

# top franquicias

PUBLICACIÓN SIF 2017. SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA DE VALENCIA

19 - 21 Octubre 2017



► DIRECTOR GENERAL SIF  
Salón Internacional de la Franquicia

**Andrés Gil**

“En estas últimas ediciones las tendencias están cambiando. Ya no existen 'modas en franquicia".  
*Página 10*



► PRESIDENTE DE LA AEF  
Asociación Española de Franquiciadores

**Xavier Vallhonrat**

“Ahora existe una mayor cultura de franquicia y quienes se interesan por este sistema de negocio están más formados y documentados”.  
*Página 4*



## La Franquicia las raíces del



Cualquier momento vital o profesional puede convertirse en la mejor ocasión para cambiar de rumbo y embarcarte en una nueva aventura empresarial. Plantéate varias preguntas antes de dar un paso a delante: ¿Estás profesionalmente donde quieres estar? ¿Qué te falta para cambiar? ¿Quieres unirte a una idea de negocio que te apasiona? Si la respuesta es sí, estás en el punto adecuado para analizar las mejores opciones del mercado. La franquicia representa una de las de mayor éxito a nivel mundial.

**Clickviaja.com apuesta por reforzar su presencia en centros comerciales**



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

La franquicia de agencias de viajes incorpora a su plataforma tecnológica nuevos servicios para sus franquiciados, como el Escaparate Virtual o su potente hub de distribución de ofertas, HDO. *Página 6*

**holaFIBRA lleva su fibra inteligente a 10 localidades españolas**



**holaFIBRA**  
la fibra inteligente

La fibra inteligente ya es una realidad. La primera franquicia de fibra, fijo, móvil y TV + fútbol en la geografía española prevé la incorporación de 45 nuevos franquiciados el próximo año. *Página 8*

**Otras noticias en el interior**

holaMOBI, tienda de telefonía y servicio de reparaciones en una sola franquicia de éxito. *Página 10*

Las Franquicias Hablan. Descubre todas las novedades de las franquicias de más éxito. *Página 12-14*

La rentabilidad y el medio ambiente se alían en las franquicias ecológicas. *Página 24*

Terraminium incorpora un sistema único de contabilidad para las administraciones de fincas. *Página 25*

El nuevo fenómeno de las franquicias online se consolida como modelo de éxito. *Página 26*



**¿Qué hacer en esta feria?**

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

**SIF2017 trae SIF ACADEMY, la primera Escuela Inspiracional de la Franquicia**



SIF ACADEMY

JOSÉ MARÍA GAY DE LIÉBANA  
DAVID MORENO - HAWKERS  
JUAN ANTONIO CARRASCO - EDEM  
JULIO SOMOANO - RTVE  
DAVID SUMMERS - HOMBRES G

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



20 octubre 2017 de 10.00h a 13.00h

Patrocinador  
**Sabadell**

Media partner  
**Emprendedores**

We Franchising

# Manual para convertirte en

## Estos son algunos consejos básicos que debes seguir si quieres unirte a una enseña que te apasione y liderar un negocio rentable y de éxito a largo plazo

Cualquier momento vital o profesional puede convertirse en la mejor ocasión para cambiar de rumbo y embarcarte en una nueva aventura empresarial. Plantéate varias preguntas antes de dar un paso hacia delante: ¿estás profesionalmente donde quieres estar? ¿Qué te falta para cambiar? ¿Quieres unirte a una idea de negocio que te apasione? Si la respuesta es sí, estás en el punto adecuado para analizar las mejores opciones del mercado. La franquicia representa una de las de mayor éxito a nivel mundial. El know-how de este modelo de negocio, la asistencia comercial y técnica que ofrecen los profesionales de la central de cada marca o los beneficios en cuanto rentabilidad son algunos de los aspectos más positivos de este sistema. Pero aún queda una pregunta en

el aire: ¿qué franquicia debo elegir? ¿Cómo evitar equivocarme en la decisión?

Uno de los aspectos que tampoco se deben olvidar radica en las propias características y circunstancias personales del futuro franquiciado: situación económica y personal, aptitudes profesionales, etc. Es fundamental conocer y asumir la capacidad de inversión, la necesidad de local, la coincidencia con las directrices marcadas por la central, etc. También hay que tener en cuenta las consecuencias en todos los ámbitos en el caso de que finalmente el negocio no funcione o tenga los resultados deseados.

Especialistas en la materia como el presidente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), Xavier Vallhonrat, recomienda atender a

cuestiones como la propia organización o saber trabajar en equipo a la hora de embarcarse en un proyecto de franquicia. Para abrir una franquicia también debemos ser personas colaborativas y dispuestas a seguir instrucciones, lo que conlleva también contar con capacidad de autocrítica y saber resolver problemas que surjan de forma responsable y lógica.

Elegir la marca también es vital hoy en día, por ello, se debe buscar la definición y el posicionamiento más adecuado. 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 realizan a través del teléfono

móvil y cada vez se presta más atención a las franquicias low cost y de autoempleo.

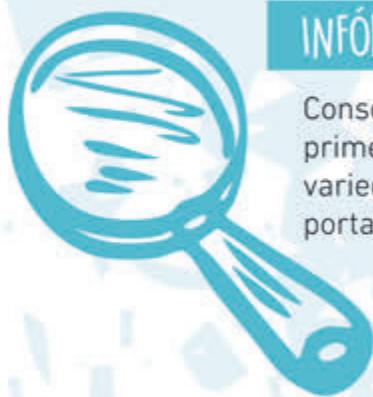
Pero, más allá de todas las recomendaciones que se puedan exponer, no debemos olvidar lo más importante: la pasión y el interés por el sector en que se va a desarrollar la trayectoria profesional. Son muchas las horas que se dedican al ámbito laboral, por lo que es imprescindible que constituyan una herramienta de realización personal.

Para contribuir a ellos, elaboramos un decálogo con diez recomendaciones o consejos que configuran un breve Manual para convertirte en un franquiciado de éxito y analizar correctamente los factores claves que debes tener en cuenta antes de unirte a una firma, sea del sector que sea.

# 1

### ELIGE EL SECTOR QUE TE GUSTA

El modelo de negocio de franquicia está presente prácticamente en todos los sectores del panorama empresarial. Por eso es muy importante que antes de convertirte en franquiciado, selecciones el sector laboral que más te apasione sin miedo a encontrar una enseña hecha a tu medida. Si dudas y no sabes por cuál optar exactamente, un elemento que puede hacer tambalear la balanza es conocer la situación que atraviesa ese sector. Valorar el mercado por sus oportunidades de crecimiento contribuye a evitar entrar en mercados muy saturados o en aquellos en los que las ventajas competitivas entre una enseña y otra no son muy notables.



### INFÓRMATE AL DETALLE

Conseguir la información necesaria de las franquicias que más nos interesan es el primer paso ante una posible inversión. Actualmente el mercado ofrece una amplia variedad de canales donde encontrar esos datos, desde directorios de franquicias y portales especializados, hasta ferias de franquicia y emprendimiento o seminarios sobre el sector. De estas enseñanzas no sólo debes obtener la información general, también conocer a la competencia para identificar las posibilidades del nicho de mercado en el que has puesto el punto de mira.

# 2

# 3

### VIABILIDAD Y UBICACIÓN

Una de las principales equivocaciones del franquiciado es entrar en una franquicia sin analizar al detalle el plan de viabilidad de la empresa. Dejarse embelesar por datos sobre el papel impide al emprendedor o potencial franquiciado ser consciente de que, a veces, hay proyectos increíbles que no responden a la realidad. Otra mala elección que puede ser determinante en el éxito de la franquicia es la elección del local y ubicación geográfica, en el caso de que la marca requiera de establecimiento físico. Por eso, no debemos olvidar analizar el tipo de calle más adecuado, tamaño de la población, delimitar la zona de exclusividad, etc. Normalmente, la central suele asesorar en este aspecto.



# un franquiciado de éxito

## HABLA CON LOS FRANQUICIADOS



A la hora de seleccionar una franquicia no debería bastarte únicamente con la información del franquiciador. Es más, uno de los puntos clave de esta investigación empresarial debe basarse, precisamente, en contrastar estos datos con los de franquiciados de la red. Uno de los errores más comunes que comenten los emprendedores al asociarse a una franquicia es el de no comunicarse con los ya franquiciados de la marca y no seleccionar las preguntas adecuadas. Pero, ¿qué preguntas debemos hacer a los franquiciados para conseguir la información más útil? Todos aquellos potenciales emprendedores deberán tener en cuenta cuestiones como el programa de formación que imparte la central al inicio y durante la relación contractual; si se desarrollan políticas de marketing sostenibles y efectivas o qué apoyo otorga el franquiciador de manera diaria.



## BUSCA FINANCIACIÓN



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. El desembolso económico puede llegar a convertirse en un obstáculo, pero no necesariamente un impedimento insalvable. 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.



## ASESORAMIENTO PROFESIONAL



Es prácticamente imprescindible contar con asesoramiento profesional de consultores especializados en franquicias. Actualmente existen muchas opciones. Una de ellas es TF Consulting, especializada en la gestión de proyectos empresariales y, especialmente, la expansión de negocios a través del modelo de franquicia. La consultora está certificada por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y es la única de Andalucía. Su sistema de trabajo permite que un consultor experto se dedique de forma exclusiva al análisis y crecimiento de la marca, creando un proyecto personalizado de expansión de principio. Todo depende de donde quieras llegar.



## AYÚDATE A DECIDIR



Si aún dudas y no terminas de decidirte por la franquicia de tus sueños, existen trucos que ayudan en la toma final de decisiones. Uno de ellos es la regla 10-10-10, desarrollada por Suzy Welch, autora bestseller en The New York Times con su libro 10 minutos, 10 meses, 10 años. Pregúntate: ¿Cómo me sentiré en los próximos diez minutos? ¿Y en los próximos diez meses? ¿Me acordaré, incluso, dentro de diez años? Y es que todo es cuestión de convertirnos en dueños de nuestra propia vida y barajar las diferentes opciones a corto, medio y largo plazo.



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

# “Ahora existe una mayor cultura de franquicia y quienes se interesan por este sistema están más formados”

■ El representante de la entidad analiza la importancia de la incorporación del marketing online y las redes sociales a las marcas “que han sabido dar respuestas a un mercado cambiante”



## ¿Qué desafíos presenta el sistema de franquicias a corto-medio plazo?

El desafío principal es consolidar lo que se ha logrado obtener durante la época de crisis tan dura que hemos padecido. En esos años, la franquicia ha sido capaz de reinventarse, de trabajar mucho más duro, de agudizar el ingenio, de apostar por nuevos canales de marketing y comunicación como las redes sociales o las app y ha sabido dar respuestas a un mercado que ha cambiado, así como las demandas de los consumidores; por eso, ahora toca continuar por este mismo camino, sin dar ni un paso atrás.

## ¿Qué sectores tienen más protagonismo actualmente?

Afortunadamente, el sistema de franquicias está integrado por una gran variedad de sectores, y siempre hay algunos que destacan sobre el resto, como está ocurriendo actualmente con los dedicados a gimnasios de conveniencia, que abren las 24 horas, los 365 días del año; panaderías-café; restauración especializada (hamburguesas, comida japonesa, italiana, turca, francesa, vinos, quesos); sin olvidarnos de sectores de siempre que se han recuperado de la crisis, como el inmobiliario o el de mobiliario/hogar, y otros que mantienen su protagonismo, como la alimentación, la restauración, la moda o la belleza/estética.

## La franquicia aún es una gran desconocida para mucha gente. ¿Cuál es el falso mito que suelen percibir por parte de emprendedores e inversores?

La franquicia ya ha pasado esa etapa en la que incluso había que explicar a emprendedores e inversores el significado de la palabra franquicia, canon de entrada o royalty. Ahora existe una mayor cultura de franquicia y

el perfil de quienes se interesan por este sistema de negocio está mucho más formado y documentado, con lo cual ya no existe ese desconocimiento generalizado y quien se acerca a la franquicia sabe que se va a convertir en empresario bajo el paraguas de una marca y recibiendo apoyos constantes por parte del franquiciador.

## La Federación Europea de la Franquicia (EFF) ha redactado un nuevo Código Deontológico Europeo de la Franquicia, ¿en qué consiste esa actualización de la normativa?

Lo que realmente ha hecho la Federación Europea de la Franquicia es actualizar el Código Deontológico que existe desde el año 1972, que fue revisado en 1992 y que ahora se actualiza para dar respuesta a la evolución que todo sistema de negocio tiene en el tiempo. La actualización tiene el objetivo de asegurar el desarrollo de la franquicia de manera adecuada y ética en la Unión Europea, regulando más estrechamente las relaciones de confianza entre franquiciador y franquiciado, en todas las etapas de la relación de franquicia, tanto en la fase precontractual como en la contractual y la post-contractual.

## ¿Qué cambios o mejoras considera necesarias desde el punto de vista de la Administración para un mejor desarrollo de la franquicia?

Desde hace unos años venimos constatando la firma intención por parte de las distintas Administraciones de acercar el sistema de franquicias a las personas interesadas en montar negocios, organizando seminarios, jornadas, mesas redondas o ferias. Desde luego, la situación de la Administración respecto a la franquicia ha cambiado mucho y positivamente, hasta el punto de que ahora hay una relación muy estrecha con organismos e instituciones nacionales, autonómicos y

locales, lo cual es muy beneficioso para la franquicia, ya que en este tipo de actos y eventos cuentan con la AEF y con expertos en esta fórmula de comercio. Por lo tanto, lo ideal

Preveo que al cierre de 2017 volveremos a alcanzar cifras positivas, lo que significa que ya serán cuatro años de crecimiento consecutivo para la franquicia española

es seguir en esta misma línea y reforzarla aún más si cabe.

## SIF es una cita imprescindible... ¿qué espera la AEF de esta nueva edición?

Para la AEF el SIF es un lugar especial, ya que fue donde nos constituimos como Asociación hace ahora 24 años, en 1993, por lo que es una cita importante para nosotros a la que no queremos faltar y allí estaremos, al igual que hacemos con las demás ferias que está asociadas a la AEF. En esta nueva edición esperamos un SIF que se vaya recuperando en cuanto a número de expositores y de visitantes y que al concluir haya una satisfacción generalizada por el devenir del Salón. Por nuestra parte, nos hemos encargado de la dirección técnica de las Jornadas que se van a desarrollar en el Aula Franquicia, así como del XXIII Premio Nacional de Franquicia, y estaremos exponiendo para asesorar, informar y resolver dudas a cualquier persona que se acerque a nuestro stand.



**101** redes en España

El sector de Belleza y Estética es uno de los de mayor éxito del sistema de franquicias y el tercero en número de redes según los últimos datos de la AEF.

**2.500** agencias de viajes

El turismo es un mercado clave en España. El pasado ejercicio operaban más de 2.000 agencias de viajes y, en total, facturaron 854,8 millones de euros.

**4.742** millones de euros

Cifra que facturó el pasado año el sector de Hostelería, Restaurantes y Fast Food, según el último informe de la AEF, siendo el de mayor éxito después del ámbito de la Moda.

**5,9% +** puestos de trabajo

El año 2016 el sistema de franquicias generó empleo y dio puestos de trabajo a 268.986 personas, lo que supone un 5,9 por ciento más respecto al ejercicio anterior.



Rentabilidad de 700.000€ en 5 años\*

# GESTIONA TU PROPIA RED DE FIBRA

desde 29.000€\*



FIBRA



MÓVIL



TV + FÚTBOL



FIJO

STAND B28 | 902 930 993

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

[expansion@holafibra.com](mailto:expansion@holafibra.com)

Los datos aportados son previsiones financieras, no teniendo por tanto valor contractual alguno al estar sometidos a la capacidad de comercialización del futuro franquiciado y a la competencia de su entorno. IVA no incluido en todos los casos. Canon de entrada de 29.000 más depósito según el despliegue de infraestructura.

# Clickviaja.com abre tres nuevas agencias, apostando por reforzar su presencia en centros comerciales

■ La franquicia de agencias de viajes incorpora nuevos servicios para los franquiciados como la plataforma tecnológica HDO o el Escaparate Virtual

El grupo de agencias de viajes sigue su expansión por la geografía española con la apertura de nuevas agencias que consolidan a la marca como una de las franquicias del sector más importantes de España. Con más de diez años de experiencia y con presencia también en Portugal, Clickviaja.com ha aterrizado en tres centros comerciales estratégicos de Sevilla, Mérida y Córdoba, compitiendo así con las operadoras tradicionales y apostando por ofrecer un servicio global a los clientes que sueñan con su viaje ideal.

La ubicación es uno de los factores fundamentales a la hora de formar parte de esta franquicia, que cuenta ya con más de 120 agencias en toda España. Todas las agencias con locales se encuentran en poblaciones con un mínimo de 6.000 habitantes en adelante, si bien tiene la opción de online únicamente. Pero ésta no es la única opción de autoempleo: "Ofrecemos al emprendedor o inversor la posibilidad de disfrutar de las ventajas de una agencia de viajes física más tradicional al tiempo que hacer uso de las herramientas digitales más avanzadas; también ofrecemos la posibilidad de gestionar una agencia de viajes puramente online", afirma Óscar Alonso, director general de Clickviaja.com, quien

destaca, entre los distintos beneficios para el cliente final, el servicio de pasarela de pago aplazado a los clientes en sus oficinas a través



de un sistema de financiación 100% online. Y es que Clickviaja dispone de un departamento de I+D+I especializado en aplicaciones y productos tecnológicos turísticos.

Además, la marca Clickviaja.com presentó recientemente una de sus ventajas tecnológicas más potentes, la cual se dio a conocer en

asociadas, así como en las herramientas internas del grupo; todo ello de manera totalmente automática. "Cada día estamos más inmersos en el mundo digital, por eso desde Clickviaja queremos seguir sumarnos e incluso adelantarnos a ese crecimiento", añade Alonso.

**Escaparate virtual.** Una de las nuevas herramientas tecnológicas que está desarrollando Clickviaja.com es un 'escaparate virtual' con las mejores ofertas a las que tendrán acceso todas las agencias franquiciadas. De esta forma, los asociados a Clickviaja.com podrán diseñar y decorar los escaparates de sus agencias con las promociones más exclusivas y los reclamos más atractivos para los clientes. Sólo tendrán que acceder a una plataforma online y escoger dentro de una selección única.

Esta es una más de las mejoras en las que trabaja la franquicia para incorporarla a los beneficios de la marca. Clickviaja.com ofrece a todos los emprendedores una completa formación de calidad, por lo que no se necesita experiencia previa, apoyo continuo, opciones de financiación personalizadas, asesoramiento integral y la máxima rentabilidad por una ajustada inversión.

# El número de franquicias en España se duplica en la última década y supera las 1.300 enseñas

■ La facturación también ha crecido exponencialmente y en 2016 cerró el ejercicio con más de 26 millones de euros

El número de franquicias crece sin parar y se ha duplicado desde las 646 registradas en 2001 hasta las 1.298 al cierre de 2016. Lo mismo ha pasado con su facturación, que ascendió al cierre de 2016 hasta los 26.991,8 millones de euros, un 1,9% más que el año anterior y un 42,3% por encima del volumen de 2001. Por sectores, el de 'Alimentación' fue el que mayor facturación obtuvo -10.116 millones-, seguido de 'Hostelería/Fast food' y 'Hostelería/Restaurantes/Hoteles', según el informe 2017 'La Franquicia en España' de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) que, cada año, analiza la situación de este modelo de negocio. Pero, ¿por qué la franquicia está en auge?

Hace más de 60 años que la franquicia, como modelo de gestión, invadió el mercado estadounidense con la apertura de unidades de McDonald's. Este hecho transformó la manera de hacer negocios en el mundo. Un concepto que se trasladó años después a España como nuevo sistema de negocio que vendría a liderar gran parte de la economía española. En la actualidad, las cifras hablan por sí solas: en total hay 66 redes más que en diciembre de 2015, 60 nacionales y 6 extranjeras. Porcentualmente, y desde que la AEF lleva elaborando esta estadística, se ha registrado un crecimiento global de



redes franquiciadoras en España del 49,7%, pasándose de las 646 redes contabilizadas al cierre del ejercicio 2001 a las 1.298 actuales. Respecto a la facturación, el conjunto de la franquicia española ha pasado de los 11.421 millones de euros registrados al cierre de

2001 a los 26.991,8 millones de 2016, es decir, se ha producido un incremento del 42,3%.

**Madrid, líder.** La Comunidad de Madrid lidera las estadísticas del sistema de franquicias nacional, según datos recogidos en el informe 'La Franquicia en España 2017', elaborado por

la AEF. Asimismo, se ha consolidado como la segunda comunidad más exportadora, con 92 de estas centrales implantando su concepto de negocio en otros países.

La segunda en número es Cataluña, con 311, seguida de la Comunidad Valenciana, con 166; Andalucía, con 147, y Galicia, con 51, 3 más que en 2015. Estas cinco comunidades acaparan el 77,8% del total de las enseñas que integran este modelo de negocio en nuestro país.

Por sectores, el de 'Alimentación' fue el que mayor facturación obtuvo, seguido de 'Hostelería/Fast food' y 'Hostelería/Restaurantes/Hoteles', según el informe 2017

Respecto a la internacionalización de la franquicia española, Portugal es el país con mayor número de franquicias españolas, rozando las 200 marcas. Liderando el ranking se encuentran las cadenas de moda, con 79 marcas en 129 países; hostelería y restauración, 53 franquicias en 78 países, y la belleza y estética, con 37 firmas en 67 países.



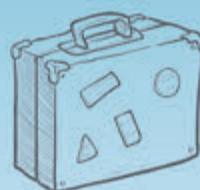
# clickviaja.com

## 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 ESPECIAL SIF 2017**  
más información stand B28

**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

# holaFIBRA lleva su fibra inteligente a 10 localidades españolas

■ La primera franquicia de fibra, fijo, móvil y TV + fútbol en España prevé la incorporación de 45 nuevos franquiciados el próximo año

La fibra inteligente ya es una realidad. holaFIBRA sigue su expansión por España y ya son diez las localidades que disfrutarán de internet a alta velocidad este año. La primera franquicia de fibra, fijo, móvil y TV + fútbol en España prevé concluir el presente año con cerca de una veintena de franquiciados en toda la geografía española. Con ello la empresa de telecomunicaciones da un paso más hacia su objetivo de dar cobertura en los núcleos medianos y pequeños de población donde los ciudadanos no cuentan con una adecuada infraestructura de fibra o carecen de ella. En 2018 se prevé que se sumen a la marca hasta 45 franquiciados.

A lo largo del próximo año, holaFIBRA invertirá alrededor de 12 millones de euros en el proyecto, lo que permitirá dar servicio a más de 250.000 hogares. Esta marca es filial del grupo de telecomunicaciones holaMOBI que cuenta con más de 150 establecimientos a nivel nacional y se ha consolidado como la tercera red en España, por detrás de Phone House y Telecor.

Actualmente, el despliegue ha comenzado en la localidad de Pedro Muñoz (Ciudad Real) y L'Ampolla (Tarragona), Los Barrios (Cádiz) y Coín (Málaga); proseguirá próximamente en localidades como Miami Playa (Tarragona), Barbastro (Huesca), Guareña y Badajoz capital (Badajoz) y Cártama Estación (Málaga). Además, se prevé la apertura de

nuevos puntos en Islas Canarias.

“Queremos romper la brecha tecnológica que hay en muchas zonas a nivel nacional todavía, y llevar internet a la máxima velocidad con una cartera de servicios añadidos y a la medida de cada cliente”, explica Jaime Abehsera, director de Expansión de holaFIBRA. Y es que el modelo de holaFIBRA centra su éxito no sólo

Pero no existen límites cuando se trata de tecnología. holaFIBRA ofrece la posibilidad de combinar la contratación del a fibra con telefonía fija y móvil y televisión con más de 195 canales, nacionales e internacionales. También destaca la posibilidad que tiene el cliente de suspender el servicio de manera temporal sin ningún coste adicional.

un elemento diferencial y muy competitivo comercialmente hablando desde el punto de vista del franquiciado”, afirma el director de Expansión de la marca. Con su conexión de fibra, el usuario puede contratar también BeIN Sports La Liga (La Liga y Copa del Rey) y BeIN Sports (UEFA Champions League y competiciones internacionales).

**Rentabilidad.** En cuanto a modelo de negocio, holaFIBRA es perfecto para el emprendedor o inversor que busca equilibrio entre rentabilidad y estabilidad. El franquiciado de holaFIBRA puede obtener beneficios en los cinco primeros años de la actividad cercanos al millón de euros y tiene exclusividad de comercialización de la infraestructura de fibra consiguiendo beneficios relevantes con una inversión inicial que no supera los 60.000 euros, de los cuales la mitad es a fondo perdido y la otra mitad es un depósito de garantía que la central va devolviendo mensualmente.

Una vez se incorpore a la red de franquiciados de holaFIBRA, el asociado a la marca dedica sus esfuerzos a la explotación comercial y desde la central se realizan todas las gestiones de marketing, redes sociales, facturación, comunicación etc. para potenciar y fomentar la venta final. “Debido a los años de experiencia que disponemos dentro del sector de las franquicias, sabemos que nuestros franquiciados lo que buscan es facilidad y simplicidad en el modelo”, asegura Abehsera.



en su sistema de gestión, sino en la calidad del producto. La franquicia se encarga del despliegue de redes de fibra FTTH, también conocida como fibra hasta la casa o fibra hasta el hogar, la más avanzada en comunicaciones de banda ancha fija que permite acceder a servicios digitales de alto valor añadido en el hogar. De esta forma, los clientes disfrutan de fibra de hasta 1000Mb simétricos de velocidad, ofreciendo así un servicio integral y agilizando la navegación, descarga o subida de vídeos en HD u otros contenidos.

Uno de los productos clave de holaFIBRA es la oferta holaCOMBO que, por menos de 50 euros al mes, incluye Internet Fibra de hasta 500Mb simétricos, teléfono fijo, móvil 2,5Gb con llamadas ilimitadas, televisión 195 canales y BeIN Sports La Liga. Una combinación que compite estrechamente con las operadoras tradicionales y emergentes gracias al fútbol, producto estrella. Con holaFIBRA los clientes pueden disfrutar de todos los canales del fútbol al completo. “Somos distribuidores del mejor fútbol por televisión y esto supone

# SIF Academy y el XXIII Premio Nacional de Franquicia, claves en la nueva edición del Salón Internacional de Franquicias

■ Un año más la feria de franquicias cuenta con ideas procedentes de todo el mundo: Portugal, Francia, Italia, Croacia, Hungría, EEUU, México...



El certamen veterano en el sistema de franquicia, SIF, celebra una nueva edición con numerosas novedades, pero con un objetivo común a los años anteriores: informar a profesionales y

a emprendedores acerca del mundo de la franquicia y su modelo de negocio. Este año destaca especialmente el Canal SIF, un servicio que ofrece la posibilidad de difundir las bondades

de cada uno de los negocios que se presentan en su exposición comercial a un sin fin de potenciales interesados en adquirir un concepto de negocio seguro. Una cita ineludible a la que sacar el máximo provecho: búsqueda de inversores, contactos, acuerdos comerciales, financiación, conocimiento, asesoramiento y por supuesto que todo esto se convierte en aperturas.

Otra de las grandes novedades de esta edición se enmarca dentro del Aula de la Franquicia donde nace un nuevo espacio al que han denominado SIF Academy, un interesante programa de conferencias técnicas y muy especializadas dirigidas a profesionales y a emprendedores, y a las que se ha convocado a conferenciantes de un gran prestigio. Uno de los temas principales y que suscita más interés entre el sector es el de la internacionalización de la franquicia. Como en ediciones anteriores, SIF impulsa la internacionalización de las enseñanzas españolas a través de una agenda cerrada con los máximos responsables de franquicia de cada uno de los países que participan. En esta edición, la feria de franquicias cuenta con ideas procedentes de países como Portugal, Francia, Italia, Croacia, Hungría, EEUU, México, Costa Rica y Uruguay, entre otros, que acuden al certamen en busca de emprendedores e inversores para hacer negocio.

Además, la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) y el salón decano de la franquicia, SIF, convocan el XXIII Premio Nacional de Franquicia, unos premios reconocidos internacionalmente y que reconocen la labor de los principales actores en esta modalidad de negocio. De este modo, la AEF, de la que el SIF es miembro honorífico y colaborador, reconoce la labor tanto de empresas como de entidades, personas físicas y equipos de trabajo, en cinco candidaturas.

## Recomendaciones para aprovechar al máximo la feria

Como en todas las ferias, es importante que el usuario marque una hoja de ruta en su recorrido por Feria Valencia. Uno de los factores fundamentales es investigar en Internet cuáles son las marcas expositoras e identificar los conceptos que llamen tu atención, obtener el mayor provecho de la información que proporcionen los representantes de las franquicias que interesan, comparar las diferentes opciones y a los franquiciados de las marcas.

**hola MOBI**  
telefonía global

**OPERADORAS**



**MARCAS**



**SERVICIOS**



FIBRA Y ADSL



TARIFAS MÓVILES



MÓVILES Y TABLETS



ACCESORIOS



REPARACIONES



SEGURO

*¡y mucho más!*

Miembros



Formación



Financiación



**CUMPLE  
TUS  
SUEÑOS**

desde

**270€/mes\***

Sin aportación inicial

Visítanos en el stand B28

T. 902 65 65 25 | expansion@holamobi.com

www.holamobi.com

\*Condiciones sujetas a la aprobación de la entidad financiera.

# holaMOBI, tienda de telefonía y servicio de reparaciones en una sola franquicia de éxito

■ El franquiciado dispone de su propio sistema de gestión online y un amplio programa de formación, además de la división de reparaciones doctorMOBI

En el último año el número de reparaciones aumentó un 70% en España y se prevé que el crecimiento sea aún mayor en los próximos meses. Los clientes optan cada vez más por arreglar su teléfono móvil para ampliar la vida útil de un terminal hasta que finalmente compran uno nuevo. Un dato realmente positivo para los que apuestan por un modelo de franquicia como el de holaMOBI, con su división de doctorMOBI. Todo en uno es precisamente lo que ofrece el grupo de telecomunicaciones holaMOBI con este modelo de centro de reparaciones, un espacio ubicado dentro de las propias tiendas

## Ventajas

Uno de los principales factores diferenciales de doctorMOBI es que, al estar dentro del modelo de franquicia de holaMOBI, incorpora la venta de terminales nuevos y de segunda mano, seguros y accesorios, facilitando un servicio integral al usuario; así como el arreglo de averías en ordenadores, de mesa y portátiles. La garantía que ofrecen estos centros de reparaciones marca la diferencia.

holaMOBI basado en un asesoramiento global y personalizado al cliente.

“Para los que ya forman parte de holaMOBI o desean integrarse en la red, pero sin dejar a un lado el tema de las reparaciones in situ o al momento, también hemos desarrollado esta opción que se incorpora dentro de la propia tienda”, explica la responsable del grupo acerca de doctorMOBI. El franquiciado tiene la seguridad y garantía de trabajar en un modelo de negocio de éxito y rentable, dentro de un mercado en constante crecimiento.

“Con la proliferación del mercado de las reparaciones, especialmente en España, encontramos muchas tiendas donde se dan malas praxis, sobre todo por la manipulación inadecuada de los móviles por parte de técnicos inexpertos o poco profesionales.”, explica María Salas; sin embargo todos los que se sumen a doctorMOBI pueden disfrutar de un centro donde se realizan reparaciones en el acto, con la máxima seguridad, la garantía de un buen resultado y a unos precios muy económicos. Es una excelente opción para combinar con el modelo de franquicia de holaMOBI en el que se comercializan todos los servicios low cost que tienen: tarifas de operadores móviles virtuales (Másmóvil, Tuenti, Pepephone, Simyo, República Móvil, Oceans, Orange, Movistar y Vodafone),



venta de terminales nuevos y de segunda mano, seguros, financiación, accesorios, recargas, etc. Además el franquiciado dispone de su propio sistema de gestión online y un amplio programa de

formación, avalado por la Universidad de Málaga, no sólo al incorporarse a la marca, también para estar en constante aprendizaje y renovación dentro mercado de nuevas tecnologías.

# Expofranquicia, la gran feria internacional, celebra su nueva edición del 19 al 21 de abril en Madrid

■ Un punto de encuentro para emprendedores y franquicias donde se reúnen cientos de ideas de negocio del panorama nacional e internacional

Expofranquicia, la gran feria internacional que reúne y representa el mundo de la franquicia en España, celebrará su 24 edición entre los días 19 al 21 de abril de 2018 en Feria de Madrid. Una convocatoria que volverá a liderar el panorama ferial en nuestro país con sus más de 200 stands, más de 500 marcas y más de 15.000 visitantes registrados, cuya alta cualificación es su marca distintiva.

El Salón, que organiza IFEMA, no solo es referente a nivel nacional sino que sus parámetros objetivos -extensión, número de expositores, número de visitantes, alcance nacional e internacional y perfil del asistente- la caracterizan como una de las ferias de franquicia más importantes del mundo. En el caso de las marcas, este espacio se perfila como una estratégica plataforma de promoción en busca de nuevos franquiciados, y como espacio de alta visibilidad para favorecer el desarrollo de acciones de marketing, impulsar su imagen de marca y conseguir contactos cualificados.

Para los emprendedores e inversores, Expofranquicia representa un escenario completo y multisectorial donde pueden encontrar numerosas ideas de negocio, conocer de primera mano a los responsables de las enseñas y contactar con entidades o instituciones para abordar temas como la financiación o la

búsqueda de local, entre otras.

En la pasada edición Expofranquicia reunió, a

través de las propuestas e ideas de negocio de 572 enseñas de más de 20 sectores de actividad.

Una edición de importante dinamismo que volvió a demostrar su capacidad como punto de encuentro de enseñas e inversores, y que recibió la asistencia de 15.493 visitantes procedentes de todos los puntos de España y de 40 países. Los datos han revelado también una mayor cualificación del perfil del visitante: el 70% declaró su intención de invertir en franquicia, y un 29% manifestó su decisión de abrir una franquicia en el plazo máximo de un año.

En la pasada edición la feria reunió con éxito más de 500 franquicias e ideas de negocio de 20 sectores distintos

“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”, explica María Valcarce, directora de Expofranquicia. “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”, añade.



# La mujer en la franquicia: ¿quiénes lideran el sector?

Las mujeres emprendedoras de éxito están presentes en todo tipo de sectores, especialmente en el mundo de la franquicia, haciendo desaparecer así la idea de que sólo ocupan puestos de relevancia en enseñanzas de moda y belleza. Hoy en día, no hay sector que se les resista. En lo que al modelo de franquicia se refiere y el interés por el mismo, no existe una preferencia por parte de hombres o mujeres al optar por la franquicia como modelo de negocio, tal y como indica el último informe elaborado por Topfranquicias.

## María Salas

En el sector de las telecomunicaciones, Salas es una de las fundadoras de la compañía holaMOBI telefonía global y la actual directora general del grupo. La franquicia es una de las líderes en telefonía móvil low cost, especializada en terminales libres y OMV, y ocupa el tercer puesto en modelo de tiendas multioperador por detrás de Phone House y Telecor. En 2016 la malagueña fue galardonada en los Premios 'Malagueños de Hoy' del Grupo Joly y ha sido candidata al premio PYME por la Igualdad a nivel nacional.

## Ángeles Gutierrez

Perteneciente al sector de parafarmacias eróticas. La marca Dolce Love está liderada por una mujer emprendedora que apuesta por dejar de lado el anticuado concepto de sex shop para orientar el negocio a la sanidad y calidad. Y por si fuera poco, se ha lanzado a montar su propia franquicia "Fumaba", que consiste en un tratamiento para dejar de fumar.

CONSTANCIA  
 DETERMINACIÓN  
 GENEROSIDAD  
 CREATIVIDAD  
 VALENTÍA  
 PASIÓN  
 AUTOESTIMA  
 LIDERAZGO  
 OPTIMISMO



## Carmen Pascual, Amparo Giner, Paloma Navarro y Marisa Villafranca

Pertenecientes al sector de la salud. Estas cuatro mujeres son las fundadoras de hábito 66. Un grupo dedicado a la nutrición, estética, entrenamiento deportivo, coach motivacional, coach del método y diseño humano. En el año 2015 su trabajo fue reconocido con el premio FIFSur a la Mujer emprendedora.

## Belén Martín

Desarrolla su trayectoria empresarial dentro del sector de la restauración. Actualmente ocupa el cargo de Directora General del Grupo Restalia, tomando decisiones y marcando estrategias empresariales dentro del Consejo de administración de la empresa, donde comparte responsabilidades. Anteriormente ha sido Directora legal en Carrier España, Prometheus Electronic y Martín Abogados, donde además, fue socia-directora.

## Ángeles Berdejo

Si hablamos del sector de perfumerías, la franquicia de perfumes, fragancias y cosmética Equivalenza cuenta con Ángeles como socia fundadora y directora de expansión, logrando expandir la marca de forma internacional y convirtiéndose en un pilar de su éxito.

## Cristina Martínez

En el sector de la moda destaca Cristina Martínez con la franquicia Cocosweet, quien ha sido galardonada con el Premio FIFSur 2016 Mujer emprendedora en el mundo de la franquicia, un reconocimiento a su aportación al concepto de venta europeo y americano y al éxito de la empresa.



ecox<sup>®</sup> imágenes que laten  
 4D-5D PRENATAL

## Especialistas en ecografía emocional 4D-5D

- 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.



ALTA RENTABILIDAD  
 BAJA INVERSIÓN  
 AYUDAS A LA FINANCIACIÓN

La mejor imagen prenatal

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



Visítanos - Salón Internacional de la Franquia Valencia - Stand B28  
 Contacta con nosotros y te informamos: 618 431 797 [expansion@ecox4d.com](mailto:expansion@ecox4d.com)

# Las FRANQUICIAS

## hablan

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



### IHPE, MÁS DE TRES DÉCADAS DE EXPERIENCIA

La franquicia ihpe (Inglés Hablado Para Españoles) aplica una metodología decisiva en la enseñanza del inglés. Con una trayectoria de 32 años en el mercado, el método IHPE Language Research & Teaching va a dar al alumno una enseñanza que no logrará ni en los países de habla inglesa, porque en ese tipo de inmersión el alumno no es un espectador del lenguaje al hacer el recorrido desde dentro, un proceso al que le obliga el método ihpe. La franquicia de inglés ofrece a sus franquiciados diferentes ventajas: Método exclusivo ihpe, alta rentabilidad, desarrollo del proyecto de inversión, soporte y asesoramiento técnico y profesional, metodología de trabajo contrastada, formación del profesorado e imagen corporativa y estética unificada. El éxito de la central de franquicias consiste en el éxito de sus franquiciados ya que esta se encarga también de la Instrucción del personal administrativo, en cuanto a la parte administrativa como tal: software, optimización del tiempo, trato con las personas, etc.



### POMODORO CUENTA YA CON MÁS DE 50 FRANQUICIADOS

La franquicia Pomodoro Pizza Pasta Burritos cuenta ya con más de medio centenar de restaurantes operativos por todo el territorio nacional. Pomodoro comenzó su andadura en Sevilla durante el año 2013, donde con su reclamo principal, el precio único de la carta "Tutto 3'90", consiguió impactar ante un público que pedía disfrutar de una experiencia "ristorante" a un precio asequible. El cliente podía elegir entre una amplia gama de productos italianos, pizza, pasta fresca, burgers, etc., todos ellos servidos en mesa y en un ambiente típico de Trattoria. La combinación de todas estas características hizo que el concepto de la marca fuera rápidamente reconocida, consiguiendo adeptos y reforzando su crecimiento de manera exponencial durante todos estos años. Actualmente, la franquicia tiene más de 50 locales repartidos en ocho comunidades autónomas, acercando su modelo de negocio cada vez a más interesados que apuestan por el concepto de la enseña, el cual permite satisfacer al cliente final.



### DESCUBRE EL MARKETING OLFATIVO CON AMBISEINT

Líder en marketing olfativo, ambientación profesional e higiene en aseos a todo tipo de empresas y negocios de la zona de trabajo pactada con el franquiciado. Es un negocio de éxito, inversión reducida, muy rentable y muy fácil de gestionar. No es necesario local comercial ni los gastos que de ello se derivan, tampoco requiere de canon ni royalties, sólo compra de producto. Desde que comenzó su actividad hace 13 años, la enseña ha centrado su labor en impulsar los beneficios del marketing olfativo, hasta convertirse en la empresa de referencia del sector con más de 50 delegaciones, la mayoría en España, pero también en Portugal, México y Emiratos Árabes Unidos. Para el franquiciado unirse a Ambiseint implica dos fases: captación de los clientes y potenciación de los servicios mediante una labor comercial realizada por el franquiciado o por personal a su cargo; fase de mantenimiento y reposición de las recargas a los clientes, prestado por el franquiciado o servicio técnico a su cargo.



### EROSKI: TRANSPARENCIA Y SERIEDAD

Con cerca de 500 establecimientos franquiciados con una antigüedad media de 12 años, EROSKI se caracteriza por su transparencia, seriedad e implicación en el negocio. La franquicia de alimentación ofrece una franquicia diferente, en un establecimiento cercano que se aleja de otros modelos, gracias a sus productos frescos y a sus buenos precios. EROSKI es una cooperativa de trabajadores y de consumidores. Por esta misma razón, a pesar de que los resultados son un factor importante, el compromiso con la sociedad es un pilar fundamental. EROSKI quiere ponértelo fácil y no dejarte solo en este proceso. Por ello, la ayuda y el soporte empiezan desde mucho antes de abrir las puertas del negocio, haciendo posible que ya desde el principio sea posible cubrir gastos y vivir de la franquicia. Además, los franquiciados disponen de diferentes apoyos y herramientas que les facilitan la gestión de su negocio.



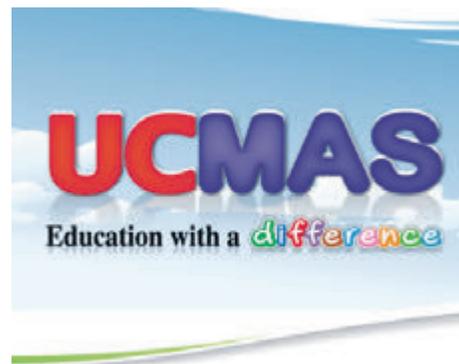
**CLICKVIAJA.COM, AGENCIAS DE VIAJES TECNOLÓGICAS**

La franquicia de agencias tecnológicas de viajes Clickviaja.com tiene presencia en España y Portugal y dispone de varias líneas de negocio: las agencias de viajes físicas, Internet y la venta online, y la capacidad de creación de nuevos productos colaterales al turismo. Dispone de un equipo multidisciplinar de grandes profesionales con más de 17 años de experiencia en el sector turístico, tecnológico y de la empresa. Clickviaja.com cuenta con una consultora aérea de reconocido prestigio y tiene acuerdos preferentes con las compañías aéreas que harán aumentar tus beneficios. En relación a las nuevas tecnologías, Clickviaja.com dispone de un departamento propio de I+D+I especializado en aplicaciones y productos tecnológicos turísticos. Clickviaja.com ofrece a todos los emprendedores una completa formación de calidad, apoyo continuo, Asesoramiento integral y máxima rentabilidad por una ajustada inversión. También ofrece opciones de financiación personalizadas.



**ONAHORRO, LA FRANQUICIA DE LA ASESORÍA EN AHORRO**

OnAhorro 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., así como prestar asesoramiento en el campo de la eficiencia energética. OnAhorro se anticipa a las necesidades de los clientes y, al mismo tiempo, da respuesta a los problemas que se les puedan plantear. Las franquicias OnAhorro son el nuevo futuro en el sector de la iluminación LED. Desde el primer minuto la central de franquicias proporciona un apoyo, seguimiento y formación de alta calidad, así como marketing estratégico, publicidad a nivel local y nacional y relaciones públicas junto con acuerdos institucionales dirigidos a ayudar a los franquiciados a construir sus negocios con rentabilidad y eficacia.



**UCMAS, UNA FRANQUICIA EN BOGA EN EL SECTOR EDUCATIVO**

UCMAS es toda una referencia en el sector de la franquicia y de la enseñanza. La enseñanza de encarga de formar a los franquiciados en la metodología UCMAS y, además, ofrece una formación comercial para que conozcan las típicas situaciones que se plantean a la hora de realizar una presentación a un cliente interesado. Durante el desarrollo de la actividad, UCMAS ofrece un apoyo continuo a través de nuestro equipo de coordinación pedagógica y el equipo del área comercial que se encuentra trabajando en la central. La intención de UCMAS es ofrecer una atención personalizada al franquiciado. También, desde la central se implican en facilitar soluciones a los problemas de nuestros franquiciados, ya que el modelo de franquicia implica un win-win, en el cual si ellos ganan, la marca gana y, por tanto, sus problemas también son sus problemas. El primer objetivo de UCMAS es estar presente en prácticamente todas las comunidades autónomas de España.



**YOGURISSIMO DICE ADIÓS A LA ESTACIONALIDAD**

Yogurissimo es un proyecto que nace en León en el año 2011 con el objetivo de importar a España el frozen yogurt, cuidando la calidad de las materias primas. La deliciosa receta de Yogurissimo presenta una textura de mousse que no altera los numerosos beneficios nutricionales del yogurt. Con esto el franquiciado ya dispone del producto ideal para garantizar el éxito del negocio. Además, desde la central de Yogurissimo aportan un valor añadido al franquiciado que ninguna otra empresa consigue: estudian las características de su ubicación, de su público objetivo y plantean la forma más adecuada y rentable de explotación. Esto permite eliminar los indeseables efectos de la estacionalidad y localización. Los potenciales franquiciados de Yogurissimo pueden elegir entre local o instalación modular; ambos son espacios elegantes y cuidados, donde el personal va impecablemente uniformado y el cliente se divierte creando su helado de autor.



**"SOMOS FISIOS", LA FILOSOFÍA DE FISIO360**

La franquicia fisio360 cuenta con profesionales que llevan más de 10 años al servicio de los clientes utilizando la más alta tecnología y los últimos avances. En fisio360 se contempla la fisioterapia de una forma multidisciplinar y amplia, tratando todos los enfoques del problema y con una visión de 360 grados para resolver desde sus dolencias como para prepararle física y nutricionalmente. Encontrar el fisioterapeuta adecuado es el primer paso para la recuperación. El equilibrio entre la técnica y la atención personalizada de fisio360 garantizan el bienestar del cuerpo. En la franquicia fisio360 los fisioterapeutas se caracterizan por dar un trato cercano y a medida para que su paso por nuestros centros sea lo más ameno y cordial posible, con el objetivo primordial de recuperar las lesiones lo antes posible, y en caso de enfermedades crónicas mejorar la calidad de vida de cada cliente, adaptando siempre a las circunstancias y necesidades de cada persona.



**TERRAMINIUM SIGUE CRECIENDO EN ANDALUCÍA**

La franquicia de Administración de fincas Terraminium ha puesto en marcha una nueva oficina en la capital de Huelva. Lo ha hecho de la mano del asociado Eduardo Acosta, quien se ha mostrado "muy contento e ilusionado" por formar parte de la mayor red de Administración de Fincas de España. El nuevo franquiciado de la enseña procede del sector inmobiliario, del cual es referente en la capital onubense, y se ha sumado a Terraminium con el fin de completar su actividad profesional, incorporando así un nuevo servicio especializado al actual. La franquicia de administradores de fincas la única que certificada con la norma ISO 9001 y 14001 en gestión de calidad, también cuenta con una oficina en el municipio de Ayamonte (Huelva). Terraminium ofrece a sus franquiciados un software exclusivo para que la gestión de propiedades inmobiliarias sea más eficaz y transparente, aumentando así la satisfacción de los vecinos y alcanzando un considerable ahorro de costes tanto el administrador como los vecinos.



**LA BOTICA DE LOS PERFUMES, PREMIO AL COMERCIO DEL AÑO**

La cadena de franquicias La Botica de los Perfumes, que cuenta hoy en día con un gran número de establecimientos repartidos por todo el país así como a nivel internacional, ha logrado hacerse con su tercer premio este 2017, esta vez, al Comercio del Año en España. Se trata de un galardón que se concede tras la votación de más de 79.000 consumidores. El premio al Comercio del Año es el mayor certamen de consumidores de España y un reconocimiento a la labor de la compañía española. Se trata de un premio que reconoce la labor de la compañía en el mundo de la perfumería y la cosmética a lo largo de estos años. La Botica de los Perfumes ha sabido abrirse camino en el mundo de la perfumería y de la cosmética logrando fortalecer su reputación con productos novedosos y con una conciencia social que le ha acercado más a su público. La Botica de los Perfumes trabaja muy activamente en la mejora de estos servicios, prueba de ello fue el lanzamiento este año de su exclusiva APP para sus clientes.



**CONOCE DIT GESTIÓN Y SU SISTEMA FREELANCE**

DIT GESTION es, según las revistas públicas especializadas del sector, el grupo de gestión referente del 2016 y así lo demuestran todas las agencias de viajes que tras años de experiencia en el sector han optado por la nueva y exitosa formula de DIT, consiguiendo así un aumento de agencias del 62,9% y un aumento de ventas y beneficios del 47%. Es el único grupo de gestión con 11 departamentos y más de 30 personas en plantilla especializadas. Imparten cursos de formación para que todas las agencias de viajes sigan siendo líderes en el sector. El sistema EXCLUSIVO FREELANCE de DIT Gestion está previsto precisamente como paso previo para toda persona que desea probar antes de dar el salto definitivo en la creación de su propia agencia. También está pensado para aquellos agentes de viaje y comerciales que disponen de una cartera de clientes y desean utilizar este sistema bajo un contrato mercantil, así como aquellas empresas que desean disponer de una segunda fuente de ingresos.



Entrevista ► José Luis Torres  
DIRECTOR EXPANSIÓN EDUCACHILD

*“Lo que ofrecemos es un sistema único, exclusivo, ameno y adaptado para los más pequeños”*

**¿Qué balance hace del año?**

El balance es muy positivo. Todos nuestros centros han crecido, incrementando el número de alumnos con respecto al Curso pasado. El porcentaje de renovaciones también hemos detectado que cada vez es mayor, y nuestra media está por encima del 85%. También podemos decir que la red sigue creciendo y para este curso 2017-2018 se incorporarán a la red otros 5 nuevos Centros Educachild.

**¿En qué se diferencia su marca del resto?**

Somos una empresa especializada en la enseñanza de inglés para niños a partir de un año. Lo que ofrecemos en Educachild es un sistema único, exclusivo, ameno y adaptado para los más pequeños. Estamos lejos de las academias al uso con métodos tradicionales. En Educachild el niño no asocia el inglés con esfuerzo, estudio y memorización. Aunque no hablen el idioma, interactúan en inglés y pueden entenderlo.



Entrevista ► Jaime Abehsera  
DIRECTOR EXPANSIÓN HOLA FIBRA

*“El franquiciado se encarga de gestionar y comercializar la infraestructura con unos márgenes muy interesantes”*

**¿En qué consiste la franquicia holaFIBRA?**

holaFIBRA es una franquicia de gestión de infraestructuras de fibra. Inicialmente solo montamos fibra en poblaciones de más de 10.000 habitantes o zonas donde conjuntamente se llegue a esa cifra, y donde no existe ningún otro operador de telefonía. Se realiza un estudio personalizado de cada solicitud de zona mediante el desarrollo de análisis de viabilidad técnica, económica y comercial.

**¿Qué debe hacer un potencial interesado?**

Debido a los años de experiencia que disponemos dentro de la franquicia, sabemos que nuestros franquiciados lo que buscan es facilidad y simplicidad en el modelo. Tan sólo deben contactar con nosotros como central e informarnos de la zona de interés para realizar el despliegue. De ahí en adelante seremos los técnicos de holaFIBRA quienes carguemos con la mayor parte del trabajo, desde la elaboración de proyectos hasta la preventa y promoción.



Entrevista ► Mateu Calzada  
FRANQUICIADO DE LERA GESTIÓN

*“Las otras franquicias no me daban la seguridad de Lera Gestión”*

**¿Por qué Lera Gestión?**

Lera Gestión tiene muchos años de experiencia y las otras franquicias no me daban esta seguridad, que me da Lera Gestión, a la hora que tenga alguna cuestión que necesito una solución real.

**¿Tenía experiencia previa en alguno de los cinco servicios que ofrece la franquicia?**

Sí, tengo más de 30 años de experiencia, en las cinco columnas de Lera Gestión, lo que pasa es que antes, dependía de grandes empresas y tenía el apoyo de estas grandes empresas que me apoyaban y ayudaban, pero que, por desgracia, desde la crisis han desaparecido.

**¿Cómo ha sido el trato de la central?**

Está claro que se percibe cuando el comunicador con el que tratas en la central es un profesional y el trato con ellos, tanto de los gerentes como del personal en general, ha sido muy amable y sincero. Estoy satisfecho con la comunicación.



Entrevista ► Olga Avellán  
RESP. ATENCIÓN FRANQUICIADO ELIXIAN

*“Buscamos personas emprendedoras en iniciar su propio negocio en el sector de la belleza y la estética”*

**¿Cómo debe ser el franquiciado de Elixian?**

Nuestro concepto de negocio está pensado para un perfil de Franquiciado con capacidad de liderazgo. Buscamos personas organizadas, emprendedoras y comprometidas en iniciar su propio negocio en el sector de la belleza y la estética. También hemos adaptado una modalidad Implant para aquellas personas que ya disponen de un centro y deseen ampliar sus servicios contando con el apoyo de la marca y el Método Elixian.

**¿En qué se diferencia Elixian dentro del sector?**

Elixian Technology pertenece al grupo Marcadi Salud Consulting, una consultora de franquicias especializada en el Sector Salud líder en el mercado con más de 10 años de experiencia en el desarrollo de modelos de éxito. Esto nos permite disponer de la estructura necesaria para prestar un servicio integral y de calidad a nuestros franquiciados. Disponemos de un método unisex y único en España.



Entrevista ► Josep Maria Turú  
DIRECTOR EXPANSIÓN DE ALFIL.BE

*“En Alfil.be vamos codo con codo con nuestros franquiciados”*

**¿Cómo es la relación de la central y el franquiciado en cuanto a asesoramiento después de la apertura?**

Quizás este sea uno de los puntos donde recibimos un excelente. La relación con nuestros franquiciados es fundamental para poder conseguir información en tiempo real de la tendencia de compra de nuestros clientes a pie de calle. Nuestro negocio se centra principalmente en la venta de productos y por lo tanto vamos codo con codo con nuestros franquiciados.

**¿En qué consiste el programa de formación que reciben los franquiciados?**

En un proceso intensísimo de preparación tanto a nivel de estrategia de marketing como de conocimiento exhaustivo de todas las herramientas de última generación para poder optimizar la venta. Además el sistema didáctico de Alfil.be está diseñado de forma muy simple para que resulte completamente intuitivo para el franquiciado.



Entrevista ► Amadeo Blanquer  
DIRECTOR ECOX 4D-5D

*“Ninguna otra marca dispone de estructura para prestar servicio de calidad en más de 60 centros”*

**¿Qué balance hace del año?**

Este año está siendo muy positivo, ya que los emprendedores confían en nuestra fórmula de éxito probado. Actualmente hemos cumplido los objetivos para el año, con 12 aperturas y aún nos quedan varios meses para aumentar los resultados. La incorporación de la ecografía 5D está teniendo muy buena aceptación entre las embarazadas y a nivel de emprendedores hemos establecido una nueva línea de facturación con Elixian TECHNOLOGY que rentabiliza el local de Ecox4D5D con una segunda actividad.

**¿Ventajas de convertirse en franquiciado?**

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, su distribución de centros a nivel geográfico y estructura organizativa de Central permiten ofrecer un apoyo de calidad a los franquiciados.



Entrevista ► María Salas  
DIRECTORA GENERAL holaMOBI

*“Disponemos de muchas facilidades de financiación personalizadas para el franquiciado”*

**¿Es el sector de las telecomunicaciones un sector en alza en el que invertir?**

El sector de las telecomunicaciones es muy interesante desde el punto de vista de la rentabilidad y los datos demuestran que es un negocio estable frente a otros sectores cuyas marcas han sido efímeras y han desaparecido rápidamente tras un boom. Además las franquicias de autoempleo son la opción perfecta para hacer una inversión moderada. Este es el caso de holaMOBI, donde contamos con opciones de financiación personalizadas.

**¿Qué ventajas tiene ser franquiciado?**

holaMOBI es 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, hasta financiación, seguros, terminales de segunda mano y nuevos. Contamos con un exclusivo sistema de gestión, gesMOBI.



Entrevista ► Salvador Bermúdez  
DIR.COMERCIAL GRUPO INFINITY SEGURIDAD

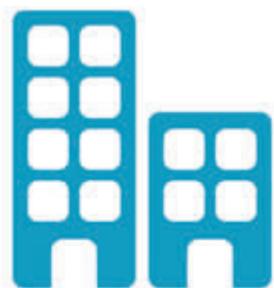
*“Empresarios y emprendedores que apuestan por un modelo de negocio en alza y sostenible”*

**¿Qué comercializa Grupo Infinity de Seguridad?**

Somos un Grupo Empresarial cuyos profesionales cuentan con una trayectoria de más de 20 años de experiencia, especializados en sistemas de seguridad, con más de 10.000 referencias en catálogo y casi 100 delegaciones en todo el territorio nacional. Comercializamos sistemas de alarma para el hogar y negocios, sistemas de circuito cerrado de televisión y CCTV digital y controles de acceso, además de servicios de Central Receptora de Alarma y vídeo a nivel nacional.

**¿Qué perfil buscan en sus delegados?**

Empresarios y emprendedores que apuestan por un modelo de negocio en alza y sostenible, y que se quieran diversificar apostando por una marca de futuro, o aquel que está desempleado y quiere dedicarse a una actividad con demanda, ser su propio jefe y conseguir una estabilidad laboral con el apoyo de nuestro equipo de Formación Técnica y Comercial.



**terraminium**<sup>®</sup>

Administración de fincas

La administración  
de fincas  
transparente



Única franquicia del sector con sistema de contabilización automático

Visítanos  
stand B28  
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 **258€/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**



## Marta González

► Directora Ejecutiva de TF Consulting



# Franquicia VS Negocio propio

El riesgo de la inversión es quizás el principal elemento que define el éxito ante el reto emprendedor. De ahí surge la duda sobre si es más conveniente para un nuevo empresario comprar una franquicia o crear una empresa desde cero.

Las pequeñas y medianas empresas tienen dificultades para abrirse camino en el

mercado y mantenerse ya que normalmente no cuentan con los recursos financieros necesarios. A esto se suma a veces la inexperiencia del emprendedor o que la mayoría carece de un proyecto estratégico definido. Lo positivo es que la inversión al empezar un negocio es menor en el caso de la franquicia.

A pesar de ello, el riesgo de sostener la inversión hasta llegar a ser rentable es muy alto y, en ocasiones, genera el cierre del negocio. Acabas por pagar los errores de la inexperiencia a un precio alto.

Dentro del Modelo de Franquicia el dueño de una marca otorga a un tercero la posibilidad de explotarla comercialmente en una zona determinada. Además le enseña los procedimientos necesarios para que la identidad del negocio original no sufra modificaciones a cambio de un importe económico.

En la explotación del negocio, se debe pagar un royalty por explotación durante la

relación entre las partes.

La principal diferencia es que la franquicia tiene un nivel de riesgo mucho menor que establecerse con una idea inicial desde cero, porque ya quemó etapas de incertidumbre y crecimiento. Precisamente por ese conocimiento y experiencia del sector es por el que el emprendedor apuesta económicamente también.

La evolución de la franquicia está llevando a generar nuevos modelos como la microfranquicia, para los pequeños emprendedores que asumen un nivel de riesgo menor.

Salud y belleza, Educación y Comercio son las áreas económicas donde existen más empresas con este sistema, aunque Moda, Entretenimiento y Hotelería empiezan también a modificar sus modelos de negocio.

Determinar el nivel de riesgo unido al nivel de inversión no es más que tener una visión a corto y también a largo.

# “Las tendencias están cambiando cada vez más. Realmente ya no existen ‘modas en franquicia’”

Andrés Gil-Nogués ► DIRECTOR DE SIF VALENCIA

**Por fin llega una nueva edición de SIF, ¿qué novedades destacarías de la feria?**

Esta nueva edición de SIF, la vigesimosexta, viene cargada de novedades que buscan un único objetivo, fomentar, más si cabe, sus servicios al apoyo de la franquicia. Por un lado, se potenciado el Canal SIF, un servicio que ofrece la posibilidad de difundir las bondades de cada uno de los negocios que se presentan en su exposición comercial a un sin fin de potenciales interesados en adquirir un concepto de negocio seguro. Por otro, se amplía el número de países que participan en los Encuentros Internacionales, sobre todo europeos, en los que SIF impulsa la internacionalización de las enseñanzas españolas a través de una agenda cerrada con los máximos responsables de franquicia de cada uno de los países que participan. Pero una de las novedades más destacada de esta edición se enmarca dentro del Aula de la Franquicia donde nace un nuevo espacio, SIF Academy, un interesante programa de conferencias técnicas y muy especializadas dirigidas a profesionales y a emprendedores, y a las que se ha convocado a conferenciantes de un gran nivel y prestigio.

**¿Cuáles son los sectores que estarán más presentes? ¿Ha habido alguna diferencia importante respecto a otros años?**

Por tradición en el sistema de franquicia español los sectores con mayor protagonismo han sido siempre la alimentación, hostelería / restauración y la moda. Es cierto que en cada edición de SIF, surgen algunos sectores con mayor representación, un año fueron los cigarrillos electrónicos, otros la depilación, yogures helados... aunque, verdaderamente, en las últimas ediciones esta tendencia está cambiando y ya no existen “modas en franquicia”. En cambio, sí que surgen sectores nuevos o sectores que vuelven después de un tiempo, como es el caso de la presencia en SIF2016 de franquicias inmobiliarias, y todo apunta a que en SIF2017 también estarán presentes. Asimismo,

cabe resaltar el interés mostrado por las entidades financieras para esta próxima edición, donde ofrecerán mecanismos de financiación a

máximos responsables de la franquicia de los países que forman la FIAF, Federación Iberoamericana de Asociaciones de

ha convertido en una excelente plataforma de formación e información que permite también a las enseñanzas participantes exponer ante un numeroso público interesado las bondades de sus negocios. En esta edición participan PGS Inmo, Carmila, Marcal Asesores, Socios Inversores y Alertaphone.

**La presencia internacional siempre ha sido un factor de peso en SIF, este año... ¿qué países estarán presentes?**

Este año contamos con la presencia de enseñanzas de 18 países, tanto de la Comunidad Europea como de Iberoamérica y Estados Unidos, entre ellos se encuentra Portugal, Francia, Italia, Croacia, Hungría, EEUU, México, Costa Rica y Uruguay. Todos ellos acuden al certamen en busca de emprendedores e inversores para hacer negocio en SIF.

**Desde su punto de vista, ¿qué balance haría de la situación de la franquicia hoy en día 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. Yo creo que el sistema de franquicia español está en un momento excelente, por ello animaría a todos los interesados en introducirse en esta fórmula de negocio, a que acudan al SIF, donde les espera, del 19 al 21 de octubre, una gran variedad de oportunidades de negocios de éxito de todos los sectores económicos con inversiones que van desde 6.000 euros.



emprendedores e inversores.

**En cuanto al programa de conferencias, ¿cuáles son las que más resaltaría?**

Es muy difícil resaltar una entre todo el programa ya que considero que cada una de ellas interesa a un público determinado. SIF en colaboración con la AEF elabora un programa en el que se debaten temas tan relevantes como la motivación, el emprendimiento, la financiación y los aspectos legales para poner en marcha una franquicia, entre otros temas. En el programa de esta edición, uno de los temas principales y que suscitara más interés será el de la internacionalización de la franquicia. Este tema se abordará con los

Franquicias, que podrán ofrecer sus puntos de vista y compartirán su experiencia del estado de este sector en cada uno de estos países. Además, durante los tres días de certamen, las principales consultoras del país participaran activamente en el programa. Sdeyf, FDS, Barbadillo Asociados, Expande Negocio, T4 Franquicias, Centro Franquicias, Consulta Franquicias, mundofranquicia, TopFranquiciaS y BeFranquicia tratarán temas claves para introducirse en el mundo de la franquicia dando su visión profesional y know how de muchos años de experiencia, así como casos de éxito y experiencias de franquiciadores. El Aula de la Franquicia se

# Los sectores de moda y salud y Belleza lideran las preferencias del emprendedor al montar una franquicia

■ La edad media con mayor interés en este sector abarca desde los 35 años hasta los 40, según datos del portal buscador Topfranquicias

El mercado de la franquicia español está integrado por un total de 1.298 enseñanzas y ha experimentado un crecimiento progresivo en los últimos años, convirtiéndose en uno de los modelos de negocio de mayor éxito del panorama nacional. Pero, ¿cuál es el perfil del español que quiere incorporarse a una red de franquicias? Emprendedores, de entre 35 y 44 años, con especial interés en sectores como el de la moda, salud, belleza, alimentación y tecnología. La definición del perfil nace de un estudio elaborado por el portal Topfranquicias. es en el primer semestre del año.

Con respecto a la edad de los usuarios interesados en emprender, el rango abarca de los 35 a 44 años, representando el 38'92% del total. En cuanto al género, se ha obtenido un resultado igualado del 50%, por lo que se deduce que no existe una preferencia por parte de hombres o mujeres al optar por la franquicia como modelo de negocio.

En la actualidad, la franquicia se ha convertido en una opción factible de autoempleo, tanto para desempleados o personas en búsqueda activa de empleo, que desean emprender en este sector. El sector de la moda con más de 230 redes se convierte en el de mayor número de enseñanzas dentro del sistema de franquicias español, coincidiendo con el interés del perfil del franquiciado a la hora de montar una franquicia. "Al embarcarse en un proyecto de franquicia, es muy importante analizar y decidir en consecuencia, haciendo un autoanálisis personal y contrastando la información obtenida con otros franquiciadores", afirma Marta González, directora ejecutiva de la consultora Topfranquicias.

Los sectores con más éxito entre los emprendedores que buscan información sobre este tipo de franquicias son los relacionados con la Moda; Salud y Belleza, Alimentación y Tecnología. Destaca el interés de los emprendedores por las franquicias de autoempleo, aquellas que implican una inversión inicial de hasta 60.000 euros.

Respecto a la localización geográfica, Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Málaga son las ciudades españolas registradas con un mayor número de consultas relacionadas con el sector de la franquicia que, el pasado año, registró una facturación de 26.991,8 millones de euros, según el informe de la Asociación Española de Franquiciadores y constituye uno

de los motores de empleo en España. La forma de búsqueda de información sobre franquicias es uno de los aspectos que también ha evolucionado en estos años. Internet se ha convertido en la vía principal para la primera toma de contacto con la

franquicia, siendo los buscadores de enseñanzas una de las principales herramientas para el emprendedor. De estas búsquedas, el 51,26 % de los usuarios prefiere usar el teléfono móvil, mientras que el 40'99% opta por utilizar el ordenador.

## Factores para analizar la viabilidad de la franquicia

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 enseñanza que más se adapte al perfil del franquiciado.

Por ello, se recomienda el análisis de una serie de factores para prever la viabilidad de la marca. Es fundamental estudiar la identidad corporativa (imagen, valores y atributos asociados, etc.), así como la trayectoria y evolución de la enseñanza, prestando especial atención al número de establecimientos abiertos y cerrados por periodos anuales, causas de cierre, etc.

La competencia, la comunicación y el marketing dentro de la franquicia, constituyen otras de las claves fundamentales.

Como el factor económico o la inversión que implica la puesta en marcha de la franquicia. Para ello hay que diferenciar entre canon de entrada, es decir, el coste de la cesión de marca por parte del franquiciador, y la inversión inicial. Valorar 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.

Más allá de tener en cuenta todas las recomendaciones analizadas 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. Son muchas las horas que se dedican al ámbito laboral, por lo que es imprescindible que constituyan una herramienta de realización personal.



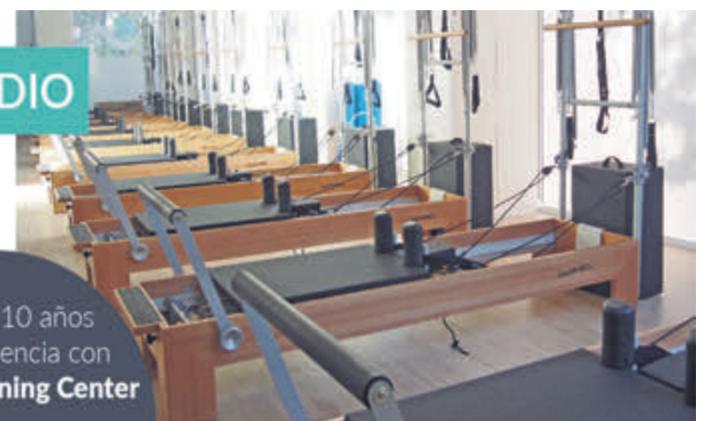
### Información:

678 365 213  
franquicias@eq-pilates.com

## FRANQUICIAS DE PILATES STUDIO

- Alta rentabilidad
- Rápida recuperación de la inversión
- Flexibilidad
- Canon desde 6.000€
- Sector en alza

Más de 10 años  
de experiencia con  
Pilates Training Center



# Guía oficial de las mejores franquicias

Agencias de Viajes

**CLICKVIAJA**  
Agencia de viajes

Canon de entrada	Desde 4.495€ + IVA (online)
Royalty	Desde 115€/mes + IVA
Canon de publicidad	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 Contacto: Oscar Alonso

**DIT GESTIÓN**  
Agencia de viajes

Canon de entrada	Desde 3.200€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 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 Contacto: Lander Arriaga

Asesoría Consultoría

**GRUPO TERRAMINIUM**  
Administración de Fincas

Canon de entrada	13.900€
Royalty	3%
Canon de publicidad	2%

**INVERSIÓN** 17.000€ (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 Contacto: Alejandro Gómez/Noemí Alaía

**ON AHORRO**  
Asesoría - Consultoría

Canon de entrada	Incluido en inversión
Royalty	No hay
Canon de publicidad	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 Contacto: Juan José Beamonte

**AHORRALIA.ES**  
Asesoría - Consultoría

Canon de entrada	Desde 4.900€
Royalty	Desde 0€
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** Desde 4.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 20m<sup>2</sup> Población: 25.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 46 Propios: 1 Franquiados: 45 Extranjero: 0

www.ahorreria.es Contacto: Salvador García

**GAH! ALDAHOTELS**  
Asesoría - Consultoría

Canon de entrada	12.000€
Royalty	Variable
Canon de publicidad	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.grupoaldahostels.com Contacto: Dpto. de Expansión

Formación

**EDUCACHILD**  
Academia de idiomas

Canon de entrada	12.000€
Royalty	7%
Canon de publicidad	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 Contacto: José Luis Torres

**LYSMON**  
Enseñanza / Formación

Canon de entrada	No hay
Royalty	500€
Canon de publicidad	150€

**INVERSIÓN** 35.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 250m<sup>2</sup> Población: 3.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 11 Propios: 4 Franquiados: 7 Extranjero: Sí

www.lysmon.com Contacto: María José García

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

Canon de entrada	12.000€
Royalty	300€ (8 horas de consulta)
Canon de publicidad	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 Contacto: Julio Gimeno Ruiz

**UCMAS**  
Enseñanza / Formación

Canon de entrada	Desde 2.500€
Royalty	Variable
Canon de publicidad	Mínimo 500€

**INVERSIÓN** 3.500€ + Constitución entidad

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No necesario Población: 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

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

www.ucmas.es Contacto: Antonio Egea

## ¡Ha nacido la Franquicia Farmaferoles!



### Farmaferoles

tu farmacia online

Farmaferoles, la parafarmacia número uno en España brinda la oportunidad de abrir franquicias y vender al precio Farmaferoles obteniendo beneficio.

Farmaferoles es líder en su sector, por las marcas que trabaja, precio al consumidor y servicio de calidad. Cuenta con muchos miles de clientes que todos los meses confían en Farmaferoles sus compras de parafarmacia.

Es difícil iniciar una actividad comercial por cuenta propia desde cero. En el sector parafarmacia, hay mucha competencia, así como infinidad de marcas y gran variedad de productos en cada una. Antes de montar un negocio es bueno comparar y observar las ofertas de los productos conocidos.

La franquicia Farmaferoles es una inversión segura, sin comisiones por publicidad, ni royalties sobre ventas. Una cuota anual de 6.000 euros da acceso al uso de la marca Farmaferoles, suministro de productos en servicio 24 horas y asesoramiento. Una gran oportunidad de autoempleo. ¡Confía en el líder!

#### ¿Por qué elegir Farmaferoles?

- Modelo de negocio flexible y adaptable a diferentes entornos y posibilidades.
- Canon de entrada de 6.000 euros.
- Rápida recuperación de la inversión.
- Alta rentabilidad.
- Suministro en servicio 24 horas.
- Asesoramiento.
- Publicidad, web y difusión de la marca a través de la central.

Analizado el sector Parafarmacia, la franquicia Farmaferoles no tiene competencia: es número 1 en ventas y supone el mejor acceso. Fácil, rápido y seguro para un inversor, una persona que desee autoemplearse o una parafarmacia en ejercicio que desee poder competir en el mercado. Si desea más información se puede contactar en la dirección email: [farmaferoles@ceysal.com](mailto:farmaferoles@ceysal.com) o acceder a la web [www.farmaferoles.com](http://www.farmaferoles.com)



# 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: 5 Propios: 2 Franquiados: 3 Extranjero: 0  
 www.leragestio.com Contacto: Seve Castro Domínguez

**VIVE SOLUCIONES INMOBILIARIAS**  
 Agencia inmobiliaria  
**Canon de entrada** Entre 15.000€ - 20.000€  
**Royalty** 680€/mes  
**Canon de publicidad** No  
**INVERSIÓN** 40.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 45m<sup>2</sup> **Población:** 50.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 17 Propios: 5 Franquiados: 12 Extranjero: 0  
 www.grupo-vive.com Contacto: José Luis Nevado

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:** 12m<sup>2</sup> **Población:** Según emplazamiento  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 97 Propios: 2 Franquiados: 95 Extranjero: 0  
 www.holamobi.com Contacto: Jaime Abehsera

**holaMOBI EMPRESAS**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 2.995€  
**Royalty** 160€/mes  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 2.995€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** Sin local **Población:** Sin mínimo  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 79 Propios: 3 Franquiados: 76 Extranjero: 0  
 www.holamobi.com Contacto: Jaime Abehsera

**MOVILREDPUBLIC**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 5.945€  
**Royalty** 120€/mes  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 15.000€

**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: Esther M. Rojas

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

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 40m<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

Papelerías - Imprentas

**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

**COPICENTRO**  
 Comercio / Imprentas / Papelería  
**Canon de entrada** No hay  
**Royalty** 200 €/mes  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 20.500€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 60m<sup>2</sup> **Población:** 12.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 68 Propios: 30 Franquiados: 38 Extranjero: 0  
 www.copicientro.net Contacto: Juan Miguel Ferrer

**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

**TINTARED**  
 Telecomunicaciones / Telefonía  
**Canon de entrada** 2.500€  
**Royalty** No hay  
**Canon de publicidad** No hay  
**INVERSIÓN** 10.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**  
**Local:** 25m<sup>2</sup> **Población:** 15.000 habitantes  
**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**  
 España: 41 Propios: 5 Franquiados: 36 Extranjero: No  
 www.franquiciatintared.com Contacto: María José Zabala

## La nueva franquicia, The Sensor Center, orientada al sector industrial



The Sensor Center ofrece soluciones para la industria alimentaria, farmacéutica, automovilística, industria plástica y en general para todos los procesos automatizados.

Hemos desarrollado fuertes relaciones con proveedores de componentes de automatización que nos permiten dar soluciones a la mayoría de aplicaciones, mediante sistemas de visión artificial, sistemas de medición, sensores y controles de seguridad.

Trabajamos con personal altamente cualificado en el desarrollo de software para aplicaciones a medida y trabajamos con las principales marcas para aplicaciones estándar.

The Sensor Center proporciona asistencia técnica y apoyo a los franquiciados para que puedan ofrecer las mejores soluciones a las aplicaciones de sus clientes.

Nuestro equipo empezó en 1999 a trabajar con visión artificial y desde entonces hemos resuelto aplicaciones para la mayoría de sectores. Desde pequeños automatismos a control de trazabilidad para industria farmacéutica.

Ofrecemos servicio de llave en mano, y añadimos a nuestros sistemas personalizados desarrollados por nuestros ingenieros de software, los diseños y fabricación de piezas para adaptar el sistema a cualquier parte del proceso de fabricación.

En la franquicia The Sensor Center trabajamos para desarrollar la mejor solución para que cada uno de nuestros franquiciados garanticen a sus clientes la mejor solución en su proceso de producción y asegurar la máxima calidad en sus productos.

Sin necesidad de local. Sin stock. Trabajando desde casa. Baja inversión. Alta rentabilidad. Zona de exclusividad. Asistencia permanente.

Si desea más información no dude en contactar con Rubén López en: info@thesensorcenter.com

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

# Guía oficial de las mejores franquicias

Alimentación

<b>EROSKI CITY</b>	
Alimentación	
<b>Canon de entrada</b>	No hay
<b>Royalty</b>	1,68% (Incl. gasto de transporte)
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	Desde 600€/m <sup>2</sup>

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 200m<sup>2</sup> Población: No requiere

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 2.376 Propios: 1.876 Franquiados: 500 Extranjero: 0

www.eroski.es

Contacto: Antonio Infante

<b>LA DESPENSA EXPRESS</b>	
Alimentación	
<b>Canon de entrada</b>	No hay
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	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

Restauración

<b>POMODORO</b>	
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas	
<b>Canon de entrada</b>	15.000€
<b>Royalty</b>	1.000€/mes
<b>Canon de publicidad</b>	200€/mes
<b>INVERSIÓN</b>	80.000€

## REQUISITOS MÍNIMOS

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

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 48 Propios: 6 Franquiados: 42 Extranjero: 0

www.pomodoropizza.es

Contacto: Dpto. Comercial

<b>LA ANDALUZA</b>	
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas	
<b>Canon de entrada</b>	No hay
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	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

<b>KROKETERÍA DE TÍA PETRA</b>	
Restaurantes Temáticos	
<b>Canon de entrada</b>	14.900€
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	Variable según local

## REQUISITOS MÍNIMOS

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

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

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

www.kroketeriadetiapetra.com

Contacto: María José Zabala

<b>KURZ&amp;GUT</b>	
Cervecerías / Vinos / Tapas / Copas	
<b>Canon de entrada</b>	18.000€
<b>Royalty</b>	4% sobre VNSI
<b>Canon de publicidad</b>	2% sobre VNSI
<b>INVERSIÓN</b>	1.200€/m <sup>2</sup>

## REQUISITOS MÍNIMOS

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

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 13 Propios: 5 Franquiados: 8 Extranjero: 0

www.kurz-gut.com

Contacto: José Luis Fernández

<b>BOLAS DE HELADOS ARTE-SANOS</b>	
Heladerías / Yogurterías	
<b>Canon de entrada</b>	10.000€
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	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

<b>YOGURISSIMO</b>	
Heladerías / Yogurterías	
<b>Canon de entrada</b>	No hay
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	35.000€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: No relevante Población: No relevante

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

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

www.yogurissimo.com

Contacto: Esteban García Gurdíel

Moda

<b>9,90 NUEVENOVENTA</b>	
Moda / Ropa	
<b>Canon de entrada</b>	6.000€
<b>Royalty</b>	No hay
<b>Canon de publicidad</b>	No hay
<b>INVERSIÓN</b>	15.000€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: No relevante Población: Según ubicación

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 19 Propios: 1 Franquiados: 18 Extranjero: No

www.nuevenoventa.net

Contacto: Fermín Criado

<b>MAXI DIEZ - TODO A 10€</b>	
Moda / Ropa	
<b>Canon de entrada</b>	No hay
<b>Royalty</b>	0€
<b>Canon de publicidad</b>	0€
<b>INVERSIÓN</b>	Desde 15.850€

## REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 35m<sup>2</sup> Población: 5.000 habitantes

## Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 105 Propios: 21 Franquiados: 84 Extranjero: 3

www.franquiciamaxidiez.com

Contacto: Luis Miguel Ruiz

## Dándara, la franquicia de moda para la mujer de hoy



Dándara es una empresa de reconocido prestigio en el sector con casi treinta años de experiencia como fabricante y comercializador de moda femenina y complementos. La marca Dándara nació con la idea de responder a las necesidades de la mujer de hoy que demanda elegancia y naturalidad a la hora de vestir pero también comodidad para hacer frente a la vorágine de las grandes urbes.

Dándara goza hoy día de una posición muy competitiva en el sector de moda femenina gracias a una excelente política de precios basada en unos costes de fabricación relativamente bajos. Pero la verdadera clave de su éxito radica en la rapidez de su servicio, unos altos estándares de calidad y una desarrollada tecnología de producto. Dándara cuenta con un volumen importante de producción y una logística adecuada, lo que le permite desarrollar una política de precios muy competitiva adaptada a las necesidades de un público joven que demanda la mejor moda al mejor precio.

El perfil idóneo para poner en marcha una tienda Dándara es el del franquiciado-gestor, que invierte su capital en el negocio pero también dedica tiempo y esfuerzo al control de la actividad y resultados, involucrándose en la marcha diaria del negocio. "Actualmente nuestro mayor objetivo es lograr una mayor expansión internacional mayor y seguir posicionándonos en el mercado nacional", afirma Ángel Burgueño, Director General de la enseña. No se necesita disponer de una calificación técnica específica, sino que basta con tener cierta experiencia comercial previa, entusiasmo y dedicación, personas que tengan interés por el mundo de la moda. Ofrecemos apoyo y formación continuada. Dándara quiere y saber estar al lado de sus franquiciados en todo momento. Trabajamos y nos involucramos con nuestros franquiciados para obtener un éxito mutuo.

"La verdadera clave de nuestro éxito radica en la rapidez de nuestro servicio logístico, unos altos estándares de calidad y una desarrollada tecnología de producto. Además, nuestras prendas tienen un diseño actual y propio desarrollado por estilistas y diseñadores de reconocido prestigio, grandes conocedores de las últimas novedades de las ferias internacionales; perseguidores de comodidad y sensualidad, tejidos de calidad y cortes sencillos pero modernos", explica Burgueño.

# DÁNDARA

# La franquicia, una historia de éxitos

■ ¿Sabes cómo surgió este modelo de negocio? ¿Y cuándo llegó a España? Estas son las claves de la trayectoria de uno de los modelos empresariales más importantes del mundo

¿Cuándo y dónde nace el modelo de franquicia? Algunos expertos hablan de las fábricas de cerveza como las primeras impulsoras del sistema, aunque no fue hasta la llegada de máquinas de coser Singer cuando realmente se asentó este concepto de negocio. Su creador, Isaac Singer, fue el primero en licenciar su producto de forma masiva. Tras inventar la máquina de coser, Singer ideó un método para vender su producto de forma masiva: vender los derechos a negocios locales para que comercializaran las máquinas de coser y enseñar así a los compradores a utilizarlas. Esto permitió que su empresa creciera rápidamente y alcanzase un gran éxito. Un primer paso que ha dado lugar a la expansión de este modelo empresarial.

El sistema de franquicias se aceleró en Estados Unidos con el surgimiento de restaurantes de comida rápida en la década de los 50, en que el mayor éxito fue el que alcanzó McDonald's. De hecho, McDonald's es conocido como el sistema de franquicias más exitoso del mundo. En el caso de España, los orígenes de la franquicia se remontan a principios de los años 60 cuando empresas de origen francés como Pingouin Esmeralda, Descamps o Rodier introdujeron sus cadenas de establecimientos. Otras empresas, esta

vez de origen español como Pronovias, consolidaban también sus propias cadenas de tiendas. Ya en los años setenta, la franquicia recibe un nuevo impulso con la llegada de una segunda oleada de franquicias europeas y la implantación en España de importantes enseñas de procedencia norteamericana.

La franquicia recibe un nuevo impulso con la llegada de una segunda oleada de franquicias europeas y la implantación en España de importantes enseñas de procedencia norteamericana como Burger King y McDonald's.

Sin embargo, es realmente en la década de los 90 cuando se consolida el modelo de la franquicia en España y alcanza su época de madurez. Desde entonces, la franquicia no ha parado de crecer. En el año 1995 la nómina de franquiciadores activos se elevaba a 281 con más de 24.000 establecimientos.

## La franquicia llega a la gran pantalla



La franquicia también está presente en el mundo del celuloide. Con la película El fundador (2016), el director John Lee Hancock narra su particular versión del nacimiento de McDonald's como franquicia. Ray Kroc (Michael Keaton) es un viajante de poca monta que recorre Estados Unidos tratando de vender batidoras. Un pedido inusual le lleva al sur de California. Allí conoce a los clientes que le han encargado media docena de batidoras, son los hermanos Dick (Nick Offerman) y Mac McDonald (John Carroll Lynch). Ambos dirigen una innovadora hamburguesería que tiene gran afluencia de público. Se trata de un autoservicio con un menú limitado a hamburguesas, patatas fritas, refrescos y batidos, y cuyo servicio es ultrarrápido: hamburguesas en 15 segundos. Kroc queda impresionado y ve una gran posibilidad de negocio. Enseguida calcula las ganancias de poner franquicias a lo largo del país y ve una oportunidad de negocio clara, pero los hermanos McDonald no están interesados en hacerlo ellos mismos.

Director: John Lee Hancock

Guión: Robert D. Siegel

Género: Biopic



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



- 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

Visítanos en SIF 2017  
Stand B28

# Guía oficial de las mejores franquicias

Perfumería - Cosmética - Herboristería

**PERFUMHADA**

Perfumería

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

**INVERSIÓN** 5.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: A medida Población: 40.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

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

www.perfumhada.es Contacto: Francisco Javier Sánchez

**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

**ECO4D-5D ECOGRAFÍA EMOCIONAL**

Servicios médicos

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

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

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: Opción con/sin local Población: 50.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 64 Propios: 2 Franquiados: 62 Extranjero: 10

www.ecox4d.com Contacto: Abelardo Martínez

**BEAUTY MAX**

Belleza / Estética

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

**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

**LA BOTICA DE LOS PERFUMES**

Perfumería

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: 103 Propios: 11 Franquiados: 92 Extranjero: 1

www.laboticadelosperfumes.com Contacto: Antonio Loredó

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

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 32 Propios: 12 Franquiados: 20 Extranjero: 0

www.centrodietetico.es Contacto: Eduardo Vicario

**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

**TACTO DEPILACIÓN LASER**

Belleza / Estética

Canon de entrada	10.000€
Royalty	6%
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 50.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 45m<sup>2</sup> Población: 30.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 11 Propios: 7 Franquiados: 4 Extranjero: Sí

www.tacto.es Contacto: Andrea

**ELIXIAN TECHNOLOGY**

Belleza / Estética

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

**INVERSIÓN** 24.900€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: Opción con/sin local Población: 20.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 6 Propios: 2 Franquiados: 4 Extranjero: 0

www.elixian.es Contacto: Abelardo Martínez

## Perfumhada: Un perfume a medida a coste cero



## UN PERFUME A MEDIDA A... COSTE CERO

Perfumhada, expertos en perfumería de alta calidad e innovadores mundiales del sector de la perfumería con su PROYECTO MINE (DO IT YOUR SELF) ponen a disposición del franquiciado diferentes modelos de tiendas muy atractivos para la inversión, totalmente adaptados a tu bolsillo, y con una rentabilidad asegurada, destacando su modelo de tienda COSTE 0, única franquicia que ofrece esta posibilidad en el mercado. La alta calidad de sus perfumes, elaborados por un perfumista reconocido internacionalmente, Jimmy Boyd, y su equipo de profesionales especializados en I+D, que han lanzado al mercado un producto único mundialmente, el Ikea de la Perfumería, MINE, (mío). Basado en el concepto "Do it yourself" (hazlo tú mismo) MINE permite personalizar todas tus líneas aromáticas (perfume, gel, crema corporal, after shave, body mist, ambientación...) a precios más que competitivos. El mercado de la perfumería y cosmética está de nuevo en crecimiento y se acerca la mejor fecha del año para invertir, más del 30% de facturación de este sector, se realiza en los últimos meses del año. Por este motivo y sólo durante el mes de octubre ofrecen algo muy especial, te regalan un viaje para dos personas a Grasse, capital europea del perfume, el mejor lugar para conocer el apasionante mundo de la perfumería.



Belleza - Servicios Especializados

# Guía oficial de las mejores franquicias

Servicios y Comercios Especializados

**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: 15.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 77 Propios: 2 Franquiados: 75 Extranjero: Si

www.grupoinfinityseguridad.es Contacto: M<sup>a</sup> José Muñoz

**INFOTACTILE**

Publicidad / Comunicación / Marketing

Canon de entrada	Incluido en inversión
Royalty	10% de la facturación mensual
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 36.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No precisa Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 34 Propios: 2 Franquiados: 32 Extranjero: 1

www.infotactile.com Contacto: Juan Beltrán

**MI CASA**

Hogar / Decoración / Mobiliario

Canon de entrada	9.000€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	200€

**INVERSIÓN** Desde 45.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 85-200m<sup>2</sup> Población: 20.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 64 Propios: 21 Franquiados: 43 Extranjero: 8

www.tiendasmicasa.com Contacto: Jose García

**AMBISEINT**

Servicio especializado

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

**INVERSIÓN** Desde 12.500€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No precisa Población: 60.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 56 Propios: 6 Franquiados: 50 Extranjero: No

www.ambiseint.com Contacto: Fernando Castillo

**ANIMAL PARTY**

Entretenimiento y ocio

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

**INVERSIÓN** Desde 26.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: 150-250m<sup>2</sup> Población: 80.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 15 Propios: 0 Franquiados: 15 Extranjero: 1

www.animalparty.es Contacto: Ingrid Pojer

**DIGITAL ASISTENCIA**

Reparaciones Tecnológicas

Canon de entrada	20.000€ + IVA
Royalty	Si
Canon de publicidad	No hay

**INVERSIÓN** 4.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No relevante Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 21 Propios: 1 Franquiados: 20 Extranjero: 0

www.digitalasesores.com Contacto: Christopher Windsor

**INTERDOMICILIO**

Servicio a domicilio y asistencial

Canon de entrada	17.900€
Royalty	3,50%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** 35.000€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

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

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 34 Propios: 1 Franquiados: 33 Extranjero: 10

www.interdomicilio.com Contacto: Alejandro Calle

**DEVUELING**

Internet / Comercio Online

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

**INVERSIÓN** 3.250€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No precisa Población: No precisa

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 86 Propios: 86 Franquiados: 0 Extranjero: 4

www.grupodevuelving.com Contacto: Juan Antonio Manchado

**OVERNEWS**

Publicidad / Rotulación

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

**INVERSIÓN** 995€ + IVA

**REQUISITOS MÍNIMOS**

Local: No necesario Población: No relevante

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

España: 13 Propios: 9 Franquiados: 4 Extranjero: No

www.grupoovernews.com Contacto: Julio Garrido

**NIK&GO**

Entretenimiento y ocio

Canon de entrada	Desde 9.900€
Royalty	3%
Canon de publicidad	1%

**INVERSIÓN** Desde 13.300€

**REQUISITOS MÍNIMOS**

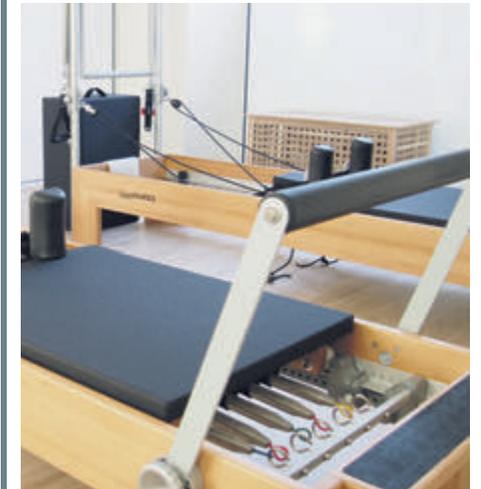
Local: No necesario Población: 30.000 habitantes

**Nº DE ESTABLECIMIENTOS**

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

www.nikandgo.com Contacto: Martin Recondo

## ¿Qué es EQ Pilates & Salud?



EQ es una franquicia de centros de Pilates Studio (máquinas) que surge a raíz de la prestigiosa marca Pilates Training Center con 11 centros de Pilates Studio en funcionamiento y más de 10 años de experiencia en el sector a nivel nacional.

"Para nosotros la experiencia del usuario es lo más importante por lo que cuidamos todos los detalles desde que el cliente entra por la puerta hasta que sale del centro por lo que el trato al cliente juega un papel fundamental", afirman desde la central.

EQ propone un modelo de negocio de probado éxito y proporciona al nuevo franquiciado un servicio integral que abarca desde el momento previo a la apertura del centro hasta su consolidación y mantenimiento proporcionando un seguimiento continuo.

Desde la central se ofrece a los franquiciados condiciones especiales con nuestros proveedores de confianza referente a equipamiento, rotulación y vinilos, imprenta, gestora, etc. Incluimos un software de gestión avanzado para el centro.

Para facilitar el arranque inicial también les ofrecemos la posibilidad de financiación de la inversión con Banco Sabadell.

### ¿Por qué elegir EQ?

- Modelo de negocio flexible y adaptable a diferentes entornos y posibilidades.
- Canon de entrada variable desde 6.000€.
- Rápida recuperación de la inversión.
- Alta rentabilidad.
- Formación inicial y continua.
- Exclusividad territorial.
- Publicidad, web y difusión de la marca a través de la central

Unirse a nuestra marca EQ es asegurarse un soporte fiable y experto. Si tiene pensado invertir en salud y bienestar abra su propio centro de Pilates. Si desea más información puede contactarnos a la dirección email franquicias@eq-pilates.com.



Entretenimiento y Ocio

# La rentabilidad y el medio ambiente se alían en las franquicias ecológicas

■ La comercialización de productos de cosmética natural, los supermercados ecológicos o los nuevos modelos de energía renovable protagonizan el sector de las enseñanzas ecofriendly

Las franquicias ecológicas, también conocidas como verdes, nacen para que vivamos en un planeta menos contaminado y en un mundo más sano. Cada día son más las enseñanzas que deciden sumarse al concepto medioambiental, creando en los clientes una imagen de marca positiva gracias a su conciencia ecológica. Y cuando se trata del sistema de franquicias tampoco se queda atrás. Por eso, emprender en una franquicia ecológica contribuye, de esta forma, a convertir el planeta en un mejor

lugar sin dejar a un lado el hecho de que ser una excelente alternativa empresarial.

Las enseñanzas calificadas de ecológicas o verdes presentan la gran ventaja de basar su filosofía de negocio en explotar al máximo todos los residuos y convertirlos en algo útil para la sociedad, lo que supone una menor inversión en materia prima. Un sistema de trabajo por el que se concluye que este tipo de franquicias resultan a medio-largo plazo más económicas que las empresas tradicionales.

Los modelos de negocios basados en energías renovables han llegado para quedarse, siendo el ejemplo del sector del automóvil. Aunque no es el único. En el mundo de la franquicia también encontramos ideas de negocio ecológicas centradas en comercializar productos de limpieza, higiene personal a granel y cosmética natural. Una situación similar se produce en el sector de la alimentación. Aunque la distribución alimentaria convencional copa el mercado, los

supermercados ecológicos están haciéndose un hueco en el centro de las principales ciudades y comienzan a convertirse en una opción de autoempleo rentable para los amantes de lo *ecofriendly*. Todo ello sin obviar a las empresas de reciclaje de muebles y ropa que tratan estos productos minimizando el impacto ambiental que generan.

Esta es sólo una muestra de algunas de las franquicias ecológicas que triunfan actualmente en el panorama nacional:



## Ganamos Reciclando

Ganamos Reciclando es la primera empresa en España en incorporar máquinas de reciclaje con incentivos para premiar la acción de reciclar. Un modelo de negocio que aporta al sector franquicia una enseña verde para aquellos emprendedores interesados en invertir en el planeta. Esta enseña nace de la necesidad de concienciación ciudadana sobre el reciclaje selectivo y ha sido impulsada por un equipo compuesto por gente joven, dinámica e innovadora, que cree que existe otra manera de realizar el reciclaje selectivo.

## Disconsu

Esta franquicia está especializada en el consumible tanto original como compatible. La empresa da sus primeros pasos en el año 2008 dentro del Grupo Discount. Entre sus ventajas y elementos diferenciadores destaca la comercialización con la misma competitividad de productos originales que los productos compatibles con su propia marca; fabricación

y fabricantes especializados, y elevada calidad del producto final en relación a la competencia. La franquicia rentable también ofrece a sus clientes otros servicios añadidos vinculados al área de la impresión, tales como la reparación de impresoras, mantenimiento de periféricos, recogida gratuita de cartuchos y tóner vacíos, intercambio de consumibles o asesoría en la compra de nuevas máquinas de impresión.

## Onahorro

Es una empresa líder en reducción de costes a empresas y a particulares en todos aquellos recibos que se pagan en el día a día, que van desde los gastos en Energía (Luz y Gas), Seguros, Telecomunicaciones (fijo, móvil, internet), estudios en Eficiencia Energética y todo ello sin coste alguno para los clientes. "Desde hace más de veinte años en el mercado energético podemos llegar a bajarle la factura de la luz hasta un 60% en consumo energético", explican desde la central. Las franquicias Onahorro son el presente y el

futuro de la tecnología Led unida a nuestros productos de Ahorro.

## A Green Space

"Somos la única franquicia del sector en comercializar todos los tipos de instalaciones y productos provenientes de las distintas fuentes de energías renovables, oferta con la que abarcamos a cualquier tipo de cliente". Esta es la carta de presentación de la franquicia A Green Space. Su filosofía empresarial se centra en el ahorro que ofrece el sector de las energías renovables. Desde la central de A Green Space ofrecen al emprendedor la oportunidad de sumarse a la enseña con mayor número de franquicias a nivel nacional e internacional. Además, desarrollan un programa de formación y asesoramiento técnico y comercial en los procesos de venta.

## Supersano

Esta franquicia se basa en el concepto de supermercado ecológico donde el cliente encontrará productos orgánicos como

alimentos bio, plantas medicinales, cosmética natural y productos del hogar. Una dilatada experiencia en el sector de la distribución alimentaria, probada en sus puntos de ventas en constante ampliación. Además, de cara al franquiciado, desde la central desarrollan un programa de Formación y Asistencia, inicial y continuada, y le ofrecen un sistema informático propio, que permite una gestión profesionalizada del punto de venta aunque no se cuente con experiencia previa en el sector.

## La Botica de los Perfumes

La franquicia La Botica de los Perfumes ofrece 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. La línea natural de La Botica de los Perfumes no contiene aromas sintéticos, ni conservantes y perfumes artificial cubriendo todas las demandas de los consumidores.

# Terraminium incorpora un sistema único de contabilidad para las administraciones de fincas

- La franquicia líder del sector cuenta con más de 70 oficinas y 3.000 comunidades de vecinos en todo el territorio nacional

**terra<sup>minium</sup>**  
Administración de fincas

La Administración de Fincas transparente

**+3.000**  
comunidades administradas por nuestros asociados

**50% ahorro**  
hasta 50% de ahorro en los gastos de las comunidades gestionadas por Terraminium

Terraminium, la red de administraciones de fincas líder en el sector de la franquicia en España, desarrolla un sistema de gestión único que permite a las administraciones de fincas

que integran la red realizar una contabilidad global de sus cuentas y proveedores. Esta es una de las herramientas de innovación tecnológica para mejorar el día a día de los asociados y que

ha sido desarrollada por su departamento de I+D. En la actualidad, la compañía cuenta con más de 70 oficinas en toda España y gestiona en torno a 3.000 comunidades.

“Cuando nos planteamos la utilización de esta tecnología no queríamos hacer algo parecido a lo que ya estaba en el mercado”, asegura Alejandro Gómez, responsable de la franquicia. El innovador sistema de gestión contable integral, denominado Board, permite al administrador de fincas o franquiciado estar al día de la facturación y otros datos económicos de interés, además de generar un informe de mantenimiento sobre todos los movimientos realizados de manera inmediata.

La franquicia de Administración de fincas se ha consolidado dentro del mercado gracias a su principal ventaja, Terranet, una plataforma o software que facilita la labor de los asociados y reduce los costes de las comunidades de vecinos entre un 20 y un 50%. Una plataforma que se define por su transparencia y una eficaz gestión informatizada. Terraminium es la franquicia líder en el sector de la Administración de fincas y la única red certificada con la norma ISO 9001 y 14001 en gestión de calidad.

Otra de las grandes apuestas que Terraminium ha desarrollado es el sistema Autobanking, sin

duda la tecnología más avanzada a la hora de contabilizar todos los movimientos contables de una comunidad, que consigue ahorrar hasta un 90% de tiempo en la realización de una contabilidad tradicional y evita cualquier error. El sistema también ha sido desarrollado en exclusiva por el equipo de Desarrollo y Tecnología de Terraminium.

Su principal ventaja, Terranet, una plataforma o software que facilita la labor de los asociados y reduce los costes de las comunidades de vecinos entre un 20 y un 50%.

Asimismo, gracias a la labor institucional de Terraminium, la franquicia dispone de acuerdos con las principales aseguradoras europeas y con un gabinete de asesoramiento único, ofreciendo así las mejores coberturas que pueda existir en el mercado. “El compromiso de Terraminium es siempre velar por el interés de nuestros clientes asegurando los mejores acuerdos a los precios más ventajosos”, asegura Gómez.

Si eres fisioterapeuta,  
inversor o emprendedor  
¡aquí puedes montar tu propia clínica!

desde **15.900€** un nuevo  
+ IVA concepto de  
incluye material inicial **fisioterapia**

Te lo ponemos muy fácil ¡No estás solo!

Además ahora, ofrece a tus clientes nuestros servicios de

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

**FISIO360°**

#SomosFisios

Más información y contacto

T. 952 254 154 | expansion@fisio360.es

fisio360.es



FISIO360°  
beauty



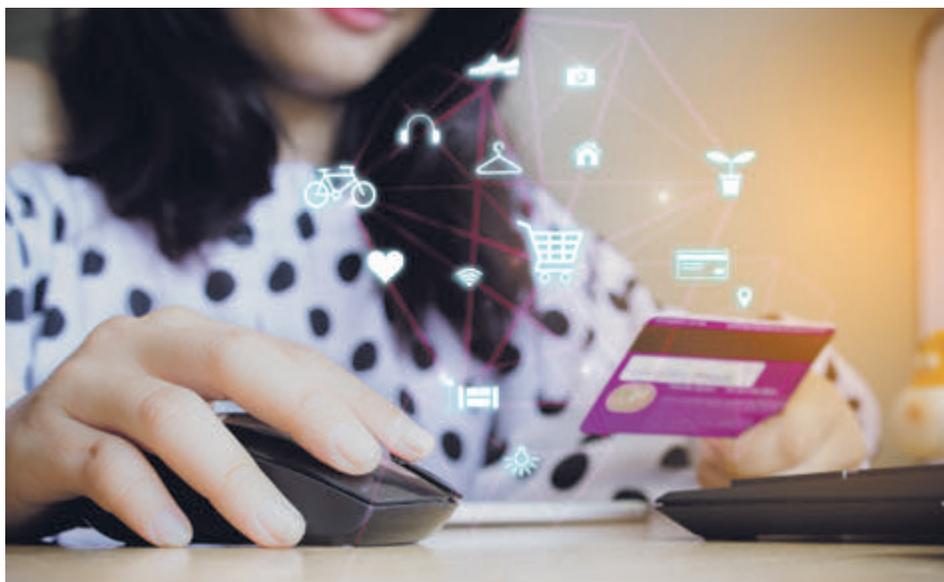
FISIO360°  
sport

# El nuevo fenómeno de las franquicias online se consolida como modelo de éxito

■ Uno de los principales beneficios de este tipo de enseña, frente al concepto tradicional de comercio, es que permite una mayor expansión del negocio y llegar a un público más amplio

El comercio online se ha consolidado en los últimos años como la gran alternativa de negocio para muchos emprendedores e inversores que se adentran en una nueva aventura empresarial. Al menos así lo determina un informe del Consejo Económico y Social (CES), el cual prevé que casi el 90% de las tiendas online verá crecer sus resultados en el presente ejercicio. Actualmente España es el cuarto país de la Unión Europea en el ranking de ventas online y un tercio de la población ya efectúa sus compras a través de Internet. Un modelo de negocio al que ha subido sumarse con éxito el mundo de la franquicia.

Los sectores propios de las agencias de viajes, los operadores turísticos, las empresas de mensajería y transporte o las de imprenta son los que mejor han sabido aprovechar los beneficios del comercio online dentro del mercado de la franquicia. La evolución exponencial que han registrado las nuevas tecnologías en los últimos años ha hecho que el modelo de franquicia ya



no sólo se limite a negocios físicos con locales repartidos por un determinado territorio. Incluso los centros comerciales han reconocido los beneficios del llamado E-commerce y su

imparable crecimiento y se han sumado a ello generando buenos resultados. De hecho, son las franquicias con sistemas combinados, es decir, con punto físico y tienda online, las que priman en el mercado.

Pero, ¿cuáles son realmente esas ventajas que han convertido a las franquicias online en una de las opciones más rentables? Una de las más relevantes es que permite una mayor expansión del negocio frente al comercio tradicional; asimismo, requiere una inversión inicial menor y el canal online trabaja más la fidelización del cliente final, etc. Sin embargo, este tipo de franquicia aún tiene retos por delante. Así lo señala Ebay en su último informe: los usuarios todavía creen que las tiendas físicas ofrecen mayor confianza al consumidor y un mejor servicio postventa. Algunos ejemplos de franquicias online son: Portaldetuciudad.com, la enseña de asesoría en tiendas físicas y online, Comerci00s o CityPlan entre otras.

**devuelving.com**

## un centro comercial online

Un claro ejemplo de la apuesta por el modelo de tienda online es el de la franquicia Devuelving.com. Esta enseña ofrece la posibilidad de crear una tienda online con disposición artículos de gran consumo y de primeras marcas de varios y diferentes sectores. Este modelo permite al franquiciado de Devuelving.com disponer de más de 11.000 productos de altísima calidad a precio de mayorista, así como gestionar totalmente su sistema de negocio, estableciendo los precios de venta, las ofertas, promociones a clientes, etc.

Pero como todo modelo de franquicia, las nuevas tecnologías no restan apoyo de la central a los asociados. Devuelving.com aporta la experiencia de los profesionales que actúan asesorando y ayudando a los franquiciados, así como asumir la parte administrativa, logística e informática sin ningún coste adicional.

La inversión por parte del nuevo franquiciado es tan sólo de 3.250€ y no conlleva royalties ni la compra de ningún producto posteriormente. Además, la central de Devuelving.com permite al

franquiciado elegir el dominio que prefiera, el nombre de la tienda y todo tipo de personalizaciones.

### ¿Cuál es el perfil del franquiciado de Devuelving?

“No hay ningún perfil exacto, ya que con todo el soporte que ofrece la franquicia no es necesaria ninguna experiencia previa. Una de las particularidades de la franquicia es que después del canon inicial no vuelve a haber ningún pago posterior, lo cual hace que tengamos una diversidad muy grande de franquiciados”, afirma Juan Antonio Manchado, director Expansión. Para tener esta franquicia es suficiente con ser emprendedor y querer entrar en un negocio de presente y sobre todo de futuro. Más allá de que el franquiciado pueda montar un gran negocio por una inversión muy pequeña, las ventajas de la marca radican en que el asociado tendrá un negocio sin riesgo ya que después de la inversión inicial no tendrá que pagar nada más en ningún momento, lo cual le garantiza recuperar siempre la inversión inicial. El franquiciado tendrá un negocio con gran experiencia y recursos donde no tendrá que comprar ningún producto, no necesitará local, personal, ni tendrá gastos mensuales. Consulta en [www.grupodevuelving.com](http://www.grupodevuelving.com) o solicita más información en [expansion@devuelving.com](mailto:expansion@devuelving.com)



**perfuval**  
PERFUMERÍAS Y COSMÉTICOS

Máxima Calidad - Mejores Precios

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

Perfume 50 ml

1€ menos  
AL RETORNAR TU ENVASE  
EN TU PRÓXIMO PERFUME

Perfume 100 ml

8<sup>95</sup> €

12<sup>95</sup> €

HASTA UN 17% DE ESENCIA  
EN TODOS LOS PERFUMES

Hasta 200 fragancias  
para hombre y mujer

# #SIF2018

**25, 26, 27**  
**OCTUBRE DE 2018.**  
**LAS FRANQUICIAS**  
**ESTARÁN**  
**EN VALENCIA**

## Salón Internacional de la Franquicia

VALENCIA - SPAIN OCTUBRE 2018

We ♥ Franchising

ORGANIZADO POR:



CON EL APOYO DE:



SEDE OFICIAL DE:



[WWW.MONTAUNAFRANQUICIA.COM](http://WWW.MONTAUNAFRANQUICIA.COM)

# PROGRAMA de ACTIVIDADES

## Jueves 19 de octubre

MAÑANA

- 🕒 09:00h. **Apertura de la feria**
- 🕒 10:00h. **Inauguración Aula Franquicia**
- 🕒 10:30h. **La franquicia en el mundo: Iberoamérica**
- 🕒 11:30h. **Mesa Redonda: La restauración en franquicia**  
**PONENTES >** La Parrilla, smöoy, Compañía del Trópico, foodbox...
- 🕒 12:15h. **Conferencia "PGS Inmo Invest, la franquicia de los emprendedores"**  
**PONENTES >** Director de PGS Inmo Invest Conferencia, Ricardo Villaluenga
- 🕒 12:35h. **Conferencia "El futuro digital del administrador de fincas"**  
**PONENTES >** Director de Expansión del Grupo Margal, Rafael Martín
- 🕒 12:55h. **Conferencia "Cómo financiar tu empresa a través de crowdfunding"**  
**PONENTES >** Fundador y CEO de Socioinversores.com, Javier Villaseca
- 🕒 13:15h. **Competencias clave para dirigir tu franquicia**

TARDE

- 🕒 17:00h. **Conferencia "¿Cómo franquiciar mi negocio?"**  
**PONENTES >** Director General de FDS Group, Adrián Soler
- 🕒 17:30h. **Conferencia "Una buena selección como clave del éxito en franquicia"**  
**PONENTES >** Dir.ª de Marketing de Barbadillo Asociados, Teresa Zamora



## Sábado 21 de octubre

- 🕒 09:00h. **Apertura de la feria**
- 🕒 10:15h. **Conferencia "Claves para franquiciar tu negocio con éxito"**  
**PONENTES >** Dir. de Consultoría de Consulta Franquicia, Juan Gutiérrez
- 🕒 10:45h. **Conferencia "Factores críticos de éxito en la expansión de una franquicia"**  
**PONENTES >** Socio Dir. de Operaciones de Mundofranquicia, Pablo Gutiérrez

## Viernes 20 de octubre

- 🕒 09:00h. **Apertura de la feria**
- 🕒 10:15h. **Inicio SIF Academy. "La trayectoria que va de la idea al éxito"**
- 🕒 10:30h. **Conferencia "Entender cómo está el mundo para invertir en ideas de éxito"**  
**PONENTES >** José María Gay de Liébana
- 🕒 11:30h. **Conferencia "El caso Hawkers: las claves del éxito"**  
**PONENTES >** Cofundador de Hawkers, David Moreno
- 🕒 12:15h. **Conferencia "La importancia de formarse para invertir con éxito"**  
**PONENTES >** EDEM, Juan Antonio Carrasco
- 🕒 12:35h. **Conferencia "Ponerse de acuerdo para triunfar"**  
**PONENTES >** Periodista Debate TVE, Julio Somoano
- 🕒 12:55h. **Conferencia "El fenómeno fan de Hombres G: cómo gestionar el éxito de forma normal"**  
**PONENTES >** Líder de Hombres G, David Summers
- 🕒 16:30h. **Conferencia "Lo que nadie te cuenta a la hora de franquiciar tu negocio. Casos prácticos"**  
**PONENTES >** CEO de Expandenegocio, Rubén Calleja
- 🕒 17:00h. **Conferencia "Experiencia franquiciadora: los errores más comunes de nuevos franquiciadores"**  
**PONENTES >** Socio Director de T4 Franquicias, José Aragonés
- 🕒 17:30h. **Conferencia "Luces y sombras del contrato de franquicia"**  
**PONENTES >** Socia Directora de Centro Franquicias, Mª Susana Fernández
- 🕒 18:00h. **Acto de entrega del XXIII Premio Nacional de Franquicia 2017**



**Farmaferoles**  
tu farmacia online  
[www.farmaferoles.com](http://www.farmaferoles.com)

Monta tu franquicia de Parafarmacia  
**Farmaferoles**

Vende al mejor precio  
Obtén **Beneficio**



# SIF2017 trae SIF ACADEMY, la primera Escuela Inspiracional de la Franquicia

S I F A C A D E M Y



JOSÉ MARÍA  
GAY DE  
LIÉBANA



DAVID  
SUMMERS



JUAN  
ANTONIO  
CARRASCO



JULIO  
SOMOANO



DAVID  
MORENO

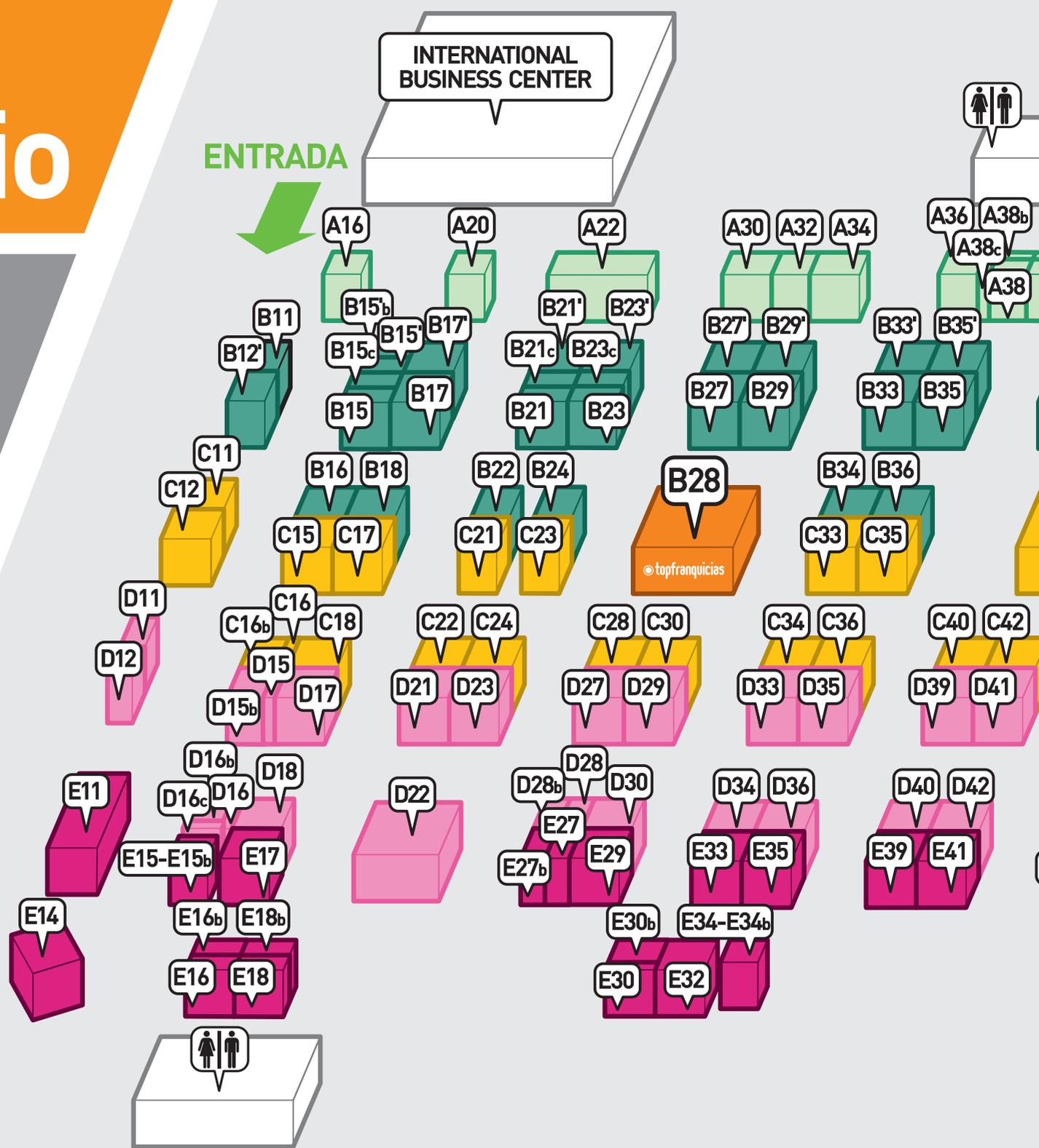
20 octubre 2017 de 10.00h a 13.00h

# Plano y directorio

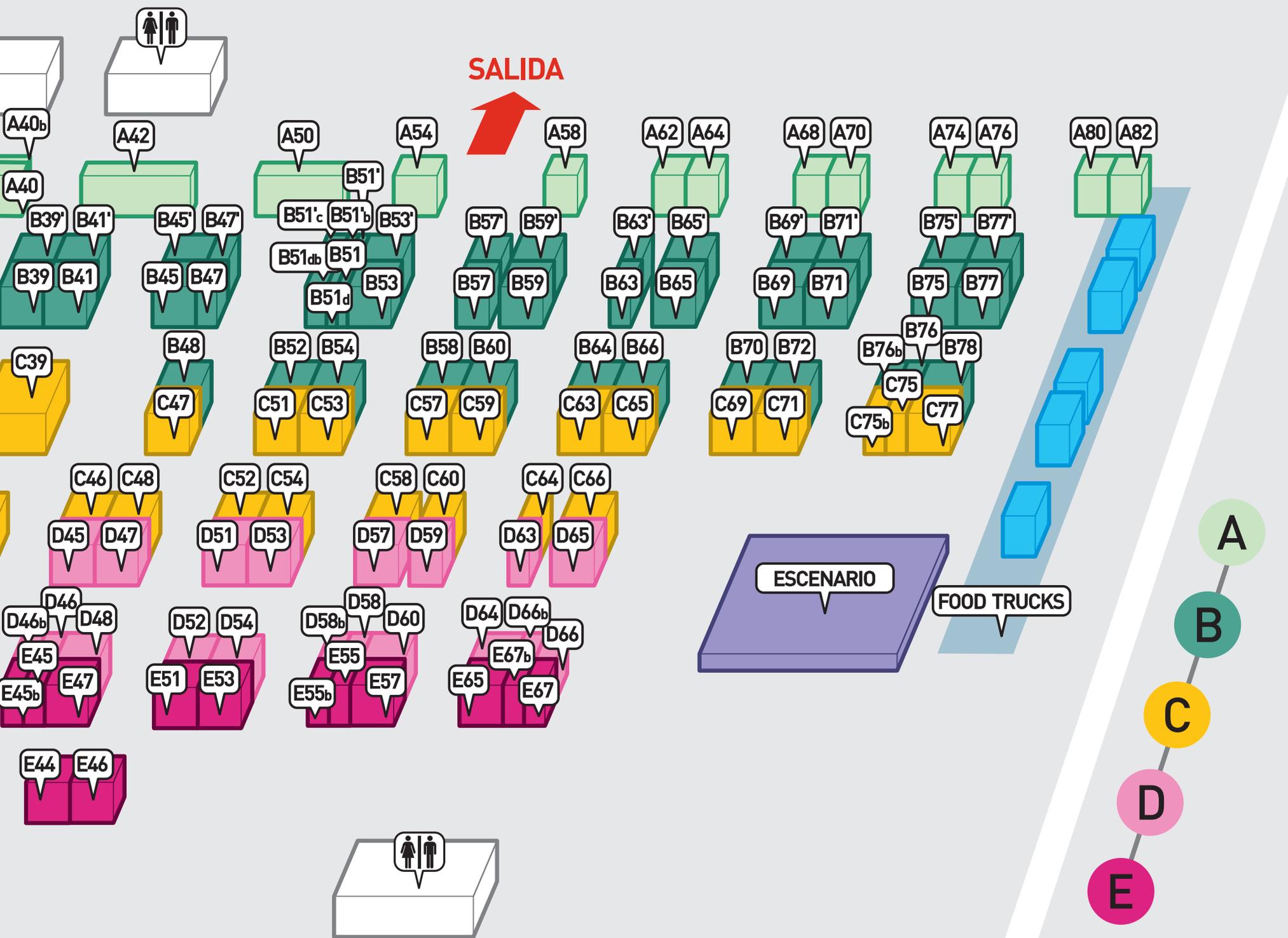
Organiza tu visita



Feria Valencia  
Nivel 2  
Pabellón 1



A.E.F.	B15	CARREFOUR EXPRESS	D22	DEPILDIDO	C69
ABF	B41	CARREFOUR VIAJES	D22	DULZIA	B23
AF ASESOR FRANQUICIA	B21-D	CENTRO FRANQUICIAS	E11	EROSKI, S. COOP.	B22
AGORA FRANQUICIAS	D41	CENTROS GENIOS	-	ESCUELAS INFANTILES LYSMON 0-3 AÑOS	A20
AMORES PERROS	F3	CENTROS IDEAL LASER	B24	EXPENSE REDUCTION ANALYSTS	D30
ASASUR ASADORES DE POLLOS	D45	CEX WE BUY.COM	B45	EXTREMADURA AVANTE SERVICIOS AVANZADOS A PYMES	D40
ASOCIACION DE JOVENES FRANQUICIADORES	D11	CITY FINANCE	D34	FAST FUEL SL	B51
BANCO SABADELL	B33	<b>clickviaja.com</b>	<b>B28</b>	FDS GROUP	B16
BARBADILLO Y ASOCIADOS CONSULTORES S.L.	C22	CONSULTA SESSION	B34	FOOD TRUCK LA FLAMA	F5
BBVA	C30	CORTE Y JAMON	C46	GANAMOS RECICLANDO	D48
BEAUTY MAX	D11	COSECHAS	B21-B	GESTOREA	D11
BEFRANQUICIA	C52	CREPISSIMA	B21-A	GIOLATTO	C57
BODY PERFORMANCE SL	A22	CRUNCH FITNESS	B27	GO SUSHI	-
BOKATINES	E35	D&D	A30	GRUPO DOLLE	D42
CAMARA VALENCIA	D18	DELIC - CACHOPO VAAA!	D58	GRUPO PGS	D54
CARLOS CONDE PELUQUEROS SL	C66	DELICIAS DE PRADA	D39	<b>holaFIBRA</b>	<b>B28</b>
CARMILA	D36				



<b>hola MOBI</b> telefonía global	<b>B28</b>	MUNDOFRANQUICIA	C34	T4 FRANQUICIAS	B52
ICE WAVE	C11	NOMADA	F4	TECNYSHOP Y CHURROTI	D28
JAMON Y SALUD	D40	NUEVO ALMACEN	F2	<b>terraminium®</b> Administración de fincas	<b>B28</b>
L'ORANGE BLEUE MON COACH FITNESS	E45	OLEVENDING	D52	TERRANOVA CNC	A54
LA COLADA SL	B11	ORIGEN & COFFEE	B47	THE GARAGE	C18
LA TIENDA DEL ESPIA	A16	PEGGY SUE'S	F1	THECHARTTERBOX	C48
LAVANDA LAUNDRY	B48	PORTALDETUCIUDAD.COM	D47	TIERRAANIMAL	C42
LIBRERIAS ABECEDARIO	C40	QUICK GOLD	C59	TINTARED / KROKETERIA DE LA TIA PETRA	B49
LOGISCOOL	A36	REFAN	A50	<b>tfconsulting</b>	<b>B28</b>
LOOK & FIND	B59	REVISTA EMPRENDEDORES	D16	<b>topfranquicias</b>	<b>B28</b>
LOWCOST & QUALITY PELUQUERIAS	A38	ROLLS & CO	D65	TOP TEN FRANQUICIAS SL	C60
LUPULOVE	D11	SADNALLIT BUSINESS, S.L.	C16	URBITECO SL	C12'
MAMMALUISA	C39	SCHMIDT COCINAS	C28		
MARCAL ADMINISTRACION DE FINCAS	B45'	SERVEF	A32		
MENTOR DE FRANQUICIAS	A42	SOCIOSINVERSORES.COM	B58		
		SUMA SUPERMERCADOS	B60		

# 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)