaje, que permite a todas sus agencias beneficiarse de las tarifas especiales de las compañías aéreas. A ello se suma un software de gestión propio para gestionar la agencia de viajes y el sistema Alertrip, que avisa de las mejores ofertas a los usuarios en función de sus preferencias, entre otras herramientas innovadoras. “Creemos que implementar cambios para hacer más fácil la reserva vía dispositivos móviles ha sido una línea de acción importante, respondiendo siempre a las necesidades del consumidor”, añade Óscar Alonso.

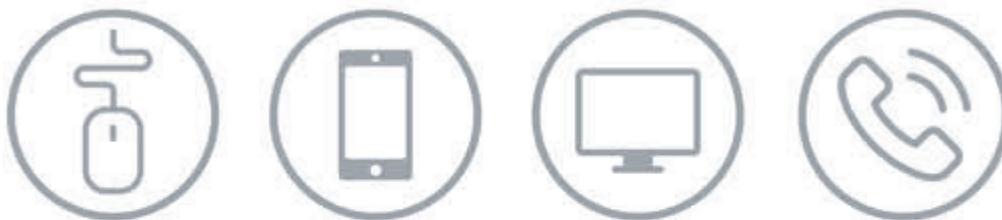




visítanos en el  
stand 7D17

# hola**FIBRA**

la fibra **inteligente**



desde  
**29.000€** gestiona una **red de fibra** en exclusiva

beneficio medio anual

**de 140.000€**

estimado en los 5 primeros años

[holafibra.com](http://holafibra.com)

# Terraminium se consolida como la red de gestión de Administración de Fincas más grande de España

- La franquicia cuenta con un sistema único de contabilidad y permite al administrador ahorrar tiempo y costes en las comunidades de vecinos que gestiona



Terraminium, la red de gestión de Administración de Fincas más grande de España, gestiona ya más de 3.000 comunidades con 110.000 clientes. Su capacidad tecnológica y de

innovación supone un sello de identidad para los franquiciados. Gracias a las diferentes herramientas desarrolladas, el administrador puede acceder desde cualquier dispositivo

móvil y desde la aplicación de la marca a los datos de la comunidad de vecinos, incluso durante las visitas presenciales.

La implantación del Autobanking también constituye un elemento totalmente diferenciador en el mercado. Se trata de la tecnología más avanzada a la hora de contabilizar todos los movimientos contables de una comunidad y consigue ahorrar hasta un 90% de tiempo en la realización de una contabilidad tradicional. "Nuestro modelo de negocio supone un aumento en la productividad y transparencia en el trabajo", asegura Alejandro Gómez, director general de Terraminium.

La red de administración de fincas reduce los costes de una comunidad entre un 20 y un 50 por ciento. Unos porcentajes inigualables que convierten a la franquicia en líder del sector.

Consciente de la necesidad de renovar el sector, Terraminium ofrece a los franquiciados la posibilidad de planificar los retos de una comunidad, ejercer un control de proveedores, reducir costes, gestionar eficazmente la morosidad, etc. Una labor basada en la informatización, que permite un registro detallado del trabajo, pero sin perder la atención personalizada. Todo ello gracias a la plataforma Terranet, que permite la

realización de trámites y gestiones de forma cómoda y digitalizada. La plataforma permite a los vecinos conocer todas las novedades y modificaciones relacionadas con su comunidad, así como participar activamente en la gestión de una de las inversiones más importantes que realizan en su vida: su propia vivienda.

El administrador puede acceder a los datos de la comunidad desde cualquier dispositivo móvil, a través de la versión web o de la app de la marca.

"Nos situamos a años luz de toda nuestra competencia en cuanto a tecnología porque creemos que la transparencia que ofrece nos permite dar un servicio de máxima calidad y automatización muy avanzado", explica el responsable. Transparencia, tecnología y cercanía definen la filosofía de esta franquicia, la única certificada con la norma ISO 9001 y 14001 en gestión de calidad.

# La franquicia, motor económico de crecimiento con más de 1.200 marcas y cerca de 230 redes en España

- El pasado ejercicio cerró con un incremento del 5,9 por ciento en el número de empleados generados por el sistema, siendo Madrid la comunidad autónoma más prolífera

El modelo de franquicias está en alza. En el año 2016 este sistema ha generado un total de 15.073 puestos de trabajo, un crecimiento del 5,9% con respecto al año anterior. Las franquicias y su fuerza para crear empleo ha generado una cifra de 268.986 personas trabajando, convirtiéndose en una de las conclusiones más positivas del último informe generado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), 'La Franquicia en España 2016', en colaboración del Grupo Cooperativo Cajamar.

La moda es el sector con mayor número de enseñas en la actualidad, generando un total de 229 redes de franquicias

El aumento del número de trabajadores también corresponde con el crecimiento del número de franquicias con respecto al 2015, conformándose un sistema de franquicias español integrado por un total de 1.298 enseñas. De ellas, el 28% es de procedencia nacional y el resto procede de un total de 28 países, principalmente de Francia, Estados



Unidos e Italia. En el caso de España es Madrid la comunidad autónoma que cuenta con un mayor número de centrales franquiciadoras con 325, seguida por Cataluña, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Galicia. Asimismo, 2016 ha finalizado con un total

de 4.869 locales franquiciados más, lo que supone un aumento significativo del 10,5%, obteniendo 26.991,8 millones de euros como cifra registrada. Según Xavier Vallhonrat, presidente de la AEF, el número de redes sigue creciendo año tras año desde 2005,

"demostrando la confianza empresarial que existe por la franquicia a la hora de apostar por expandir los negocios".

Por otro lado, destaca que la moda es el sector con mayor número de enseñas actualmente, obteniendo un total de 229 redes. Le siguen los sectores de Hostelería/Restauración, con 187 cadenas; "Belleza/Estética", con 101 redes, y "Tiendas Especializadas", con 83. Aunque el sector de mayor número de facturación es el de la alimentación, con un total de 10.042,6 millones de euros. Apostar por una franquicia no significa obligatoriamente que deba salir el proyecto bien o tener un éxito 100% seguro. La clave está en saber 'elegir bien', estar informado y sumar esfuerzos.

Como conclusión, se refleja que el modelo de negocio de franquicia encaja con aquellas personas que prefieren liderar un proyecto con ciertas garantías, antes que montar un negocio propio desde cero. Gracias a ello se consigue combinar la aventura emprendedora, pero también la fiabilidad de contar con una franquicia con trayectoria. El presidente de la AEF subraya: "Podemos sentirnos satisfechos con la buena marcha que está demostrando tener el sistema de franquicias en España, el primero que dejó atrás la crisis y que ahora vuelve a crecer en todas sus variables".

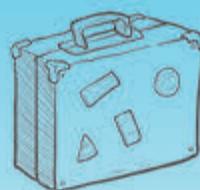


# clickviaja.com

## 2 NEGOCIOS EN 1



Agencia  
de Viajes



Tienda de  
Complementos

Tu mejor opción de AUTOEMPLEO



todo para  
tu viaje

AGENCIA FÍSICA

~~9.995€~~

AGENCIA ONLINE

~~5.495€~~

**PROMOCIÓN EXPOFRANQUICIA 2017**  
más información stand 7D17

**8.995€**

canon de entrada

CONSÚLTANOS  
FINANCIACIÓN **166€/mes** desde

**4.495€**

más información

DEPARTAMENTO  
EXPANSIÓN

902 800 329 | 951 247 324  
expansion@clickviaja.com | www.clickviaja.com

encuétranos en



Compromiso  
de Calidad Turística

# Rentabilidad y exclusividad, las claves del éxito de holaFIBRA

■ Es la primera franquicia especializada en el despliegue de fibra y se estima que cada asociado de la marca alcanzará más de 700.000 euros de beneficio en cinco años

Internet se ha convertido en una herramienta casi indispensable para los españoles. Pero es realmente su velocidad la clave determinante en la calidad del servicio. Los últimos datos revelan que apenas cuatro millones de hogares españoles disponen de conexión de fibra óptica para navegar con total comodidad y rapidez, sin embargo son muchos más los que ruegan y ansían acceder a este servicio en su zona. En la actualidad, más del 70 por ciento de los municipios españoles carecen de una red adecuada y tienen que conformarse con un servicio limitado o de peor calidad. De esa necesidad nace holaFIBRA, perteneciente al Grupo holaMOBI telefonía global, una realidad que no sólo ofrece fibra, telefonía y telefonía al usuario de a pie, también se ha convertido en la opción laboral más rentable y de éxito del mercado.

La cuestión es la siguiente: ¿por qué un emprendedor o inversor debería ser franquiciado de holaFIBRA? La respuesta es sencilla. Destaca por su exclusividad, ya que es la primera franquicia española basada en el despliegue de redes de fibra y es capaz de llegar a aquellas zonas donde no están presentes los grandes operadores; esto implica que la competencia a la hora de vender el producto a los ciudadanos sea menor y la labor comercial del franquiciado mucho más sencilla. Asimismo, cada asociado a la marca tiene exclusividad de comercialización, así como todas las ventas que se realicen desde la

web de holaFIBRA o su call center, las cuales son de cada franquiciado íntegramente.

Otra de las principales ventajas del franquiciado es su rentabilidad. Se estima que cada asociado

de holaFIBRA alcance más de 700.000 euros de beneficio en un plazo de cinco años, con una recuperación muy rápida de la inversión. La tecnología también es esencial en el desarrollo

de holaFIBRA. La franquicia trabaja con el software más potente del mercado, facilitando así la labor comercial y potenciando herramientas para el usuario como la posibilidad de conectar y desconectar temporalmente su servicio de fibra sin ningún coste.



No sólo la fibra es la protagonista, los asociados también pueden ofrecer a sus clientes otros servicios adicionales

Aunque no sólo la fibra es la protagonista de esta franquicia. Los asociados también pueden ofrecer otros servicios adicionales a los clientes, tales como telefonía fija, telefonía móvil, y televisión con más de 195 canales, nacionales e internacionales, incluido el mejor fútbol.

A estos beneficios se suma la formación especializada que recibe cada franquiciado para optimizar el uso de las herramientas comerciales. Una preparación impartida por la central y sus profesionales con más de 15 años de experiencia en el sector de las telecomunicaciones. Asimismo, desde el núcleo de holaFIBRA también desarrollan, de forma personalizada para cada franquiciado, un proyecto de viabilidad y plan de marketing adaptado a las características específicas.

## “SIF es el reflejo de la buena situación que atraviesa el sector de la franquicia en España”

Andrés Gil-Nogués ► DIRECTOR DE SIF VALENCIA



¿Qué balance hace de la última edición de SIF? SIF 2016 fue el reflejo de la buena situación que está atravesando el sector de la franquicia. Consiguió atraer a un visitante mucho más profesional, en su mayoría emprendedores cualificados, que apuestan por esta modalidad de negocio de éxito, pero además conseguimos atraer a un gran número de inversores con alta capacidad de inversión. Asimismo, para los expositores, el certamen se ha convertido en un excelente escaparate donde mostrar sus marcas al público. En líneas generales la mayoría de ellos nos

trasladaron una valoración muy positiva de su participación, habiendo conseguido sus objetivos marcados y que obtuvieron un buen número de nuevos contactos con una clara intención emprendedora y con intención de apertura a corto plazo.

¿Ya está trabajando en la nueva edición? ¿Qué novedades hay previstas por ahora?

Al acabar la feria, el equipo de SIF comienza a trabajar en la siguiente. Primero valoramos las acciones realizadas de esa edición con el fin de analizar y corregir en su caso, cara a la siguiente convocatoria. Una vez hecha la autocrítica empezamos con un nuevo SIF. No perdemos de vista que nuestro principal objetivo es ayudar a las marcas a que desarrollen sus conceptos de negocio. Qué duda cabe que SIF abarca un área fundamentalmente turística, el arco mediterráneo, y supone el 50% de los locales totales en el sector y un 40% de los empleos en franquicia. Es por esto que muchas de las enseñanzas nuevas, eligen SIF para realizar su “bautismo ferial” y arrancar con su expansión. ¿Cuál es su valoración de la situación actual de la franquicia en España?

El sistema de franquicia en España ha seguido creciendo durante los últimos 5 años, dejando atrás definitivamente la crisis económica, según los datos que ofrece la Asociación Española de Franquiciadores, AEF, en su informe anual “La Franquicia en España 2017”

durante el pasado ejercicio, 2016, la franquicia ha incrementado todas sus variables con respecto al 2015: tanto en número de redes (+5,3%), número de establecimientos (+7,1%), empleos generados (+5,9%) y en su facturación global (+1,9%) llegando a facturar un total de 26.991,8 millones de euros siendo este el tercer año consecutivo de crecimiento.

Los porcentajes de éxito entre una franquicia y un negocio propio son mucho más altos en el primer caso

En su opinión, ¿cuáles son los sectores que van a revolucionar el sector este año?

En general en todo el sistema de franquicia español, los sectores con mayor protagonismo han sido siempre la alimentación, hostelería/restauración y la moda. Es cierto que cada edición, surgen algunos sectores con mayor representación, como fue el año de los cigarrillos electrónicos, la depilación en su momento y así... aunque en las últimas ediciones esta tendencia está cambiando y ya no existe una aglomeración de enseñanzas

del mismo sector. En cambio, sí que surgen sectores nuevos o sectores que vuelven después de un tiempo, como es el caso de la presencia en SIF 2016 de franquicias inmobiliarias, y todo apunta a que en SIF2017, veremos representado el nuevo mercado inmobiliario, cabe resaltar el interés mostrado por las entidades financieras, ya son 4 las que asistirán en la próxima edición, donde ofrecerán mecanismos de financiación a emprendedores e inversores.

Tres ventajas por las que el modelo de franquicia es la mejor opción para los emprendedores.

Lo primero y lo que caracteriza esta fórmula de negocio, es que son negocios ya probados por los franquiciadores. Lo segundo, es que el franquiciado no está solo, el franquiciador acompaña en todo momento y da soporte a sus franquiciados, no olvidemos que tan importante es para uno como para el otro, el que los negocios funcionen. Finalmente, es importante destacar que los porcentajes de éxito entre una franquicia y un negocio propio, son mucho más altos en el primer caso, por lo tanto, la franquicia es un sector donde la inversión es segura, rentable y con un altísimo índice de éxito, como bien sabemos los que estamos en este sector, 9 de cada 10 personas que se convirtieron en empresarios bajo la fórmula de la franquicia durante el periodo de crisis económica en España, continúan funcionando de forma exitosa.



**holaMOBI**  
telefonía global

Nº STAND: 7D17

**LA CADENA Nº 1  
EN TELEFONÍA  
low-cost**



**OPERADORES**

Trabajas con más de 15 compañías



**MÓVILES**

Dispones de un depósito valorado en 10.000€



**ACCESORIOS**

Accesorios y gadgets para todos los dispositivos



**REPARACIONES**

Tienes la opción de dar tu propio servicio de reparaciones



**SEGURO**

holaMOBI Protec, el mejor seguro móvil del mercado



MEIZU

SONY



alcatel

ZTE

bq



HUAWEI

SAMSUNG



Wiko

Canon de entrada **18.495€** + IVA | desde **270€**/mes + IVA

Contacto: T. 902 65 65 25 | expansion@holamobi.com | www.holamobi.com | f t in w v

GRUPO holaMOBI:



# El grupo holaMOBI telefonía global se consolida y crece con nuevas líneas de negocio



Cuatro años, más de cien tiendas a nivel nacional y un presente apasionante por llegar. En un mercado dinámico y en constante evolución como el de las telecomunicaciones, la innovación y la estabilidad son dos palabras aliadas, no siempre fáciles de mantener. Pero hay excepciones. El grupo holaMOBI telefonía global dio sus primeros pasos en 2013 y, actualmente, se ha consolidado como la franquicia de mayor crecimiento y diversificación de la última década en el área de la telefonía low cost. Pese a su juventud, la compañía ha definido su modelo de negocio basándose en un asesoramiento integral. Este año la gran apuesta es la diversificación, con el nacimiento de holaFIBRA y doctorMOBI.

En poco más de tres años el grupo holaMOBI

Telefonía Global se ha definido como la cadena de referencia en Operadores Móviles Virtuales, y la tercera en el modelo de tiendas multioperador por detrás de las veteranas como Phone House y Telecor. Para quienes no lo conozcan, ¿qué es holaMOBI? Un concepto innovador de tienda multioperador y multiservicio, especializado en Operadores Móviles Virtuales (OMV) y tarifas low cost como Simyo, Tuenti, Másmóvil, Pepephone, República Móvil, Oceans, Movistar, Orange y Vodafone, siempre apostando por el ahorro del cliente y el asesoramiento global. Junto a este servicio, holaMOBI trabaja una amplia gama de líneas de negocio, desde la venta de gadgets y accesorios hasta financiación, seguros, reparaciones, terminales de segunda

mano y nuevos, entre los que destacan: Meizu, Xiaomi, bq, Zte Huawei, Alcatel, Wiko, Sony, Hisense, Samsung, Elephone, LG, etc.

“2016 ha sido un año de muchos cambios y progresos, sobre todo en el último trimestre, pero estamos muy satisfechos de los avances que estamos haciendo y tenemos grandes expectativas para 2017”, afirma María Salas, responsable del grupo; la empresa también cuenta con la marca Movilredpublic, la cual adquirió a principios de 2015 y con la que sumó la comercialización de videojuegos.

Las estadísticas empresariales apuntan a que el 60% de las pymes en España cierran en sus primeros tres años. holaMOBI ha sabido, sin embargo, esquivar los porcentajes, adaptándose a las necesidades de los clientes y a los vaivenes del mercado y apostando por nuevas líneas de negocio. Además de incorporar en los últimos meses un conjunto de tiendas de una red de la competencia ya desaparecida, Yomobil. Sin dejar a un lado la esencia de holaMOBI, que ya cuenta con más de cien puntos de venta, la compañía decidió ofrecer otras alternativas a emprendedores e inversionistas. Todas ellas con un factor en común: la tecnología.

Siguiendo esta misma línea estratégica de crecimiento, en el último trimestre del pasado año nace doctorMOBI, gracias a un acuerdo colaborativo con Fix. Se trata de un servicio especializado en la reparación de dispositivos móviles y ordenadores que destaca por la

cualificación de sus profesionales. El grupo rompe así con la tendencia del mercado que presenta modelos de negocio poco serios, creando un sistema de gestión y comercialización profesionalizado y ágil. “Los que quieren tener su propia tienda holaMOBI no tienen que renunciar a esa cuota de mercado gracias a doctorMOBI by Fix, un centro de reparaciones integrado dentro de las tiendas”, explica Salas. Este ámbito nuevo ha aumentado la rentabilidad de la franquicia y el número de clientes que se acerca a las tiendas.

## holaFIBRA, la fibra inteligente

El lanzamiento de holaFIBRA constituye el gran salto de la compañía en los últimos meses. El pasado mes de octubre holaMOBI anunció la creación de la primera franquicia del sector basada en el despliegue de fibra óptica en aquellas poblaciones donde la oferta de otros operadores es limitada o no existe dicha infraestructura. “La idea surgió por la necesidad que teníamos en nuestra red de tiendas de holaMOBI de dar servicio de fibra en algunas localidades donde no lo tenemos disponible con ningún operador”, explica Salas. Actualmente, más del 70% de los núcleos medianos y pequeños de población en España no cuentan con una adecuada infraestructura de fibra o carecen de ella.

# “La feria vive el fuerte repunte de sectores afectados por la crisis como el inmobiliario o el de administración de fincas”

María Valcarcel ► DIRECTORA DE EXPOFRANQUICIA



¿Qué novedades se encontrará el visitante este año?

Las novedades más interesantes para nuestros visitantes se encuentran en la amplia variedad de propuestas que reúne cada año ExpoFranquicia. En este sentido, hay que destacar que la feria presenta una combinación muy completa de conocidas enseñanzas ya afianzadas y nuevas ideas de negocio en relación a más de 20 sectores de actividad. También encontrarán un rango

de presupuestos muy variado que se ajusta a los distintos presupuestos de inversión, y la posibilidad de conocer, sin salir del pabellón, las propuestas de financiación personalizadas que ofrecen las distintas entidades bancarias que participan en la feria. Para los que necesiten información y asesoramiento, el programa Foro Madrid Franquicia, que organizamos en colaboración de la AEF, ofrece una serie de charlas muy interesante tanto para franquiciadores, como para franquiciados o para los que están pensando iniciarse en esta actividad.

¿Qué sectores estarán más presentes? ¿Ha notado algún cambio en ese sentido respecto al año anterior?

En general, la oferta de ExpoFranquicia muestra una perspectiva multisectorial aunque evidentemente también refleja algunas de las tendencias del momento y que son el resultado de los hábitos de consumo de cada sociedad. Sectores como Alimentación y Distribución, Hostelería y Restauración, Moda -especialmente femenina, juvenil y complementos- así como las enseñanzas de Belleza y Estética, que cuentan con una gran peso en la franquicia de nuestro país, van a tener en la feria una importante presencia, pero también hemos observado un mayor número de enseñanzas de telefonía, lavanderías,

propuestas muy variadas dirigidas al mundo infantil, e incluso el repunte de sectores afectados por la crisis años atrás, como

“En esta nueva edición estarán presentes más de 20 sectores y marcas procedentes de Portugal, Estados Unidos e Italia, entre otros países.”

es el caso del sector Inmobiliario o el de Administración de Fincas.

Y en cuanto a presencia internacional, ¿qué países acudirán a la feria en esta edición?

La mayor representación internacional corresponde a las enseñanzas de Italia Portugal, y Francia, aunque también tendremos este año distintas propuestas que vienen desde Bulgaria y Bélgica, así como marcas de Estados Unidos, Venezuela y Perú.

¿Cómo valora la evolución de ExpoFranquicia desde que dio sus primeros pasos?

Creo que a lo largo de estos años ExpoFranquicia ha mostrado un avance

muy positivo, en coincidencia con la propia evolución y consolidación de la franquicia en nuestro país. La feria ha crecido en representación, a medida que también lo hacía este sistema de negocio, y reúne en estos momentos una oferta multisectorial que refleja la gran variedad de conceptos que existen actualmente en el mercado. Hemos alcanzado, también, un importante número y cualificación del perfil del visitante, con más de 15.000 personas que, cada año, acuden a la feria con intención de invertir. Por todas estas características, podemos sentirnos muy satisfechos de la evolución de la feria, que en cada edición, confirma su posición como líder absoluto en nuestro país y como una de las principales citas de la franquicia en el mundo.

¿Qué balance hace de la edición anterior?

Sin duda ha sido un balance de éxito. Las tres últimas ediciones han registrado un crecimiento continuo, tanto en participación, como en visitas, y muy especialmente en lo que se refiere a la convocatoria internacional, con la presencia, este último año, de profesionales de 34 países. La actual dimensión de la feria con la participación de más de 500 enseñanzas, 20 sectores en exposición y la presencia de más de 15.000 visitantes con un alto perfil inversor hace de esta convocatoria la más importante de cuantas se celebran en España.



## Marta González

► Directora Ejecutiva de TF Consulting

*Nos explica cómo sacarle el máximo partido a nuestra visita a una feria profesional*



# Cómo hacer que tu visita a una Feria Profesional sea un ÉXITO

ANTES DE LA FERIA

DURANTE LA FERIA

DESPUÉS DE LA FERIA

El aterrizaje en una Feria Profesional, ya sea como visitante o como expositor, es una tarea que conlleva una serie de fases. No sirve el simple hecho de estar y pasear de stand a stand recogiendo folletos y merchandising; para que vaya bien y tu visita sea productiva, te recomiendo seguir una serie de pasos:

**En la fase de Pre Feria**, es importante recordar que antes de acudir a la Feria e incluso, si no lo has hecho aún, es necesario revisar cuál es el objetivo: ¿para qué vienes a la Feria? ¿Qué pretendes conseguir? Centra tu visita a la feria en este objetivo.

Una vez que tengas claro este punto, has de revisar el Listado de Expositores que encontrarás en la Feria. Analizar las características de los mismos, por ejemplo, los sectores más presentes, productos, promociones... Es bueno hacerse con un Plano de Expositores y en el mismo señalar aquellos stands que son interesantes de visitar y cuáles son de parada obligatoria.

**Durante la Feria, ya en la segunda fase**, empiezas a recorrer el espacio sin saber muy bien adónde dirigirte. Primero, escoge un Pasillo y recórrelo conforme a una figura geométrica para no dejarte nada sin visitar.

Hay que recorrer cada stand, pero lo importante es seguir un objetivo marcado. Es esencial recoger la tarjeta de contacto de la persona que nos ha atendido y escuchar atentamente cualquier indicador que nos ayude a alcanzar con éxito el fin de la visita. El guión de lo que vamos a preguntar en cada stand te ayudará a no perder el tiempo y obtener la información que esperas. Es recomendable disponer de herramientas donde anotar y recoger la información, por ejemplo, una libreta, con el fin de no andar perdiendo los papeles y los datos apuntados. Algunos stands no reciben bien a aquellos proveedores que van a 'venderle', si este es tu caso. Si eres un interesado en su marca, los responsables de la franquicia te atenderán con mayor interés y con más tiempo.

Toda Feria con presencia organiza actividades paralelas formativas que complementan la visita y donde profesionales de referencia en el sector aportan formación actualizada y sobre diferentes temáticas de la Feria. Antes de terminar tu visita, analiza los stands que has visitado y decide si hay alguno que quieres volver a visitar para ampliar la información.

Llegas a la última fase, la de post feria. Y es que no todo termina cuando la Feria echa el cierre. Posteriormente comienza la tarea de examinar la información que has recogido. Debes quedarte con aquellos contactos o información que te ha resultado

“ Un guion de lo que vamos a preguntar en cada stand te ayudará a no perder el tiempo y obtener la información que esperas. ”

de interés o que en algún momento vas a necesitar; la información que no sea de tu interés, es mejor desecharla. En algunos casos, podemos contactar con aquellas marcas de las que necesitamos ampliar la información, por ello es importante guardar todas las tarjetas y folletos con el fin de concluir la asistencia a la Feria con éxito. Si sigues estos pasos podrás salir satisfecho de tu visita, siempre y cuando tu objetivo haya sido cumplido.



## La ecografía 4D-5D con marca a tu alcance

Ecox 4D-5D es la mejor opción en autoempleo rentable

[www.ecox4d.com](http://www.ecox4d.com)



Especialistas en ecografía emocional. La mejor imagen prenatal.

- La primera cadena de **ecografía 4D-5D** prenatal emocional.
- Sin necesidad de formación ni titulación previa.
- **Garantizamos** clientes, convenios y colaboradores.
- Beneficiate de nuestra **estrategia online**.
- Más de **60 centros** en España y Portugal.

**ecox**® imágenes que laten  
4D-5D PRENATAL



ALTA RENTABILIDAD  
BAJA INVERSIÓN  
AYUDAS A LA FINANCIACIÓN

Contacta con nosotros y te informamos: 618 431 797 – [expansion@ecox4d.com](mailto:expansion@ecox4d.com)  
Podrás encontrarnos en el Stand 7D03 en Expofranquicia

# Las FRANQUICIAS

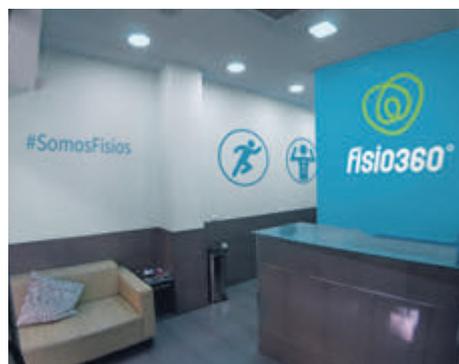
## hablan

Todo lo que te gustaría saber  
sobre las franquicias de  
éxito de nuestro país



### ONAHORRO, LÍDER EN REDUCIR COSTES

Es una marca comercial creada a partir de la experiencia de un grupo de sociedades con más de 30 años de trayectoria profesional en el sector servicios, con el objetivo principal de que sus clientes, tanto del ámbito residencial como del empresarial, obtengan ahorro en los campos de la energía, telecomunicaciones, seguros, etc. Además de prestar asesoramiento en el campo de la eficiencia energética. Es una empresa joven pero experimentada, cercana y vanguardista, dedicada a conseguir una considerable reducción de costes en la vida diaria de sus clientes. Disponen de un equipo profesional altamente cualificado, preparado para ofrecer las soluciones más adecuadas a sus exigencias. OnAhorro, es el nuevo futuro en el sector de la iluminación LED, ya que aúnan el ahorro que proporciona este tipo de iluminación al resto de nuestros productos en ahorro, lo que hace un paquete muy atractivo para el cliente, y por lo tanto, genera negocio para el franquiciado.



### FISIO360, LA FISIOTERAPIA DEL PRESENTE

Una franquicia basada en un sistema de gestión integral y flexible, en la que el asociado puede incluir las técnicas o disciplinas que prefiera (fisioterapia infantil, terapias manuales y Osteopatía, etc.), contando siempre con un asesoramiento personalizado desde la central y un plan de formación para los especialistas. Citas online, gestión de reservas...son algunos de los aspectos que generan dudas a la hora de emprender cualquier negocio. Aún más cuando se trata de servicios sanitarios. Para ello, Fisió360 cuenta con un sistema de gestión informático exclusivo capaz de mejorar la rentabilidad del negocio. Basado en una premisa fundamental: preparar física y nutricionalmente a los pacientes. Con una rentabilidad de 9 a 12 meses dependiendo de que se apliquen adecuadamente las pautas indicadas desde la central. Los asociados pueden beneficiarse de acuerdos que desarrolle la central con proveedores y compañías y adaptarlos a sus necesidades.



### COCOSWEET, PARA LAS AMANTES DE LA MODA

CoCosweet es una de las franquicias de tiendas de moda femenina más rentables del sector textil, con un concepto de venta europeo y americano. La clave de sus tiendas está en ofrecer colecciones de gran calidad a un precio óptimo y al alcance de cualquier bolsillo. CoCosweet tiene concepto de venta europeo y americano, vendiendo productos nacionales e importados, tanto de moda para mujer y joven, así como complementos dirigidos a la mujer de hoy: dinámica, atrevida y divertida. Las tiendas de CoCosweet están pensadas para generar ventas a los franquiciados gracias a su concepto de venta con productos nacionales e importados. Sus tiendas triunfan por su cercanía. Estas tiendas son fáciles de ubicar en calle principales de mucho tránsito, con establecimientos desde 35 m<sup>2</sup>, muy próximos y cómodos de visitar, sobre todo para el gran público. Es ahí donde está la gracia de estas tiendas de moda universales.



### MAXI DIEZ, EL 10 EUROS DE LA MODA

Maxi Diez Todo a 10€ es un nuevo concepto de venta al público de precio único destinado a la venta de ropa y complementos tanto para el hombre como para la mujer, centrado en dos novedades básicas: la combinación de modernidad y calidad/precio. La central ha desarrollado un tipo de establecimiento donde todos los productos son vendidos a un mismo precio: diez euros, sin excepciones. La cadena se basa en un concepto distinto de las demás franquicias. Es una oportunidad para emprendedores que desean invertir en un negocio de alta rentabilidad y con unos beneficios inmediatos. Maxi Diez Todo a 10€ también permite adaptar comercios de moda en situación de crisis para que pasen a ser negocios rentables con una inversión mínima. Así, esta franquicia de precio único transforma el local, con un cambio de estética del mismo, además de incorporar al mismo toda la mercancía y el atractivo modelo de negocio.



### RINCÓN COLIDO 3D CRECE EN UN MERCADO EN AUJE

En CoLiDo, son expertos en impresión 3D y por eso ponen a disposición del franquiciado su "know how" y experiencia en el sector. Sin duda, le será útil tanto si es un usuario primerizo con esta tecnología, como si buscas su completo perfeccionamiento. Podrás beneficiarte de las innumerables ventajas que puede aportar una línea de productos 3D, no sólo a tu negocio, sino a la sociedad en general. Abaratando costes y eliminando las limitaciones de la fabricación sustractiva. Consiguiendo con ello, aumentar notablemente las posibilidades en todos los campos de la tecnología y de la vida cotidiana. Nos encontramos en el momento perfecto para dar un paso hacia la impresión tridimensional. El mercado está en pleno auge y los consumidores empiezan a vislumbrar la infinidad de posibilidades que ofrece dicha tecnología. Por esta razón la gama de productos CoLiDo asegura la estabilidad y firmeza necesarias para obtener una impresión 3D eficiente y de alta calidad.



### COMERCIOOS, LA FRANQUICIA PARA EMPRENDEDORES

Comerci00s es una empresa dedicada a asesorar y ayudar a las empresas establecidas y a los nuevos emprendedores en todas sus facetas, para poder competir en igualdad de condiciones en este mundo de la venta y en especial en el comercio on-line. Su objetivo es el de dotar de los medios suficientes para obtener un rendimiento óptimo de la empresa. Comerci00s es el modelo ideal para personas que quieren abrir nuevos campos de negocio, o para el que ya dispone de una empresa y necesita crecer. Apartado especial merece igualmente la posibilidad del agente comercial on-line de poder acceder al mercado en general mediante la tienda online. El objetivo es el de dotar de los medios suficientes para obtener un rendimiento óptimo de la empresa. Con Comerci00s se puede conseguir un negocio propio sin prácticamente riesgo de ningún tipo y con una gama de productos inigualables en el mercado actual.



### LA ANDALUZA, LA ENSEÑA DE RESTAURACIÓN CON MÁS ÉXITO

La Andaluza es una de las franquicias de restauración con más éxito en España. Su especialidad es la comida española en formato de tapas y platos. La marca emplea el modelo de Máster Franquicias para su expansión en el mercado internacional. Recientemente ha firmado un acuerdo de disponibilidad de una cartera de locales aptos para convertir en bares de tapas franquiciados por toda España. El Grupo La Andaluza en 2017 ya ha abierto 5 nuevos restaurantes y tiene prevista la apertura de otros 5. Gracias a su modelo de franquicia, sin canon y sin royalties, son muchos los emprendedores que se animan a unirse a esta franquicia. Actualmente cuenta con diferentes líneas de negocios como los locales sin salida de humos, locales sin un mínimo de metros, corners, La Andaluza Quality... Ahora gracias a estos nuevos modelos pueden dar cobertura a los interesados en unirse a la franquicia que no tienen un local en propiedad.



### MOVILREDPUBLIC UNE LA TELEFONÍA Y VIDEOJUEGOS

MovilRedpublic y GameRedpublic constituyen un concepto único y revolucionario donde encontrará todo lo relacionado con la conectividad, el ocio y el entretenimiento. La franquicia pone al alcance del asociado la posibilidad de crear un espacio donde ofrecer a sus clientes, terminales, tabletas, PC, consolas y un sinfín de accesorios. Es la única franquicia del mercado que unifica en un solo espacio el sector de la telefonía móvil y el de los videojuegos, consolas, etc. MovilRedpublic une lo mejor de ambos mundos. Es un concepto de negocio que no tiene competencia en el mercado ya que, además, trabaja el sector de la segunda mano de una forma especializada, tanto desde las tiendas como desde la plataforma web. Cuenta con un amplio servicio para cubrir todas las necesidades del cliente; un buen asesoramiento y las mejores tarifas del mercado, siempre transmitiendo una filosofía de concienciación ecológica y social.



### PERFUMHADA, LA CALIDAD DE PERFUMES A GRANEL

PerfumHada es una franquicia de perfumes a granel que ofrece una gran oportunidad de negocio y cuenta con modelos de tienda a medida con una alta rentabilidad. Dispone de una variedad de más de 200 referencias de perfumes, geles, leches corporales, desodorantes, aceites, extractos. PerfumHada es signo de innovación y revolución, siendo la única franquicia en ofrecer al público la posibilidad de crear sus propios aromas con su ambicioso proyecto MINE. Este es un proyecto en el cual los clientes pueden crear perfumes a medida de forma sencilla, basándose en el concepto "Do it yourself". Ofrece un modelo de negocio sostenible, en el que además de tener dos opciones, PerfumHada Maxi o PerfumHada Mini -con rentabilidad contrastada- también se pone a disposición de las tiendas a costes 0. Es la única franquicia de este sector que da esta posibilidad al inversor. Además se adapta al franquiciado presentándole un proyecto de tienda completamente a su medida.



### QUEENS JD, MODA CHIC AL MEJOR PRECIO

La franquicia de moda Queens aporta ese toque de exclusividad a quien la lleve, adaptándose a las nuevas tendencias sociales tanto para el estilo de los hombres como para las mujeres que prefieren la elegancia del chic francés. Los precios de los productos de moda elegante oscilan desde los 10 hasta los 45 euros. La exclusiva red de proveedores y la rápida capacidad de respuesta de la central garantizan una completa variedad de artículos, sin olvidar la constante renovación del catálogo. La franquicia de moda Queens ofrece y garantiza una alta rotación del producto que, junto con la atractiva política de precios de la firma, aseguran la lealtad y fidelidad del cliente. Asimismo, el franquiciado puede disfrutar de ventajas tan diferenciales y exclusivas como la centralización de compras, la formación previa y el apoyo continuo, además de adquirir el acceso a los precios más ajustados del mercado.



### LERA GESTIÓN, 5 NEGOCIOS EN UNA SOLA FRANQUICIA

Lera Gestión cuenta con más de 15 años trabajando en el sector inmobiliario, financiero y comunitario. Con una red de 25 franquicias que avala para emprender. El asociado podrá emprender un negocio en auge. Lera Gestión ofrece cinco líneas de negocio en una única franquicia: servicio de inmobiliaria, que en este momento se encuentra en auge y que permite al asociado una fuente de ingresos amplia; administrador de fincas, que permite obtener unos ingresos fijos; seguros, el franquiciado dispone de un tarifador propio para ofrecer unos precios competitivos; financiación, otro servicio muy demandado, ya sea para compra venta inmueble o empresarial; gestión de autónomos, más de 3.000.000 de autónomos requieren servicios de un gestor. El saber hacer es la insignia de Lera Gestión junto a los medios tecnológicos y formativos necesarios para que todos los colaboradores de la marca entren con paso firme en el mundo del negocio empresarial.



### INFINITY SEGURIDAD, GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Es una empresa de ámbito nacional con más de 14 años de experiencia en el mercado. Ha ido evolucionando hasta convertirse en una empresa líder en el sector a nivel nacional. El objetivo es cubrir las necesidades de clientes que demandan Sistemas de seguridad Avanzados y Sistemas de cámaras CCTV con video-transmisión, en tiempo real, con una calidad excepcional. Esta empresa se centra en un amplio ámbito de actuación y sus servicios abarcan todo tipo de servicios de seguridad y las aplicaciones de estos hacia los clientes: sistemas de video-vigilancia (CCTV); sistemas de alarmas contra intrusión y anti-ruidos; sistemas de control de accesos; arcas de seguridad y cajas fuertes; sistemas domóticos residenciales con homologación. Permitiendo al franquiciado compatibilizar su actividad con la venta e instalación de Sistemas de Seguridad Profesionales, dentro de una zona territorial que se le asigna en exclusividad a cada franquiciado.



Entrevista ► Roberto Fernández  
GERENTE CENTRO DIETÉTICO

*"Estamos presentes con más de 30 centros a nivel nacional"*

**¿Cuáles son los objetivos de la marca?**

La misión una franquicia como Centro Dietético Tu salud es natural se basa fundamentalmente en desarrollar y mejorar la calidad de vida de todas las personas que acuden a nuestros centros y para los que lo más importante es el bienestar y la salud unida a lo natural.

La franquicia Centro Dietético Tu salud es natural es una marca muy consolidada presente desde el año 1977, siendo este año nuestro 40 aniversario. Actualmente estamos presentes en toda España con más de 30 centros a nivel nacional.

**¿Cuál es el perfil ideal del franquiciado?**

Toda persona emprendedora y apasionada que le guste cuidarse de forma natural y responsable. Es importante que el franquiciado quiera tener su propio negocio, de forma segura y con la confianza de estar acompañado por todo nuestro equipo de profesionales durante todo el proceso.



Entrevista ► Jaime Fernández  
DIRECTOR GENERAL CIEN BOCA-PIZZ

*"Hemos conseguido hacernos un hueco en el sector del fast casual"*

**¿Cuáles son los retos de Cien Boca-Pizz?**

El objetivo a corto plazo es instaurar una marca reconocible a nivel nacional. Con el fin de construir lazos con todos nuestros grupos de interés, tanto del franquiciado como los jefes de la franquicia. Tratamos de generar en nuestros locales un ambiente cálido y jovial, siendo fieles a nuestros valores. A largo plazo, nos vemos como una marca fuerte que ha conseguido hacerse un hueco en el sector del fast casual.

**¿Ventajas de los nuevos franquiciados?**

Acogemos a nuestros franquiciados con ilusión, la misma que deseamos que ellos tengan para emprender con el proyecto. Además, realizamos un seguimiento personalizado desde la primera llamada a la central, pasando por la elección del local y su posterior apertura, y manteniendo un trato profesional pero también cercano, tal y como el que damos al cliente final en nuestras cervecerías.



Entrevista ► Enrique Martínez  
DIRECTOR DE FRANQUICIAS EROSKI

*"Ofrecemos al franquiciado ayuda y formación desde el minuto uno"*

**¿Cuáles son los objetivos de la franquicia?**

Nuestro objetivo es poner en marcha proyectos viables de futuro con emprendedores e inversores que confíen en un proyecto en común, un proyecto diferente al resto, que les aporte confianza, sentirse seguros, apoyados y les genere ilusión y un futuro cierto.

**¿Cuáles son las ventajas que ofrece la marca a los nuevos asociados?**

Ofrecemos al franquiciado formación, asesoramiento y ayuda desde el minuto uno. Cuenta con nuestro apoyo en la búsqueda de financiación, la planificación de la obra o la apertura del establecimiento. Además del Club del Franquiciado, que aporta una serie de descuentos y ventajas en servicios, sorteos de viajes y regalos, información de primera mano sobre lo que ocurre en la franquicia, además de poder participar sobre la franquicia. Es algo único en el sector de distribución y muy probablemente en el resto de sectores.



Entrevista ► José Luis Torres  
DIR. DE EXPANSIÓN EDUCACHILD

*"Acompañamos desde el principio a los franquiciados para que estén tranquilos"*

**¿Cuáles son los principales beneficios ofrecen a los nuevos asociados?**

Disponer de un negocio en pleno auge y con una gran demanda. Ayudamos a todo el proceso de apertura, al estudio de mercado para detectar la mejor zona de apertura, formación, etc. Acompañamos desde el principio a los franquiciados para estén tranquilos durante el proceso.

**¿Cuántos establecimientos franquiciados de EducaChild hay en España?**

Actualmente contamos con 19 Centros en España y tenemos previstas nuevas aperturas en diferentes poblaciones para el nuevo Curso que comienza en Septiembre del 2017.

**¿Cuáles son los factores diferenciales?**

Nuestra forma de enseñar inglés. Un método exclusivo, alejado de los tradicionales, apostando por lo lúdico, comunicativo e interactivo, enseñando de manera multisensorial a través de la imagen, el sonido... haciendo que nuestra franquicia sea diferente.



Entrevista ► Eugenio Del Pueblo  
DIR. INTERNACIONAL DE KIOMA

*"2016 ha sido positivo con la apertura de firmas en Portugal y España"*

**¿Cuáles son los objetivos principales de Kioma este 2017?**

2017 ya está siendo un buen año para Kioma, debido a que sigue su expansión con un crecimiento progresivo. Nuestros objetivos son la ampliación de nuevos mercados internacionales en los que ya hemos iniciado negociaciones en países como India, Francia, Italia, Holanda, Suiza, Alemania, Angola, Perú, México, Chile, Afganistán e Irán, entre otros muchos.

**¿Cuál ha sido el balance de 2016?**

El Balance de Kioma en este 2016 ha sido muy positivo, con la apertura de nuevas tiendas en Portugal, la rápida expansión de España con las firma de 18 nuevas tiendas en menos de un año y con la nueva inclusión de Kioma en Inglaterra, Escocia e Irlanda.

**¿Qué tipo de locales necesitan para abrir una franquicia?**

Locales de 50/60 metros cuadrados, ubicados en zonas comerciales con buen paso.



Entrevista ► Amadeo Blanquer  
DIRECTOR ECOX 4D-5D

*"Somos pioneros en la realización de ecografía emocional a nivel europeo"*

**¿En que se basa el éxito de Ecox4D-5D?**

Somos pioneros en la realización de ecografía emocional a nivel europeo, ofreciendo un servicio 5 estrellas. Invertimos en I+D para adaptarnos a los requerimientos del mercado y ofrecer distintos productos vinculados a la ecografía emocional. La última novedad es la incorporación de la tecnología 5D SkinLine y LightVisión, desarrollada por Samsung y adaptada a la ecografía emocional por nuestro exclusivo Ecox System.

**¿Qué valor aporta la central al franquiciado?**

Incorporación a la marca líder del sector, con más de 60 centros operativos, sin necesidad de titulación previa. Realizamos una formación teórica y práctica, incorporando nuestro exclusivo Ecox-System para obtener la mejor imagen del sector. Desde la Central de Franquicias se trabaja con las principales marcas del sector, lo que redundará en un mayor conocimiento de marca y citas para el franquiciado.



Entrevista ► María Salas  
DIRECTORA GENERAL holaMOBI

*"holaMOBI, un concepto único de tienda multioperador y multiservicio"*

**¿Cómo es el franquiciado ideal de holaMOBI?**

Fundamentalmente buscamos una persona de carácter emprendedor y proactiva. Es importante que le guste el sector y también el modelo de negocio. Concretamente en holaMOBI, nos encargamos de que el franquiciado adquiera los conocimientos necesarios; desarrollamos un programa de formación avalado por la Universidad de Málaga, con titulación oficial. El franquiciado nunca está solo: tenemos un equipo en la central de más de 20 personas para dar todo el soporte que necesiten.

**¿Qué ventajas tiene ser franquiciado de una tienda holaMOBI?**

holaMOBI es, sin duda, un concepto innovador de tienda multioperador y multiservicio, especializado en la distribución de las tarifas de los operadores móviles virtuales (OMV) y tarifas low cost. Nuestra filosofía siempre se ha basado en el ahorro del cliente y el asesoramiento global.



Entrevista ► Alfredo Santa-María  
RESPONSABLE EXPANSIÓN POMODORO

*"El objetivo de la franquicia es crecer de forma rentable"*

**¿Qué ventajas tiene el franquiciado?**

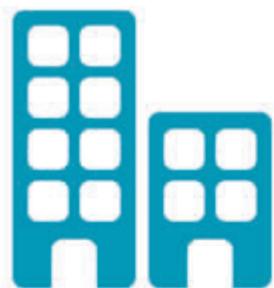
Ser participe de un modelo de negocio probado, atractivo, de inversión controlada y con un rápido retorno en comparación con el sector. Además de su atractivo a la clientela, que se transmite a través de la formación y una exhaustiva implantación de la marca.

**¿Qué rentabilidad tiene el franquiciado?**

El precio único de los platos de nuestra carta, "Tutto 3,90€", hace que la demanda y el perfil de nuestro público sea muy amplio, a lo que sumamos la buena rotación que se da en los establecimientos.

**¿Cuáles son los retos actuales de Pomodoro?**

El objetivo de la franquicia es crecer de forma rentable, conquistando a los consumidores, favoreciendo con ello a los franquiciados en su expansión. Pretendemos subir las ventas en los establecimientos y abrir al menos 18 más este año, contando con una fuerte expansión en la zona del Levante y centro del territorio nacional.



**terraminium®**

Administración de fincas

La administración  
de fincas  
transparente



Única franquicia del sector con sistema de contabilización automático

Visítanos  
stand 7D17  
de topfranquicias



**ENTRE EN UN NEGOCIO SEGURO QUE FACTURA MÁS DE 6.000 MILLONES DE EUROS AL AÑO**

La mejor  
opción  
Autoempleo

**PLATAFORMA TECNOLÓGICA**

La más avanzada del mercado. Integra **gestión, administración y comunicación.**



**LÍDER EN EL SECTOR**

La red de Administración de fincas con **más de 70 oficinas** en toda España.



**TENGA SU PROPIA FRANQUICIA**

desde **257€/mes** acuerdo financiación con topfinancia

Ingresos medios de nuestros franquiciados de **8.000€ al mes**

Más información sobre la franquicia  
T. 902 106 122 | [expansion@terraminium.com](mailto:expansion@terraminium.com)  
[www.terraminium.com](http://www.terraminium.com)

Terraminium en las redes sociales



miembro de:



ASOCIACIÓN DE PRESIDENTES DE COMUNIDADES Y ADMINISTRADORES DE FINCAS



La Única Red de Administración de Fincas que cumple y aplica la norma de gestión de calidad ISO 9001 y en gestión medioambiental ISO 14001



### ¡YOGURISSIMO TE DEJARÁ HELADO!

La franquicia Yogurissimo es un concepto contemporáneo de espacios gourmet, donde todo se elabora con materia prima de primera calidad, cuidando los detalles para que cada frozen yogurt sea una deliciosa creación. Al ser un producto 100% natural es muy beneficioso para la salud. Una de sus cualidades es que reduce el colesterol, el cual es uno de los principales factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares en España. El producto se basa en yogurt helado combinado con toppings y forma una combinación de sabores que no dejará indiferente a nadie, además cuenta con más de 40 toppings, lo que hace posible que cada yogurissimo sea único y personalizado para cualquier cliente, eligiendo así los sabores que prefiera. Entre sus ventajas destacan las siguientes: baja inversión, rápida amortización, demanda creciente y un producto muy atractivo el cual que pese a ser un yogurt helado es apetecible cualquier día del año.



### EN UCMAS APRENDEN LOS GENIOS

UCMAS es una representación moderna del arte ancestral de la aritmética mental. Este concepto tiene su origen en China y su adaptación ha dado lugar a un programa único, dirigido a niños de edades comprendidas entre los 5 y los 13 años, que les ayuda a estimular la actividad cerebral.

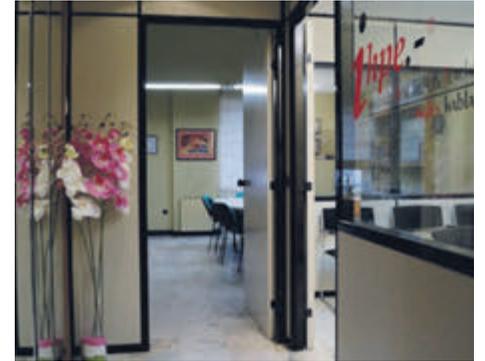
El aprendizaje de las operaciones aritméticas, en el colegio, se plantea como una evolución desde lo concreto a lo abstracto. En cambio, en UCMAS, utilizando el ábaco, el trabajo conceptual se refuerza gracias a un proceso multi-sensorial que estimula a la vez la vista, el oído y el tacto.

A través del cálculo mental, y utilizando como herramienta de aprendizaje el ábaco, los alumnos aprenden a utilizar las 34 fórmulas UCMAS en diversas operaciones aritméticas sobre ese ábaco. Posteriormente, y utilizando su imaginación, los alumnos aprenderán a realizar las mismas operaciones sin necesidad del ábaco físico.



### VIVE EXPERIENCIAS CON NIK&GO

Nik&Go ofrece experiencias turísticas a sus clientes que les permitan conocer lugares de forma divertida y diferente. En sus dos modalidades, natura y citytour, y a través de contenidos multimedia, los usuarios podrán disfrutar de la historia de la ciudad, de sus lugares representativos y de los entornos naturales más significativos conduciendo un vehículo eléctrico. Esta experiencia de viaje se verá potenciada por la posibilidad de llevar a cabo determinadas actividades interactivas que permitirá al cliente disfrutar de una aventura turística sostenible. Nik&Go ha ido perfilando este concepto de negocio, realizando soluciones diferentes, desarrolladas a medida para cada franquiciado, optimizando los vehículos eléctricos, con el objetivo de ofrecer un servicio diferenciado y atractivo capaz de llegar al cliente final. Bajo la firma de edermobilityservices presenta un modelo de negocio de rentabilidad autónoma, basado en soluciones de movilidad eléctrica.



### CON IHPE APRENDE INGLÉS DE MANERA DEFINITIVA

IHPE nace como aplicación de un proyecto ideado en la Universidad de Boston para la investigación lingüística y enseñanza del inglés a hispanohablantes. Es una franquicia rentable e interesante que aplica un método único, una metodología decisiva en la enseñanza del inglés. Con una trayectoria de 28 años en el mercado, se encuentra en plena expansión de la marca y desarrolla un modelo de aprendizaje del inglés que no se olvida fácilmente.

El alumno dispone de una unidad, de forma que se convierte la teoría en habilidad. Es la diferencia entre mantener un montón de piezas o tener una máquina ensamblada. Formar parte de la franquicia es contar con el apoyo de una marca de prestigio y el respaldo del método exclusivo. Estos factores diferenciales ofrecen al franquiciado un centro de enseñanza de inglés pionero a nivel mundial, en cuanto a eficacia de enseñanza y rentabilidad.



## infotactile®

APROVECHA LA OPORTUNIDAD DE FORMAR PARTE DEL PRINCIPAL SECTOR ECONÓMICO ACTUAL:

# EL TURISMO, FRANQUICIA EN UN SECTOR DE ÉXITO

Súmate al éxito de Infotactile

- ✓ - Sector en continuo crecimiento
- ✓ - Sin necesidad de local
- ✓ - Amplias oportunidades de negocio
- ✓ - Apoyo constante de la central
- ✓ - Forma parte de una gran red de franquicias





### DIT GESTIÓN, UN SISTEMA EXCLUSIVO FREELANCE

Dit Gestión es una empresa dedicada a crear y asesorar a las agencias de viajes en todas sus facetas para poder luchar con las mejores herramientas tecnológicas del mercado en un sector que sigue creciendo y que dinamiza tanto la economía española como la mundial. Se ha consolidado el último año como la franquicia de viajes más rentable.

El sistema exclusivo freelance está pensado como un paso previo para personas que quieran probar antes de meterse de lleno en la creación de una agencia de viajes. También está previsto para agentes de viajes que dispongan de una cartera de clientes sin constituir una empresa.

La enseña plantea una plataforma de venta online y otra de venta directa. Un sistema totalmente automatizado a través de microsites de los más importantes turoperadores de viajes, así como por producto exclusivo, para que los colaboradores puedan vender también un producto diferencial.



### ESPIGA & MIGAS, FRANQUICIA RENTABLE DE HOSTELERÍA

Espiga & Migas es una franquicia del sector de hostelería y restauración, cuyo objetivo se centra en la elaboración y venta tanto de comidas como de bebidas, las cuales se pueden servir tanto para llevar y/o como para tomar en el propio local.

Basada en productos de primera calidad como pizza o bocadillos, Espiga & Migas cuenta con factores distintivos de la actividad frente al resto de la competencia a un precio sin competencia. También ofrece la comercialización de bebidas como refrescos, cervezas y copas.

Además, la franquicia Espiga & Migas ofrece la posibilidad de optar a unas zona Master a elección del franquiciado donde podrá ubicar su local con derecho de hasta cinco locales en cada Zona Master, teniendo la preferencia de abrirlo él o de permitir que lo abra el nuevo franquiciado. De esta forma, la franquicia Espiga & Migas está desarrollando su modelo propio de expansión.



### ANIMAL PARTY, CADENA LÍDER DEL OCIO INFANTIL

La cadena de centros de ocio infantil de origen norteamericano acaba de presentar su estrategia de expansión para este ejercicio, en el que acometerá el crecimiento de su red en España a través de Centros Asociados. Con el foco en potenciar la rentabilidad de cada una de sus unidades, ANIMAL PARTY ha diseñado un modelo de negocio que combina el valor añadido de la marca con otras actividades que cada asociado podrá llevar a cabo en su local, para adaptar su oferta al perfil de su público o de su especialidad profesional, incorporando productos o servicios distintos a los suministrados por la empresa. El concepto de negocio de ANIMAL PARTY, presente en nuestro país desde el año 2009, se basa en ofrecer productos exclusivos y novedosos tanto para su venta como para la realización de cualquier tipo de celebración infantil -en local y a domicilio-, y en la que todos los niños asistentes pueden llevar la actividad realizada a su propia casa.



### LA BOTICA DE LOS PERFUMES, TOP 1 EN PERFUMERÍA

La franquicia líder en perfumería y cosmética de alta calidad y duración. La fabricación de los productos es de origen europea y ofrece unos precios competitivos. La franquicia cuenta con una baja inversión y con una rentabilidad excelente. En La Botica de los Perfumes se ofrecen perfumes de creación propia de alta calidad a unos precios competitivos. Las fragancias son elaboradas en Europa con una amplia oferta de productos, encontrando también colonias frescas, aromas y un gran surtido de cosmética natural. Asimismo, La Botica de los Perfumes Petite cuenta con una imagen corporativa con identidad propia, pero relacionada con el modelo clásico. El modelo clásico cuenta con más de 140 tiendas especializadas repartidas por la geografía española y por el país vecino, Portugal. Se caracteriza por las continuas renovaciones de productos y un diseño muy cuidado de sus tiendas, situadas en las principales arterias comerciales de las ciudades.

## ¿Por qué elegirnos?

- 1 Porque tenemos **más de 30 años de experiencia** en el sector.
- 2 Porque te damos **formación inicial y continuada**.
- 3 Porque nos ocupamos del montaje de la tienda, **llave en mano**.
- 4 Porque te regalamos la **campana de promoción de apertura**.
- 5 Porque ofrecemos **campañas de publicidad anuales**.
- 6 Porque tenemos **central de compras** somos tu único proveedor.
- 7 Porque damos **atención al franquiciado** y soporte al cliente.
- 8 Porque tenemos **producción propia sin subcontrataciones**.

## ¿Qué incluimos?

Tan fácil como apretar un botón

- 1 Rotulos luminosos exteriores y rotulación de escaparate.
- 2 Instalación interior de la tienda, mostradores, mesas, etc.
- 3 Material corporativo, muestrarios, catálogos, etc.
- 4 Equipos informáticos, fax, teléfono, ordenador, TPV, etc.
- 5 Útiles para copistería, encuadernadora, plastificadora, cizalla, grapadora eléctrica, taladradora, etc.
- 6 Campaña de promoción de apertura, buzoneo de 10.000 flyers, 100 carteles, publicación de notas de prensa en la web.
- 7 Formación, soporte telefónico, manuales, etc.

# 19.500€

INVERSIÓN TOTAL

0€

CANON DE PUBLICIDAD

3

MESES LIBRE DE ROYALTY

24

MESES AMORTIZA INVERSIÓN

\* Canon de entrada de 5.000€ incluido en la inversión total. Royalty de 200€ a partir del tercer mes. IVA no incluido.

especialistas en  
**FOTOCOPIAS**  
desde  
**1984**

AYUDA FINANCIERA

TIENDAS EN ESPAÑA  
**65**

## Líder del sector

### Soluciones gráficas

# Guía oficial de las mejores franquicias

Agencias de Viajes

**CLICKVIAJA**  
Agencia de viajes

<b>Canon de entrada</b>	Desde 4.495€ + IVA (online)
<b>Royalty</b>	Desde 105€/mes + IVA
<b>Canon de publicidad</b>	10€/mes + IVA

**INVERSIÓN** Desde 6.000€ + IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 25m<sup>2</sup>      **Población:** 6.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 132    **Propios:** 2    **Franquiados:** 130    **Extranjero:** 30

[www.clickviaja.com](http://www.clickviaja.com)      Contacto: **Oscar Alonso**

**DIT GESTIÓN**  
Agencia de viajes

<b>Canon de entrada</b>	Desde 3.200€
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay

**INVERSIÓN** 3.200€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 20m<sup>2</sup>      **Población:** No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 654    **Propios:** 4    **Franquiados:** 650    **Extranjero:** 100

[www.ditgestion.es](http://www.ditgestion.es)      Contacto: **Lander Arriaga**

Asesoría Consultoría

**GRUPO TERRAMINIUM**  
Administración de Fincas

<b>Canon de entrada</b>	13.900€
<b>Royalty</b>	3%
<b>Canon de publicidad</b>	2%

**INVERSIÓN** 18.000€ (incluye canon)

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 20m<sup>2</sup>      **Población:** 15.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 74    **Propios:** 2    **Franquiados:** 72    **Extranjero:** 0

[www.terraminium.com](http://www.terraminium.com)      Contacto: **Alejandro Gómez/Noemí Alaía**

**ON AHORRO**  
Asesoría - Consultoría

<b>Canon de entrada</b>	Incluido en inversión
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	250€

**INVERSIÓN** 40.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 40m<sup>2</sup>      **Población:** 15.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 7    **Propios:** 1    **Franquiados:** 6    **Extranjero:** 0

[www.onahorro.net](http://www.onahorro.net)      Contacto: **Juan José Beamonte**

**AUDIDAT**  
Asesoría - Consultoría

<b>Canon de entrada</b>	6.000€
<b>Royalty</b>	10% Sobre facturación
<b>Canon de publicidad</b>	No hay

**INVERSIÓN** De 12.000€ a 15.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 30m<sup>2</sup>      **Población:** 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 31    **Propios:** 3    **Franquiados:** 28    **Extranjero:** 0

[www.audidat.es](http://www.audidat.es)      Contacto: **Ángel Romero**

**GAH! ALDAHOTELS**  
Asesoría - Consultoría

<b>Canon de entrada</b>	12.000€
<b>Royalty</b>	Variable
<b>Canon de publicidad</b>	No hay

**INVERSIÓN** Desde 20.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** No relevante      **Población:** No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 9    **Propios:** 4    **Franquiados:** 5    **Extranjero:** 0

[www.grupoaldahotels.com](http://www.grupoaldahotels.com)      Contacto: **Dpto. de Expansión**

Formación

**EDUCACHILD**  
Academia de idiomas

<b>Canon de entrada</b>	12.000€
<b>Royalty</b>	7%
<b>Canon de publicidad</b>	2%

**INVERSIÓN** 17.990€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 100 / 200m<sup>2</sup>      **Población:** 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 20    **Propios:** 2    **Franquiados:** 18    **Extranjero:** 0

[www.educachild.com](http://www.educachild.com)      Contacto: **José Luis Torres**

**LCF KIDS CLUB SPAIN**  
Academia de idiomas

<b>Canon de entrada</b>	Desde 5.000€
<b>Royalty</b>	250€/mes
<b>Canon de publicidad</b>	No hay

**INVERSIÓN** 7.000€ (C. Entrada no incluido)

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 80m<sup>2</sup>      **Población:** 25.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 9    **Propios:** 1    **Franquiados:** 8    **Extranjero:** Más de 300

[www.kidsclubspain.es](http://www.kidsclubspain.es)      Contacto: **José M. Linares**

**IHPE LANGUAGE RESEARCH & TEACHING**  
Academia de idiomas

<b>Canon de entrada</b>	12.000€
<b>Royalty</b>	300€ (8 horas de consulta)
<b>Canon de publicidad</b>	100€

**INVERSIÓN** 22.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Local:** 70m<sup>2</sup>      **Población:** 20.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 3    **Propios:** 1    **Franquiados:** 2    **Extranjero:** 0

[www.ihpe.es](http://www.ihpe.es)      Contacto: **Julio Gimeno Ruiz**

**UCMAS**  
Academias de idiomas

<b>Canon de entrada</b>	2.500€
<b>Royalty</b>	Según volumen
<b>Canon de publicidad</b>	Opcional

**INVERSIÓN** Canon + obra civil

**REQUISITOS MÍNIMOS**

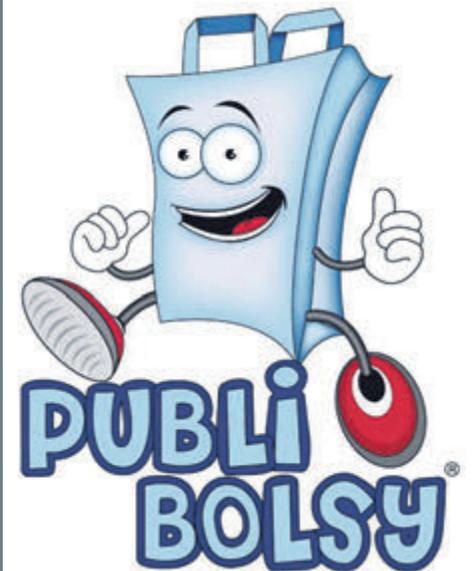
**Local:** 75m<sup>2</sup>      **Población:** 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

**España:** 20    **Propios:** 2    **Franquiados:** 18    **Extranjero:** 0

[www.ucmas.es](http://www.ucmas.es)      Contacto: **Antonio Egea**

## Publibolsy, la publicidad sostenible



### ¿Qué es Publibolsy?

Publibolsy es una franquicia de publicidad en bolsas. Contamos con delegaciones en toda España y comenzamos el proceso de internacionalización a través de nuestra nueva delegación en Puerto Rico. Un modelo de negocio altamente rentable y eficaz, que ha experimentado una gran aceptación por parte del público. Publibolsy ofrece tres formatos de producto: Bolsypan (bolsas para pan), Bolsyfarma (bolsas para farmacia) y Publibolsy (bolsas para comercios en general). Los tres formatos aprovechan la bolsa de papel que emplean dichos comercios como nuevo medio de publicidad para los negocios de la zona o cualquier anunciante que esté interesado en promocionarse, con la garantía de que es una publicidad que llega diariamente a cada hogar de la propia mano del consumidor. La franquicia apuesta, también, por los emprendedores; es por ello que, además, del asesoramiento y formación continua, le ofrece a sus nuevos franquiciados la posibilidad de financiar el canon, sin intereses ni entidades financieras. Entre sus ventajas destacan:

- Es un formato respetuoso con el medioambiente, que utiliza bolsas de papel reciclables y también telas reutilizables para servir productos destinados a panadería, farmacias y comercios en general.
- Utiliza tintas ecológicas para imprimir publicidad en bolsas.
- Asesoramiento continuo durante el proyecto de apertura.
- Colabora con el comercio local, entregando bolsas gratuitas a los comerciantes con publicidad de autónomos que ofrecen sus servicios y comercios de cercanía que ofrecen sus productos.
- Es un formato innovador para publicistas que necesitan impactar en un público segmentado a una zona específica.

Si te interesa el mundo de la publicidad y estás buscando emprender, generar autoempleo con una inversión mínima que no necesita de local comercial, y empezar un negocio estable ¡no lo dudes! Ponte en contacto con nosotros a través de nuestra página web [www.publibolsy.es](http://www.publibolsy.es)

# Guía oficial de las mejores franquicias

Inmobiliaria

**LERA GESTIÓN**  
 Agencia inmobiliaria  
**Canon de entrada** 4.400€  
**Royalty** 250€  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 4.400€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** No es relevante **Población:** No es relevante  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 2 Propios: 1 Franquiados: 1 Extranjero: 0  
 www.leragestio.com Contacto: Seve Castro Domínguez

**VILSA GRUPO INMOBILIARIO**  
 Agencia inmobiliaria  
**Canon de entrada** 9.000€  
**Royalty** 6% sobre facturación  
**Canon de publicidad** 2% sobre facturación  
**INVERSIÓN** 21.500€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 45 / 100m<sup>2</sup> **Población:** 50.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 5 Propios: 1 Franquiados: 4 Extranjero: 0  
 www.vilsa.es Contacto: María del Amo

Nuevas Tecnologías

**holaMOBI, TELEFONÍA GLOBAL**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 18.495€  
**Royalty** 160€/mes  
**Canon de publicidad** 40€/mes  
**INVERSIÓN** Desde 18.495€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 25m<sup>2</sup> **Población:** Según emplazamiento  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: + 100 Propios: 1 Franquiados: + 100 Extranjero: 0  
 www.holamobi.com Contacto: Jaime Abehsera

**holaMOBI EMPRESAS**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 2.995€  
**Royalty** 2%  
**Canon de publicidad** 3%  
**INVERSIÓN** 2.995€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** Sin local **Población:** No relevante  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: + 100 Propios: 1 Franquiados: + 100 Extranjero: 0  
 www.holamobi.com Contacto: Jaime Abehsera

**MOVILREDPUBLIC**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 0€  
**Royalty** 2%  
**Canon de publicidad** 2%  
**INVERSIÓN** Según infraestructura

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 20m<sup>2</sup> **Población:** 15.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: + 100 Propios: 1 Franquiados: + 100 Extranjero: 0  
 www.movilredpublic.com Contacto: Dpto. Expansión

**AL APARATO**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 3.500€  
**Royalty** 195€/mes  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 15.000€ (incluye stock)

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 25 / 30m<sup>2</sup> **Población:** 20.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 4 Propios: 1 Franquiados: 3 Extranjero: 0  
 www.alaparato.com Contacto: Joaquín de Mier

**GRUPO INFINITY SEGURIDAD**  
 Seguridad  
**Canon de entrada** Incluido en inversión  
**Royalty** 248€  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 9.800€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 45m<sup>2</sup> **Población:** Según emplazamiento  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 77 Propios: 2 Franquiados: 75 Extranjero: Sí  
 www.grupoinfinityseguridad.es Contacto: M<sup>a</sup> José Muñoz

**DIGITAL ASESORES**  
 Reparaciones Tecnológicas  
**Canon de entrada** 20.000€ + IVA  
**Royalty** Sí  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 24.000€ + IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 15 / 50m<sup>2</sup> **Población:** No relevante  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 21 Propios: 1 Franquiados: 20 Extranjero: 0  
 www.digitalasesores.com Contacto: Christopher Windsor

**holaFIBRA**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** desde 29.000€  
**Royalty** 3%  
**Canon de publicidad** 1%  
**INVERSIÓN** Según infraestructura

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 50m<sup>2</sup> **Población:** 5.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 15 Propios: 2 Franquiados: 13 Extranjero: 0  
 www.holafibra.com Contacto: Dpto. de Expansión

**ZONA MOBIL**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** No hay  
**Royalty** Negociable  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** desde 8.950€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 30 / 50m<sup>2</sup> **Población:** 15.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 0 Propios: 4 Franquiados: 27 Extranjero: No  
 www.zonamobile.info Contacto: Roberto Rodríguez

## Phone Service Center: Líder en reparación de móviles y tablets



Con más de 700.000 reparaciones realizadas en el año 2016, Phone Service Center es Líder Europeo en Reparación de Smartphones y Tablets en tiendas de proximidad, sector de fuerte expansión y con una proyección exponencial de crecimiento para los próximos años. Con una inversión inicial mínima, cualquier emprendedor o inversor como tú puede unirse a nuestras más de 300 tiendas y 600 técnicos certificados para dar el mejor servicio posible a los futuros clientes:

- Formación Inicial y Continua (técnica y negocio).
- Plan de Marketing a medida, adaptado a tu zona de influencia.
- Asesoramiento continuo durante el proyecto de apertura.
- Condiciones preferentes para la compra de piezas y accesorios.
- Acreditación de las principales marcas de Smartphones y Tablets.

Estamos abriendo nuevas tiendas todos los meses. ¡Y la próxima puede ser la tuya!



# Guía oficial de las mejores franquicias

Alimentación

**EROSKI CITY**

Alimentación

Canon de entrada	No hay
Royalty	1,68% (Incl. gasto de transporte)
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 600€/m<sup>2</sup>

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 250m<sup>2</sup> Población: 2.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 2.396 Propios: 1.896 Franquiados: 500 Extranjero: 0

www.eroski.es Contacto: Enrique Martínez

**LA DESPENSA EXPRESS**

Alimentación

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Según metros cuadrados

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 150 / 400m<sup>2</sup> Población: 1.500 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 118 Propios: 91 Franquiados: 27 Extranjero: 0

www.grupoladespensa.com

**DULZIA**

Alimentación

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 12.900 €+IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 50m<sup>2</sup> Población: 5.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 75 Propios: 0 Franquiados: 75 Extranjero: 0

www.dulzia.es Contacto: Antonio de Silóniz

**CONDIS**

Alimentación

Canon de entrada	Incluido en inversión
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 1.000€/m<sup>2</sup>

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 150m<sup>2</sup> Población: 10.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 503 Propios: 194 Franquiados: 309 Extranjero: 0

www.condis.es Contacto: Manel Romero

Belleza - Servicios Especializados

**ECOX - CENTRO DE IMAGEN 4D-5D PRENATAL**

Servicios médicos

Canon de entrada	14.000€
Royalty	400€
Canon de publicidad	Incluido en Royalty

**INVERSIÓN** Desde 21.900€ (Incluido Canon)

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 50m<sup>2</sup> Población: 90.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 62 Propios: 2 Franquiados: 60 Extranjero: 8

www.ecox4d.com Contacto: Dpto. de Expansión

**FISIO 360°**

Servicios médicos

Canon de entrada	15.900€
Royalty	195€
Canon de publicidad	125€

**INVERSIÓN** 24.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 40m<sup>2</sup> Población: 15.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 5 Propios: 0 Franquiados: 5 Extranjero: 0

www.fisio360.es Contacto: Dpto. de Expansión

**CENTRO DIETÉTICO TU SALUD ES NATURAL**

Herboristerías / Dietética

Canon de entrada	12.000€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	5% s/compras

**INVERSIÓN** Desde 50.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 60 / 100m<sup>2</sup> Población: 10.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 25 Propios: 12 Franquiados: 13 Extranjero: 0

www.centrodietetico.es Contacto: Eduardo Vicario

**SUNDARA**

Belleza / Estética

Canon de entrada	18.000€+IVA
Royalty	6%
Canon de publicidad	2,5%

**INVERSIÓN** 48.650€+IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 25m<sup>2</sup> Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 10 Propios: 9 Franquiados: 1 Extranjero: 0

www.sundaradepilacionconhilo.com Contacto: Antonio de Silóniz

**ECODADYS 5D-4D**

Servicios médicos

Canon de entrada	0€
Royalty	300€+IVA
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 23.500€+IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 50m<sup>2</sup> Población: 100.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 8 Propios: 2 Franquiados: 6 Extranjero: 0

www.ecodadys4d.es Contacto: Ayman/Lorena

**ELIXIAN**

Belleza / Estética

Canon de entrada	12.000€
Royalty	200€
Canon de publicidad	Incluido en royalty

**INVERSIÓN** 18.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: Según modalidad Población: 10.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 5 Propios: 2 Franquiados: 3 Extranjero: 0

www.elixian.es Contacto: Dpto. Expansión

## Ecox4D-5D el valor de la marca y sus alianzas estratégicas



BAJA INVERSIÓN · ALTA RENTABILIDAD

Ecox4D-5D aporta valor a su extensa red de centros a través de acuerdos comerciales con las principales marcas del sector, El Corte Inglés, Prenatal, Sanitas, ONCE, Toys'rus, Mustela, Mothercare, entre otras.

Ecox4D-5D, la empresa pionera y líder en ecografía emocional con más de 60 centros operativos, dispone de acuerdos comerciales con las principales marcas del sector. Los acuerdos han sido posible gracias al valor de la marca Ecox4D-5D. Ninguna otra marca de ecografía emocional dispone de estructura para prestar servicio de calidad a las embarazadas en más de 60 centros operativos. La fortaleza de la marca Ecox, su distribución de centros a nivel geográfico y estructura organizativa de Central permiten cerrar acuerdos comerciales para todos los franquiciados.

Los padres que acuden a las franquicias Ecox4D-5D también se pueden aprovechar de las colaboraciones actuales con las marcas más reconocidas en el mundo de la puericultura como: Prenatal, El Corte Inglés, Toys R' Us, Ivida, TodoPapás, Mustela... Por otra parte, Ecox4D-5D no quiere perder la oportunidad de acompañar a la mamá durante todo su embarazo, por ello ofrecen un valor añadido realizando charlas y talleres sobre el embarazo, participando en eventos y ferias nacionales, además de organizar los suyos propios. Todo esto, sumado al trato por parte de su equipo de expertos en comportamiento prenatal, avalados por la Asociación Española de Ecografía Emocional (AEEE), y la última tecnología EcoxSystem hacen que Ecox4D-5D sea la primera opción de muchas embarazadas para vivir una experiencia inolvidable.

La colaboración con las principales marcas del sector, la innovación en el servicio, la calidad de imagen, su saber hacer, su exclusivo plan de formación, sin necesidad de titulación previa "Ecox4D-5D imparte la formación específica", sumado a una fuerte inversión en medios on line y off line, han conseguido hacer de Ecox4D-5D un negocio sólido, rentable y seguro.

"La unión hace la fuerza" y la pertenencia a un grupo con más de 60 centros (10 a nivel internacional) permite desarrollar mejoras propias de la marca Ecox4D-5D y activar los acuerdos estratégicos nacionales a nivel local. La central de franquicias reconoce el trabajo desarrollado por su red de centros y en especial a los franquiciados con mayor antigüedad.

www.ecox4d.com

# topfinancia

*Haz tu proyecto realidad*

*Garantizado,  
te conseguimos  
la mejor financiación para  
que montes tu franquicia*



Tenemos un  
**87,2% éxito**  
en operaciones



Los mejores  
acuerdos con  
entidades financieras  
y banca privada

Las franquicias crearon más de 300.000 puestos de trabajo.  
Consigue ahora tu franquicia financiada y al mejor precio



holaMOBI  
18.495€

financia desde  
**342€/mes**



Clickviaja  
8.995€

financia desde  
**166€/mes**

y cientos de franquicias más, consúltalas en  
[www.topfranquicias.es](http://www.topfranquicias.es)

# Guía oficial de las mejores franquicias

Perfumería - Cosmética

**BEAUTY MAX**

Cosmética

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 5.995€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 35m<sup>2</sup> Población: 8.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 37 Propios: 2 Franquiados: 35 Extranjero: 4

www.centrosbeautymax.es Contacto: Carlos Cano

**KIOMA**

Cosmética

Canon de entrada	No hay
Royalty	2%
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 24.950 €

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 40 / 70m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 15 Propios: 6 Franquiados: 26 Extranjero: 17

www.kiomakeup.com Contacto: Eugenio del Pueblo

**POMODORO**

Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	15.000€
Royalty	1.000€/mes
Canon de publicidad	200€/mes

**INVERSIÓN** 80.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 150m<sup>2</sup> Población: 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 41 Propios: 7 Franquiados: 34 Extranjero: 0

www.pomodoropizza.es Contacto: Dpto. Comercial

**CIEN BOCA PIZZ**

Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	19.995€
Royalty	4%
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 70.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 100m<sup>2</sup> Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 10 Propios: 0 Franquiados: 10 Extranjero: 0

www.cienbocapizz.com Contacto: Francisco Javier Nogales

**STADIUM STREET**

Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	6.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	2%

**INVERSIÓN** 49.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 100 / 125m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 1 Propios: 1 Franquiados: 0 Extranjero: 0

www.stadiumstreet.com Contacto: Pedro Brufal

**LA BOTICA DE LOS PERFUMES**

Cosmética

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 14.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 20 / 50m<sup>2</sup> Población: 5.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 113 Propios: 9 Franquiados: 104 Extranjero: 4

www.laboticadelosperfumes.com Contacto: Antonio Loredó

**PERFUMHADA**

Cosmética

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 5.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: A medida Población: 10.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 27 Propios: 2 Franquiados: 25 Extranjero: 0

www.perfumhada.es Contacto: Nieves Álvarez

**LA ANDALUZA**

Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	No hay
Royalty	1.000€/mes*
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 4.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 80 / 100m<sup>2</sup> Población: 5.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 90 Propios: 3 Franquiados: 87 Extranjero: Sí

www.laandaluza.com Contacto: Dpto. Comercial

**BOLAS DE HELADOS ARTE-SANOS**

Heladerías / Yogurterías

Canon de entrada	10.000€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 45.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 35m<sup>2</sup> Población: 25.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 10 Propios: 1 Franquiados: 9 Extranjero: 0

www.bolasheladosartesanos.com Contacto: Antonio M. Ruiz

**YOGURISSIMO**

Heladerías / Yogurterías

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 35.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No relevante Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 32 Propios: 17 Franquiados: 15 Extranjero: 0

## Ganamos reciclando celebra su primer aniversario



Ganamos reciclando es un proyecto que nace de la necesidad de conciencia ciudadana sobre el reciclaje selectivo. Somos un equipo compuesto por gente emprendedora, joven, dinámica e innovadora, los cuales creemos que existe otra manera de fomentar el reciclaje, por medio de la motivación y el incentivo. A través de la implementación del sistema de reverse vending, ofrecemos al reciclador (a cambio de sus envases vacíos), monedas o cupones descuento. Favoreciendo además al comercio de cercanía que ve incrementado su público diariamente en su establecimiento.

Ganamos reciclando celebra su primer Aniversario. En Expofranquicia Ganamos reciclando se presenta como franquicia de reciclaje selectivo, mediante reverse vending a través de máquinas de reciclaje con incentivos. A lo largo del año ha estado presente en numerosos salones de la Franquicia y ha obtenido el reconocimiento a la franquicia innovadora 2016 a favor de acciones responsables a nivel medioambiental.

Molina del Segura, Murcia, ha sido la primera en implementar las máquinas de reciclaje con incentivos bajo dos modalidades: devolución en céntimos y vales descuento. Elche, Palencia, Derio, Jerez de la Frontera, Ginés y la lista continúa de eco emprendedores que han puesto en marcha en 2017 nuestro emprendimiento de máquinas de reciclaje con incentivos. Reverse vending que favorece a la comunidad y al medio ambiente:

- Importante aporte a la comunidad de una empresa dedicada al reciclaje selectivo de envases vacíos, que además fomenta la compra en comercios de cercanía.
- Amplia gamas de posibilidades para su implantación (pequeños comercios de barrio, centros comerciales, gasolineras, supermercado, bares).
- Oportunidad de autoempleo para emprendedores verdes. Modelo de negocio Franquicia de reverse vending, economía sustentable, reciclaje selectivo de envases vacíos.

Ven a conocernos a nuestro stand 7C12 del 20 al 22 de abril en Expofranquicia Ifema-Madrid. Nuestro equipo estará encantado de recibirte. Visita también nuestra página web:

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

Restauración

# Guía oficial de las mejores franquicias

Restauración

**ÍNDALO TAPAS**  
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	24.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 980€/m<sup>2</sup> + canon entrada

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 200m<sup>2</sup> + Terraza Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 18 Propios: 3 Franquiados: 15 Extranjero: 0

www.indalotapas.com Contacto: Óscar Soler

**KURZ&GUT**  
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	18.000€
Royalty	4% sobre VNSI
Canon de publicidad	2% sobre VNSI

**INVERSIÓN** 1.200€/m<sup>2</sup>

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 150m<sup>2</sup> + Terraza Población: 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 12 Propios: 4 Franquiados: 8 Extranjero: 0

www.kurz-gut.com Contacto: José Luis Fernández

**LA CHELINDA**  
Restaurantes

Canon de entrada	24.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 980€/m<sup>2</sup> + canon entrada

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 175m<sup>2</sup> + Terraza Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 7 Propios: 0 Franquiados: 7 Extranjero: 0

www.lachelinda.es Contacto: Óscar Soler

**GAMBRINUS**  
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	24.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 1.199€/m<sup>2</sup> + canon entrada

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 200m<sup>2</sup> + Terraza Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 110 Propios: 10 Franquiados: 110 Extranjero: 0

www.gambrinus.es Contacto: Óscar Soler

**ANIMAL PARTY**  
Entretenimiento y ocio

Canon de entrada	12.500€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 25.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 150m<sup>2</sup> Población: 80.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 15 Propios: 0 Franquiados: 15 Extranjero: 1

www.animalparty.es Contacto: Ingrid Pojer

**KROQUETERÍA DE TÍA PETRA**  
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 14.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 25m<sup>2</sup> Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 3 Propios: 2 Franquiados: 1 Extranjero: 0

www.kroketeriadetiapetra.com Contacto: M<sup>a</sup> José Zabala

**LA CLUECA**  
Restaurantes

Canon de entrada	24.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 980€/m<sup>2</sup> + canon entrada

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 170m<sup>2</sup> + Terraza Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 1 Propios: 0 Franquiados: 1 Extranjero: 0

www.laclueca.es Contacto: Óscar Soler

**LA FRANCIERIE**  
Cafetería / C/ffee Shop

Canon de entrada	24.000€
Royalty	5%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 980€/m<sup>2</sup> + canon entrada

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 160m<sup>2</sup> + Terraza Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 1 Propios: 0 Franquiados: 1 Extranjero: 0

www.lafrancerie.es Contacto: Óscar Soler

**YOGURTLANDIA**  
Heladerías / Yogurterías

Canon de entrada	8.500€
Royalty	4%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** Desde 53.500€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 20m<sup>2</sup> Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 6 Propios: 0 Franquiados: 6 Extranjero: 120

www.yogurtlandia.com Contacto: José Torres

**NIK&GO**  
Entretenimiento y ocio

Canon de entrada	Vehículo + 9.900€
Royalty	3%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 17.500€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
Local: 30 / 55m<sup>2</sup> Población: 30.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
España: 3 Propios: 1 Franquiados: 2 Extranjero: 0

www.nikandgo.com Contacto: Martin Recondo

## La Andaluza: Franquicia Gratuita de bares de tapas y restaurantes



Sin canon de entrada ni royalties mensuales ¡Únete a nuestro éxito por sólo 4.000€! Vendemos comida española elaborada en formato de tapas y raciones. Tenemos también opciones de carne de Kobe (Buey Wagyu) y auténtico pescaíto frito de Cádiz.

Algunas ventajas:

- Nos adaptamos a cada franquiciado en diseño del local, carta y ofertas ¡Franquiarte no significa ser igual al resto! Queremos que tu local tenga el mayor éxito posible.
- No hace falta que tengas experiencia en hostelería: Te ayudamos y formamos para que puedas gestionar tu propio bar de tapas La Andaluza.
- Formación presencial en tu local.
- Primeras marcas nacionales con los mejores descuentos.
- Tienda online exclusiva para los franquiciados.
- Productos elaborados de muy fácil preparación.

Descubre nuestras líneas de negocio: reciclamos locales de hostelería: ¡Podemos abrir en sólo 20 días; locales SIN SALIDA DE HUMOS, abre tu bar de tapas con una carta elaborada; la Andaluza Abacería: Adaptamos locales de pequeñas dimensiones; El Rincón de La Andaluza (Córners) y aumenta tu oferta con nuestra carta elaborada; La Andaluza Quality: Una versión más refinada de La Andaluza, por una mayor inversión en diseño y personal; La Andaluza Hoteles, convertimos las cafeterías en bares de tapas ¡Podemos encontrar al franquiciado también; Llave en Mano y preocúpate sólo de abrir y ganar dinero!

**La Andaluza internacional. ¿Quieres abrir un auténtico bar de tapas español en el extranjero?** Te ayudaremos desde la central española. También podemos abrir Máster franquicias para que gesticiones tu propia red de franquiciados... ¡Pregunta por nuestro modelo de negocio internacional! Pide información comercial hoy mismo de nuestra franquicia.

Entretenimiento y Ocio

# Guía oficial de las mejores franquicias

Moda

**CAY VILLE**  
Calzado y complementos

Canon de entrada	Incluido en inversión
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 16.900€ + IVA

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 35 / 50m<sup>2</sup> Población: No relevante

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 20 Propios: 1 Franquiados: 19 Extranjero: 0

www.cayville.com

Contacto: Ana Herrero

**QUEENS JD**  
Moda / Ropa

Canon de entrada	20.000€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	1,5% según ventas

**INVERSIÓN** 59.900€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 60m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 27 Propios: 2 Franquiados: 25 Extranjero: 25

www.q-queens.com

Contacto: Dorna/Claudio

**SERECON**  
Comercio Especializado

Canon de entrada	1.500€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 18.250€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 45m<sup>2</sup> Población: No relevante

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 3 Propios: 3 Franquiados: 0 Extranjero: 1

www.franquiciasserecon.com

Contacto: Jorge García

**BUREAU VALLEE**  
Comercio / Imprenta / Papelerías

Canon de entrada	Desde 14.000€
Royalty	2,4%-3,5%
Canon de publicidad	0,5%

**INVERSIÓN** Variable

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 300m<sup>2</sup> Población: 100.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 15 Propios: 5 Franquiados: 10 Extranjero: 294

www.franquicia.bureau-vallee.es

Contacto: Laura Alarcón

**ALFIL.BE**  
Comercio / Imprenta / Papelerías

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 16.000€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 60m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 100 Propios: 0 Franquiados: 100 Extranjero: 0

www.afil.be

Contacto: Toni Riba

**GATTA**  
Moda / Ropa

Canon de entrada	40.000€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 50.000€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 40 / 50m<sup>2</sup> Población: 50.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 2 Propios: 2 Franquiados: 0 Extranjero: 190

www.gatta.com.es

Contacto: Elena Panizza

**COCOSWEET**  
Moda / Ropa

Canon de entrada	7.500€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	200€

**INVERSIÓN** 33.500€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 35 / 50m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 3 Propios: 2 Franquiados: 1 Extranjero: 0

www.cocosweet.es

Contacto: Borja Palmer

**COMERCIOOS**  
Comercio Online

Canon de entrada	600€+IVA
Royalty	40€+IVA/mes
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 600€+IVA

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 30m<sup>2</sup> Población: No relevante

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 540 Propios: 40 Franquiados: 500 Extranjero: 40

www.comercioos.es

Contacto: Patricia Velasco

**DE COSAS, HOGAR Y MODA**  
Hogar / Decoración / Mobiliario

Canon de entrada	Incluido en inversión
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 24.900 €+IVA

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 60m<sup>2</sup> Población: No relevante

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 16 Propios: 0 Franquiados: 16 Extranjero: 0

www.decosas.net

Contacto: Carlos Ceballos

**DT DETALLES**  
Regalos / Hogar / Decoración

Canon de entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 12.900€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 50m<sup>2</sup> Población: 5.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 375 Propios: 1 Franquiados: 374 Extranjero: 32

www.dtdetalles.es

Contacto: Antonio de Silóniz

## La franquicia Copicentro no para de crecer gracias a su innovación y calidad



Empezó en el año 2013 a franquiciarse y desde ese momento no ha parado de abrir tiendas.

Actualmente Copicentro cuenta con más de 65 tiendas repartidas y consolidadas por toda España, lo que les hace ser unas de las empresas líderes en el sector y abalada con más de 30 años de trayectoria en el mundo de las Artes Gráficas. Su crecimiento se debe, sobre todo, a que no paran de innovar, investigar el mercado para ofrecer continuamente nuevos productos, incluir nuevas maquinarias y seguir formando a sus empleados.

Copicentro ha sido pionera en Andalucía en incluir una impresora HP de ancho especial (3,60m), esto les ha permitido ofrecer otro tipo de productos y ampliar la oferta de negocio. Además, se ha incluido enmarcado, letras de corcho, vinilos de texturas, y un sinfín de novedades traídas directamente de las ferias más reconocidas mundialmente.

Copicentro es una empresa familiar, esto hace que mucha gente confíe en ellos a la hora de abrir una tienda y poner las ilusiones en sus manos. Mantienen contacto con todos sus franquiciados, se preocupan por ellos y por su comodidad dentro de la empresa, al fin y al cabo, es gracias a ellos por lo que logran crecer año tras año.

Otro punto a su favor, es la formación previa que dan a todos los nuevos franquiciados antes de abrir su propia tienda; se realiza en Málaga, ciudad madre de la empresa, aquí pueden visitar La Fábrica y conocer de primera mano cómo se realizan todos los trabajos que ofrecerán a los futuros clientes. Además, los primeros días de apertura les acompañará su formadora para poder ayudarles y asesorarles en sus inicios de enfrentarse a este mundo solos.

Copicentro es una empresa de calidad, reconocida nacionalmente y en pleno crecimiento, una opción segura donde confiar tu futuro laboral.

Comercio Especializado

# La franquicia, gran generador de empleo durante la crisis

■ Desde el año 2008 se ha incrementado el número de puestos de trabajo creados en más de un 12 por ciento, según datos de la AEF

El mundo de la franquicia sigue generando empleo en España. Una afirmación categórica y constatada por las cifras del informe La Franquicia en España, realizado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). Al cierre de 2016 se registró un total de 268.986 personas trabajando en el conjunto del sistema, 15.073 más que al finalizar 2015, lo que equivale a un incremento del 5,9%; este dato refleja cómo el modelo de negocio continúa generando puestos de trabajo en España, pese a los efectos de la crisis económica.

En relación al empleo generado por las franquicias y respecto al año 2008, en la actualidad hay 33.057 personas más empleadas gracias a este modelo de negocio, concretamente un 12,3% más. Una conclusión que demuestra cómo la franquicia se ha consolidado como fórmula generadora de empleo en España.

Respecto a los sectores con mayor peso y protagonismo en la franquicia española, siguen siendo las áreas de Alimentación, Hostelería/Restauración y Moda, las de mayor alcance. Entre las tres suman 481 redes, lo que representa el 37% del total; cuentan con 30.125 establecimientos abiertos, casi con el 50% del total, dan empleo a 153.469 personas y facturan 17.732,6 millones de euros. El sector de la Alimentación es el que más empleo genera con un total de 66.539 personas registradas; le sigue muy de cerca el área de



Hostelería/Restauración con 60.701 empleos generados y un poco más lejos se encuentra Moda con 26.229 personas trabajando en este sector que representa el 9,75% del total.

En la actualidad hay más de 33.000 personas empleadas en España gracias al modelo de negocio de la franquicia

Por último, desde el punto de vista geográfico, la Comunidad autónoma que cuenta con un mayor número de centrales franquiciadoras continúa siendo Madrid, con 325, 21 más que en 2015. El resto lo protagonizan Cataluña, con 311; la Comunidad Valenciana, con 166; Andalucía, con 147 y Galicia, con 51. Son, precisamente, las centrales de la comunidad madrileña las que más empleos generan, concretamente una cifra de 112.652. Esto supone un contundente 42% sobre el total de franquicias del sistema español. Tanto es así que la suma de la Comunidad de Madrid y Cataluña representa un 77% del empleo generado por las franquicias en todo el territorio nacional. Las franquicias españolas han registrado un año histórico y han situado sus principales parámetros en niveles desconocidos hasta ahora.

**elixian**  
TECHNOLOGY

Primera red de centros especializados en lifting y lipo SIN CIRUGÍA y con EFECTO INMEDIATO

Método elixian, un método único en España

SIN CIRUGÍA	EFECTO INMEDIATO	DURADERO	EFECTIVO	ASEQUIBLE	<b>tecnología EXCLUSIVA</b>
-------------	------------------	----------	----------	-----------	-----------------------------

- ALTA RENTABILIDAD
- BAJA INVERSIÓN
- FORMACIÓN CONTINUA
- TECNOLOGÍAS EXCLUSIVAS
- MODELO FLEXIBLE
- AYUDAS PARA FINANCIACIÓN

PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS Y DESCUBRE TODO LO QUE TE PODEMOS OFRECER  
Departamento de Expansión | 911 863 224 | expansion@elixian.es | [elixian.es](http://elixian.es)

Visítanos en Expofranquicias  
STAND 7D03

# Diez recomendaciones para acertar al elegir una franquicia

■ **¿Qué debemos analizar para tomar la mejor decisión? Desde el equipo de Topfranquicias respondemos a las preguntas más frecuentes de emprendedores o futuros franquiciados**

Adentrarse en el mundo de las franquicias conlleva identificar desde el primer instante cuáles son las oportunidades y amenazas que presenta el mercado. Como cualquier negocio u opción laboral, convertirse en franquiciado de una marca supone una inversión económica importante y hay que tomar la decisión idónea. Si un emprendedor o inversor quiere apostar con mayor seguridad por un proyecto que le apasiona, es fundamental tener cuenta recomendaciones para alcanzar el éxito y optar por la enseña que más se adapte al perfil del franquiciado.

La primera de ellas es conocer el sector o modelo de negocio y, por supuesto, la franquicia elegida. Antes de invertir, es esencial que el emprendedor consiga recabar toda la información posible sobre las franquicias en general y su sistema de trabajo, así como información relevante sobre la marca concreta que le interesa. Un buen análisis permitirá distinguir cuál es mejor compañía. "En esta última etapa se ha producido una recuperación de sectores que han sufrido duramente la crisis, como el inmobiliario o el de administración de fincas, mientras que otros subsectores de actividades con gran peso en la franquicia también están creciendo, como moda y hostelería, en este caso comida rápida y cervicerías", explica al respecto el presidente de la AEF, Xavier Valthonrat.

En cuanto a la forma de búsqueda de información sobre franquicias, Internet se consolida como la principal vía para la primera toma de contacto con la empresa. Según un informe de Topfranquicias.es, más del 40 por ciento de las consultas se realiza a través del teléfono móvil y cada vez se presta más atención a las franquicias low cost y de autoempleo.

Otro factor imprescindible es analizar el proyecto. El emprendedor o inversor deberá investigar cuáles son las motivaciones de la empresa y las razones que le han llevado a expandirse a través del modelo de franquicias. Esta es la base fundamental de un proyecto. La clave reside en la confianza en el modelo de expansión. Este mismo análisis debe aplicarlo el futuro franquiciado, es decir, realizar un autoanálisis personal. El franquiciado potencial debe plantearse si es válido y si realmente está preparado para afrontar este tipo de proyecto. Debe conocer cuáles son realmente sus cualidades y defectos y cómo afectarían al desarrollo de la franquicia.

Las ferias profesionales constituyen en sí mismas una oportunidad para conocer estos proyectos. Expofranquicia es un ejemplo de ello. Su amplitud, capaz de convocar a más de 15.000 visitantes cada año, reúne numerosas propuestas de negocio en un ámbito multisectorial, con presencia tanto de empresas consolidadas como de nuevos y enérgicos actores en más de 20 sectores.

Junto con la propia investigación que lleve a cabo el franquiciado, la central de la enseña también debe informar de cómo funciona su sistema de gestión con los asociados. En muchos casos lo que desea una marca es una rápida expansión; esto lleva a la franquicia a definirse como un modelo de negocio de alto rendimiento, pero con poco esfuerzo. ¡Ojo! Los potenciales franquiciados deben mostrar

## 10 CONSEJOS PARA ABRIR CON ÉXITO UN NEGOCIO DE FRANQUICIA

01	CONOCER EL SECTOR Y LA FRANQUICIA ELEGIDA	
02	ANALIZAR EL PROYECTO	
03	AUTOANÁLISIS PERSONAL	
04	REALIDAD	
05	EL CONTRATO	
06	CONOCE LOS NÚMEROS	
07	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	
08	HABLAR DE LA MARCA CON OTROS FRANQUICIADOS	
09	LA FRANQUICIA, QUÉ APORTA AL FRANQUICIADO	
10	ESTUDIO DE MERCADO	



desconfianza ante planteamientos como este. La franquicia proporciona herramientas y sistemas de trabajo que harán de su proyecto un negocio de éxito, pero siempre con esfuerzo, trabajo y dedicación.

Una vez estén aclarados estos puntos, es necesario abordar el área jurídica o contractual. Los contratos y cláusulas no suelen ser flexibles en estos casos, aunque siempre se pueden negociar. Si una marca se muestra demasiado flexible, es recomendable analizar mejor el proyecto, ya que esto puede provocar problemas posteriores. En cualquier caso es recomendable estudiar con detenimiento el contrato y todos sus apartados. También se debe consultar y solicitar a la central los cálculos detallados con los que realizan las previsiones de rentabilidad y amortización. Es importante ser cauteloso cuando los plazos determinados por los mismos son inferiores a un año.

Para tener una visión más global, el posible franquiciado no debe olvidar hablar o preguntar a los actuales franquiciados de la marca. Es esencial conocer la experiencia de otros. De su experiencia se pueden adquirir conocimientos y extraer conclusiones de sus errores. Estos testimonios pueden modificar o reafirmar la decisión final. A través de sus palabras y de las ventajas o beneficios que ofrece la marca, el posible asociado debe conocer si ofrece un knowhow o conocimiento claro y definido. También conocer cuáles son las herramientas y sistemas de apoyo puesto que un programa especializado de formación ayudará a consolidar el éxito del franquiciado.

Elementos como la ubicación geográfica se suman al listado de recomendaciones que hay que tener en cuenta antes de escoger una franquicia en la que confiar una nueva aventura empresarial. Tanto es así que aspectos como ese pueden determinar de forma fulminante el éxito o fracaso del proyecto. Una mala ubicación del local puede llevar al cierre a un proyecto con cartas ganadoras. En este sentido, el franquiciador es el que debe guiar en el proceso de selección y posterior elección de la ubicación geográfica del establecimiento. No se deben olvidar otros valores fundamentales a la hora de decidir, tales como la propia identidad corporativa de la empresa en cuanto a imagen, atributos, marketing, etc.

Para tomar la determinación final, el candidato a unirse a una franquicia debe realizar un estudio de mercado. Esto le permite conocer aspectos claves a la hora de elegir una opción u otra, desde el entorno o ubicación geográfica hasta los proveedores, clientes y competencia. Así el futuro franquiciado podrá prever amenazas y debilidades del proyecto. Este estudio proporciona, también, un plan detallado de la empresa, clave para solicitar financiación.

Más allá de tener en cuenta todas las recomendaciones planteadas anteriormente, no se debe olvidar lo más importante: la pasión y el interés por el sector en que se va a desarrollar la trayectoria profesional. Hoy en día son muchas las horas que se dedican al ámbito laboral, por lo que es imprescindible que constituyan una herramienta sustancial de realización personal.

# Si eres fisioterapeuta, inversor o emprendedor

¡aquí puedes montar tu propia clínica!

Además ahora, ofrece a tus clientes  
nuestros nuevos servicios avanzados



## FISIO360°

#SomosFisios



FISIO360°  
beauty



FISIO360°  
sport

**Fisioterapia deportiva,  
escuela de pilates,  
tratamientos corporales...**

Te lo ponemos muy fácil  
**¡No estás solo!**

Invierte en un sector con  
alta demanda y rentabilidad

desde  
**15.900€**  
+ IVA  
incluye material inicial

un nuevo  
**concepto** de  
clínica de  
**fisioterapia**

### Más información y contacto

T. 952 254 154 | expansion@fisio360.es  
o visítanos en el **stand 7D17** de Topfranquicias

fisio360.es

**STAND  
7A17**
**Escuela de la  
Franquicia**

# AGENDA DE ACTIVIDADES

## Jueves 20 de Abril

### 10.15h **Cómo comprar una franquicia y no morir en el intento**

**Colabora:** MUNDOFRANQUICIA  
**Ponente:** D. Pedro Cantalapiedra  
Socio Director de Mundo Franquicia

### 11.15h **Oportunidades de inversión en lavandería autoservicio**

**Colabora:** ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS  
**Ponente:** D. Francisco Clemente  
Speed Queen Development Manager

### 11.45h **Sesiones de análisis en profundidad: Plan de negocio o la negociación con la central**

**Colabora:** FRANQUICIAS FCI-SDYF  
**Ponente:** D. Jesús Capitán  
Director General de SDEYF Consulting Secretario General de FCI

### 12.45h **Nuevos Modelos de Expansión: "El Crecimiento Cooperativista"**

**Colabora:** LYSMON EDUCACIÓN INTELIGENTE  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. Inmaculada Martínez  
Gerente de Lysmon Educación Inteligente

### 13.15h **La Franquicia como modelo de autoempleo**

**Colabora:** TOP FRANQUICIAS  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. Marta González  
Directora Ejecutiva de Top Franquicias

### 16.00h **Cómo elegir una franquicia**

**Colabora:** CONSULTA FRANQUICIA  
**Ponente:** D. José E. Martín  
Consultor de Expansión de Consulta Franquicia

### 17.00h **Fast Fuel, Gasolinera Low Cost, un negocio rentable llave en mano**

**Colabora:** FAST FUEL SL  
**Ponente:** D. Marcos Tejada y D. Diego López  
Administrador de Fast Fuel SL

## Viernes 21 de Abril

### 10.15h **Selección de una franquicia: pasos a dar, derechos y obligaciones que tendré como franquiciado. Algunas recomendaciones prácticas**

**Colabora:** BARBADILLO Y ASOCIADOS  
**Ponente:** D. Carlos Barbadillo  
Consultor y Responsable de Expansión de Barbadillo y Asociados

### 11.15h **¿Hay vida en la franquicia más allá de la restauración?**

**Colabora:** EXPENSE REDUCTION ANALYSTS  
**Ponente:** D. Fernando Vázquez  
Area Developer de Expense Reduction Analysts

### 11.45h **Derechos y Obligaciones de las partes en el contrato de franquicia**

**Colabora:** CENTRO FRANQUICIA  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. María Susana Fernández  
Directora de Centro Franquicia

### 12.45h **Modelo de franquicia como factor de éxito**

**Colabora:** FERSAY  
**Ponente:** D. José Carrasco  
Director General de Fersay

### 13.15h **Obligaciones y derechos del futuro franquiciado**

**Colabora:** T4 FRANQUICIAS  
**Ponente:** D. José García y D. Alberto Salvador  
Consultores de desarrollo de T4 Franquicias

### 16.00h **Oportunidades de inversión en lavandería autoservicio**

**Colabora:** ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS  
**Ponente:** D. Francisco Clemente  
Speed Queen Development Manager

### 16.30h **Cuál es la mejor franquicia para mi negocio**

**Colabora:** FDS CONSULTING  
**Ponente:** Miguel Soler  
Socio Director de FDS Consulting

### 17.30h **Confíe su inversión sólo en expertos**

**Colabora:** PGS INMO INVEST  
**Ponente:** D. Pablo Gimeno Sánchez  
Socio Director General del Grupo PGS

## Sábado 22 de Abril

### 10.15h **Oportunidades de inversión en lavandería autoservicio**

**Colabora:** ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS  
**Ponente:** D. Francisco Clemente  
Speed Queen Development Manager

### 10.45h **Negocios de Éxito: Nuevas Tendencias a la hora de emprender en franquicia**

**Colabora:** EXPANDE NEGOCIO  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. María Gutiérrez  
Responsable Asesoramiento de ExpandeNegocio

### 11.15h **Carmila, la mejor opción para tu negocio.**

**Colabora:** CARMILA ESPAÑA  
**Ponente:** D. Carlos Pilar y D<sup>a</sup>. Marisol Álvarez  
Licenciado en ADE y Máster Executive MBA; Responsable de Marketing y Comunicación

### 11.45h **Cómo escoger la franquicia más adecuada a nuestro perfil de inversor**

**Colabora:** BEFRANQUICIA  
**Ponente:** D. Alberto Vivancos  
Director de Expansión Befranquicia

### 12.45h **La maison du Savon de Marseille**

**Colabora:** NATURAL COSMETICS  
**Ponente:** D. Jordi Ballart  
Socio de Natural Cosmetics

### 13.15h **The Boiling Crab: "America's most unique seafood restaurant experience"**

**Colabora:** THE BOILLING CRAB – USA  
**Ponente:** D. Tarsicio Merino  
Contacto de la marca en España

**STAND 7A51**  
**Observatorio de la Franquicia**



**Jueves 20 de Abril**

**10.15h La mediación de conflictos entre franquiciadores y franquiciados**

**Colabora:** FDS CONSULTING  
**Ponente:** D. María Teixidor  
Abogada

**11.15h El futuro de la Administración de fincas**

**Colabora:** MARCAL ASESORES  
**Ponente:** D. Rafael Martín  
Director de Expansión de Marcal Asesores

**11.45h Experiencia franquiciadora: los errores más comunes de nuevos franquiciadores**

**Colabora:** T4 FRANQUICIAS  
**Ponente:** D. José Aragonés  
Socio Director de T4 Franquicias

**12.45h La financiación en la franquicia**

**Colabora:** BANCO SABADELL  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> del Carmen de Llano  
Directora Franquicias Banco Sabadell

**13.15h Posicionar mi marca estratégicamente en el mercado: cómo gestionar comunicación y marketing para que mi marca se convierta en referencia del sector**

**Colabora:** BARBADILLO Y ASOCIADOS  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. Miriam Díaz y D<sup>a</sup> Rocío Molina  
Responsables de Comunicación de Barbadillo y Asociados

**16.00h La franquicia en la República Checa, posibilidades y oportunidades de mercado**

**Colabora:** CÁMARA HISPANO CHECA  
**Ponente:** D. Boris Mochnáč  
Miembro de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio Hispano-Checa

**16.30h Cómo expandir una franquicia con éxito. Las herramientas a utilizar en una estrategia de expansión. Pasos para convertir negocio en franquicia**

**Colabora:** BEFRANQUICIA  
**Ponente:** D. Carlos Blanco  
Socio Director BeFranquicia

**Viernes 21 de Abril**

**10.15h Cómo franquiciar un negocio**

**Colabora:** CONSULTA FRANQUICIA  
**Ponente:** D. Juan Gutiérrez  
Director de Consulta Franquicia

**11.15h El modelo 2.0 en lavandería autoservicio**

**Colabora:** N3 INVERSIONES TECNOLÓGICAS  
**Ponente:** D. Gabriel Giotto  
Responsable desarrollo de producto N3 Inversiones Tecnológicas

**11.45h Factores críticos de éxito en la expansión de una franquicia**

**Colabora:** MUNDOFRANQUICIA  
**Ponente:** D. Pablo Gutiérrez  
Socio Director General de Operaciones MundoFranquicia

**12.45h Camino de (in) certidumbre**

**Colabora:** BANCO DE CRÉDITO SOCIAL COOPERATIVO, S.A  
**Ponente:** D. Ricardo García  
Director Banca de Empresas del Grupo Cooperativo Cajamar

**13.15h ¿Por qué quiero franquiciar mi negocio?**

**Colabora:** FRANQUICIAS FCI-SDYF  
**Ponente:** D. Jesús Capitán  
Director General de FCI

**16.00h Oportunidades de negocio e inversión en el sector de la franquicia gastronómica peruana**

**Colabora:** PERÚ-OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ (MADRID)  
**Ponente:** D. Bernardo Muñoz  
Consejero Económico Comercial Oficina Comercial Embajada de Perú en España

**16.30h Lo que nadie te cuenta cuando empiezas a franquiciar tu negocio. Casos Prácticos**

**Colabora:** EXPANDE NEGOCIO  
**Ponente:** D. Rubén Calleja  
CEO de ExpandeNegocio

**Sábado 22 de Abril**

**10.15h Estrategias para captar franquiciados.**

**Colabora:** TOP FRANQUICIAS  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. Marta González  
Directora Ejecutiva de Top Franquicias

**11.45h ¿Cuál es el momento adecuado para franquiciar mi negocio?**

**Colabora:** CENTRO FRANQUICIA  
**Ponente:** D<sup>a</sup>. María Susana Fernández y D<sup>a</sup>. Vanesa Suárez  
Directora de Centro Franquicia y Coordinadora de Proyectos en Centro Franquicia

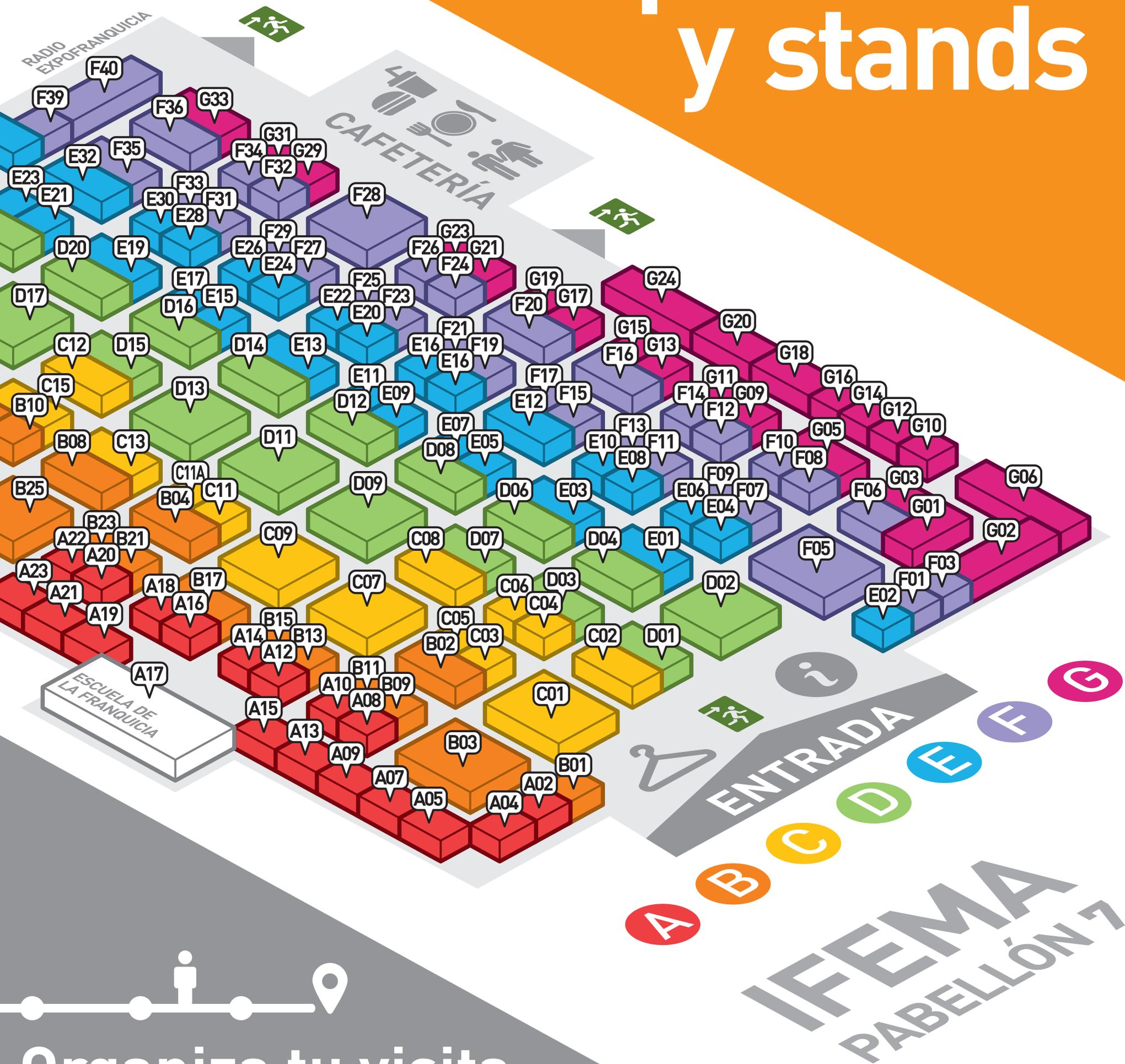


# EXPO FRANQUICIA

0,50 ESPIGAS & MIGAS	G21	CARMILA	E17	GLOBAL DIET	F33
10 NEGOCIOS RENTABLES	A18	CARREFOUR EXPRESS	D11	GO SUSHI	G18
3,90 POMODORO PIZZA...	E20	CASINO PARK	G31	GRUPO DE EUROYCIA	G24
9, TEISHOKU	B45	CENTROFRANQUICIAS	G18	GRUPO DOLLE	E04
ACIUM	B04	CENTROS GENIOS	G13		
ACTIVO INVESTMENT	G12	CENTROS IDEAL	D09	<b>holaFIBRA</b>	<b>D17</b>
ADA NOVIAS, S.L.	E21	CENTURY 21	D40	<b>holaMOBI</b>	<b>D17</b>
AGORA FRANQUICIAS	E08	CERVECERÍAS CIEN BOCA-PIZZ	F10		
AL-ANDALUS TAPAS	F06	CEX	F29	ICE WAVE	B37
ALERTAPHONE	B35	CHIC CARS EVENTS, S.L.	C30	IL CAFINITO	B16
ALLPOP GOURMET POP CORN SHOPS	B15			INFOTACTILE	C35
ALPHASENS GAMES	F39	<b>clickviaja.com</b>	<b>D17</b>	INGREDIENTS CAFE	D27
AMBISEINT	G20	CLÍNICAS DENTAL COMPANY	B02	INSPIRAZIONE	D21
AMICCA	D24	CODERE APUESTAS	D36	JAMÓN Y SALUD	F13
AMIX NETWORK	B10	COFFEE&COOKIES	F15	KROKETERÍA DE TÍA PETRA	G14
ANDARICA	E31	COMESS GROUP DE RESTAURACION	D04	LA ANDALUZA	E41
ANTICA GELATERIA DEL CORSO	E24	COMPañIA DEL TRÓPICO DE CAFÉ Y TÉ	E52	LA BOTICA DE LOS PERFUMES	F12
ARTESPAÑOL, PAELLAS & TAPAS	B12	CONDIS SUPERMERCADOS	D23	LA CURE GOURMANDE...	C04
ASASUR ASADORES DE POLLOS	F14	CONSULTA FRANQUICIAS	D13	LA DESPENSA EXPRESS	E09
AJF	A02	CORTE Y JAMÓN	F07	LA FÁBRICA DEL CARTUCHO	A28
AEF	D01	COSMOPOLITAN ENJOY	B08	LA GITANA LOCA	A12
ASSOFRANCHISING	B26	DIA	F05	LA KIOSQUE À PIZZAS	E03
AURAL CENTROS AUDITIVOS PROF.	B29	DIETA COHERENTE	E40	LA MAFIA SE SIENTA A LA MESA	E12
AVALMADRID S.G.R.	A29	DIETPLUS	B01	LA MAISON DU SAVON DE MARSEILLE	F27
AYUNTAMIENTO DE MADRID	A25	DIEZ EUROS/ ARETHA / TODO A 10€	F23	LA OCA	A16
BANCO SABADELL	D12	DORMITIENDA	A30	LA RAMONA	A26
BANCO SANTANDER	D20	DULDI	E23	LA WASH	E36
BARBADILLO Y ASOCIADOS	C09	D-UÑAS	F01	LACOLADA	B41
BARRA DE PINTXOS	E15	ECOBX, VAPOR SOBRE RUEDAS	C18	LATORTA	B21
BBVA	C07	ECOFINCAS	A33	LAVALUX	E50
BED'S	E43	ECOX 4D-5D	D03	LAVANDA-LAUNDRY	E19
BFRANQUICIA	E32	EL GALEÓN DE LOS TESOROS...	E06	LAVAPIÚ ESPAÑA	F28
BIBE SEGURO	B13	ELFANTE AZUL / AUTONET&OIL	D28	LDC	B33
BICRÚ	C28	ELIXIAN TECHNOLOGY	D03	ABECEDARIO	F11
B-KOVER	E11	EMOBIKE	G09	LLAOLLAO	C19
BOBOLI	D24	EROSKI S.COOP.	E28	LOLA CASADEMUNT	E30
BODEGA LA FUENTE	E13	ESCUELAS LENGUA ESPAÑOLA USAL	C11A	LOOMIS SPAIN	E22
BODY DESIGN	E01	EUREKAKIDS	D32	L'ORANGE BLEUE MON COACH...	B39
BOKATINES	E48	EXPANDENEGOCIO	F03 / G01 / G02 / G06	LUXENTER SHOPS	D15
BRASAYLEÑA	E44	EXPENSE REDUCTION ANALYSTS	C16	LYSMON EDUCACIÓN INTELIGENTE	E02
BRENTARENO SRL	G33	FARMERS&CO MENORCA	A23	MANZANA ROTA	G10
BUFETMEDIC FRANQUICIAS	A05	FAST FUEL	C15	MARCADI SALUD CONSULTING	D03
CAD&LAN	A20	FDS GROUP	D39	MARCAL ADMON. DE FINCAS	A19
CAJAMAR CAJA RURAL	C25	FERSAY	D16	MARCO ALDANY	C01
CAMARA OFICIAL COMERCIO MADRID	A27	FLOWERING	C14	MARKFACEOFF	F26
CAMPUS DENTAL	E26	FOL GOURMET POPCORN	B51	METRO KIDS COMPANY	B17
CANADA HOUSE	C03	FRANQUICIAS DE ARAGÓN	C27	MIDAS	D14
CARLIN	D02	GANAMOS RECICLANDO	C12	MIGASTONE	G17
CARLOS CONDE PELUQUEROS	B14	GIOLATTO	C11	MIGUITAS REPOSTERÍA PERRUNA	B23
				MUNDOFRANQUICIA	C08 / D07
				MYPE3D	A15
				MYS-MAKE YOUR SANDALS	F17
				OKebox	F36
				OLEVENDING.ES	G11
				ORANGE NEGOCIOS	B31
				PARTY FIESTA	D24
				PEGGY SUE'S	A14
				OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ	B09
				PGS INMO INVEST	B11
				PHONE HOUSE	E07
				PHONE SERVICE CENTER	G29
				PICARDIAS EVENTOS	A36
				PIMKIE	D24
				PORTALDETUCIUDAD.COM	F09
				PROMISE, S.A.	C05
				PURE CUISINE	D31
				QUEENS JEUNESSE DOREE	C37
				QUFRANQUICIA.COM	C09
				QUICKGOLD	C26
				RASEC DISPOSICIONES	B28
				RE/MAX ESPAÑA	E27
				RETAIL REAL ESTATE SERVICES	F16
				REVISTA EMPRENDEDORES	A13
				RFAN, PARFUMERIE & COSMÉTIQUE	F25
				RFORMAS DECORMAN	B47
				SALÓN LOOK	E39
				SANITAS S.A. - SEGUROS	E37
				SCHMIDT COCINAS	D06
				SDEYF CONSULTORES	E16
				SERGEANT MAJOR	E05
				SHANA RETAIL	C23
				SHFIELD	F21
				SIN HUELLA	A32
				SMÖOY	F20
				SOCIOSINVERSORES.COM	A34
				SOLERA	F31
				SOLVIA	F19
				SPEED QUEEN	D08
				SPORTIUM APUESTAS DEPORTIVAS	D44
				SPYDER RENT	C31
				SQRUPS	G24
				STRONGPOINT	E35
				SUMA SUPERMERCADOS	A10
				SUPERMERCADOS SIMPLY	D19
				T4 FRANQUICIAS	C02
				TATES FRANQUICIA	F34
				TBS	A07
				TEA SHOP	D24
				TECNYSHOP	G18
				<b>terraminium®</b>	<b>D17</b>
				TERRANOVA CNC FRANQUICIAS	G23
				<b>tfconsulting</b>	<b>D17</b>
				THAI SCOOPS	A09
				THE BEAUTY CORNER	A08
				THE BODY SHOP	D24
				THE BOILING CRAB	A04
				THE GREEN MONKEY FRANCHISES	F32
				THECHATTERBOX	F08
				TINTARED	G16
				TOP TEN FRANQUICIAS	D35
				<b>topfranquicias</b>	<b>D17</b>
				TORMO FRANQUICIAS	F35
				TRADICIONARIUS	C13
				TREMA	A21
				UPPALI EDUCACIO I CULTURA	F24
				URBITECO	G03
				VIESGO SOLAR	A22
				VIRTUAL LEDS, S.L.	G05
				WI-NET WIRELESS INTERNET	G19
				WINGS & CO	E10
				WWW.LATELETIENDA.ONLINE	C20
				WYCON COSMETICS	B49
				XTI Y CARMELA	B03
				YOGURTERÍA DANONE	C06
				YOYOGURT	B18

# DIRECTORIO Y PLANO DE LA FERIA

# expositores y stands



Organiza tu visita

XXVIII edición | SIF2017 Salón Internacional de la Franquicia | 19-21 Octubre 2017 Valencia - Spain



Salón Internacional de la Franquicia  
Valencia - Spain



We ♥ Franchising

**19-21 Octubre 2017**

**[www.montaunafranquicia.com](http://www.montaunafranquicia.com)**

ORGANIZE



**MFV**  
expositions

SUPPORTED BY



**Cámara**  
Valencia

