

top franquicias

PUBLICACIÓN OFICIAL. SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA MADRID

21 - 23 Abril 2016



► DIRECTORA DE EXPOFRANQUICIA
Salón Internacional de la Franquicia Madrid

María Valcarce

"Este año apostamos por el carácter multisectorial del encuentro y queremos destacar la presencia de la Federación Europea de la Franquicia." **Página 4**



► PRESIDENTE DE LA AEF
Asociación Española de Franquiciadores

Xavier Vallhonrat

"Me satisface afirmar el regreso lento pero progresivo de los bancos, los cuales están abriendo el grifo financiero." **Página 8**

EJEMPLAR
gratuito
Franquicias
MAGAZINE

Franquicias low cost y rentables, ¿dónde está la diferencia?

¿Y cuando hablamos de low cost? ¿Es lo mismo que hablar de franquicia rentable? En realidad, este término hace referencia al concepto de "bajo coste" o que se presupone como barato. En el negocio de la franquicia se refiere fundamentalmente a aquellas enseñas cuyo canon de entrada e inversión están por debajo de 60.000 euros, lo que supone para un futuro franquiciado una inversión que, en principio, no implica un obstáculo a la hora de emprender. **Página 2**



Las
FRANQUICIAS
hablan

Conoce a las franquicias de éxito. **Página 12**



holaMOBI se mantiene como líder en el sector de la telefonía low cost

Los emprendedores e inversionistas apasionados por el mundo de la telefonía o que busquen un modelo de negocio de éxito encuentran en holaMOBI esa oportunidad de adentrarse en el mundo empresarial con una baja inversión y la máxima rentabilidad. **Página 6**

holaMOBI
telefonía global

Terraminium desarrolla Autobanking, la tecnología que automatiza todos los movimientos contables

El módulo Autobanking, además, se integra en Terranet, la avanzada plataforma de Terraminium para sus administradores de fincas, que analiza, contabiliza y además gestiona los procesos contables y de comunicación hacia los vecinos y comunidades. **Página 6**

Fisio360 no es sólo una franquicia para fisios, es para todo aquel emprendedor que busca un modelo de éxito



Fisio360 tiene una gran variedad de especialidades y servicios como FisioSport o FisioBeauty, y cuenta con un sistema de gestión informático exclusivo capaz de mejorar la rentabilidad del negocio. **Página 20**

Otras noticias en el interior

Clickviaja incorpora la tecnología Street View de Google y un sistema táctil de búsqueda de destinos. **Página 10**

La franquicia de moda Innovias consigue presencia internacional con su primera tienda en México DF **Página 27**

¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE EMPEZASTE DE CERO?

¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE EMPEZASTE DE CERO?

SIF16 20/21/22
Salón Internacional de la Franquicia OCTUBRE/OCTOBER
VALENCIA - SPAIN
www.montaunafranquicia.com

Y no te puedes perder....

Agenda de actividades. Pág 28 y 29
Plano y directorio de stands Pág 30 y 31



Franquicias rentables y low cost, ¿dónde está la diferencia?

■ Nacen nuevas fórmulas que combinan la calidad con el autoempleo accesible para franquiciados

Cuando comienza la búsqueda de una franquicia para afrontar una nueva aventura empresarial, los emprendedores o inversionistas suelen preguntarse: ¿existe diferencia entre una franquicia low cost y una franquicia rentable? Actualmente, en España existen más de 1.200 franquicias activas, que facturaron 472 millones en los últimos seis años, según el último informe de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). Sin embargo, no todas comparten el mismo modelo de negocio.

Para comprender bien el sistema, es importante distinguir dos conceptos claves en el sistema de franquicias: rentabilidad y low cost.

La rentabilidad es "la relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho". Al trasladar este ámbito de la franquicia, el emprendedor deberá analizar todo lo que cuesta la inversión, junto a los costes y los ingresos que se puedan percibir, es decir, plantear un análisis global del proyecto. ¿Qué otros elementos debe tener en cuenta el franquiciado potencial? Analizar la rentabilidad en relación a la tendencia del sector o incluso la evolución y crecimiento de la marca.

¿Y cuando hablamos de low cost? ¿Es lo mismo que hablar de franquicia rentable? En realidad, este término hace referencia al concepto de "bajo coste" o que se presupone como barato. En el negocio de la franquicia se refiere fundamentalmente a aquellas enseñanzas cuyo canon de entrada e inversión están por debajo de 60.000 euros, lo que supone para un futuro franquiciado una inversión que, en principio, no implica un obstáculo a la hora de emprender. En cuanto a la tendencia del mercado, en 2015 se registraron más de treinta redes respecto al año anterior. De ellas, los sectores relativos a la moda, la restauración y salud y belleza son los más destacados y se mantienen entre los más solicitados por los interesados en montar una franquicia. Sin embargo, aunque tradicionalmente las marcas pertenecientes a estos sectores no suelen pertenecer a la categoría de low cost, cada vez son más conscientes de que deben reinventarse. De ahí nacen nuevas fórmulas que combinan la calidad con una opción de autoempleo accesible para los nuevos franquiciados.

Una vez analizada la capacidad económica que puede aportar el franquiciado si apuesta por el mundo de la franquicia, es necesario recordar un conjunto de factores decisivos: valorar la identidad y trayectoria de la marca, la competencia, valores distintivos, la estrategia de comunicación, plan de viabilidad, etc. Sin olvidar, ante todo, el punto de inflexión que hace que un empresario potencial se decante, esto es, la intuición y pasión que despierte ese modelo de negocio.



Guillermo Bermúdez González

► Consultor y profesor titular de marketing de la Universidad de Málaga

► Director de la cátedra de franquicia

Gestión de la información entre franquiciador y franquiciado en la relación precontractual

Ahora que se cumplen 12 años del nacimiento de la Cátedra de franquicia que tengo el honor de dirigir y tras participar como consultor y formador en el desarrollo de múltiples proyectos de franquicia considero que la información precontractual sigue siendo una de las asignaturas pendientes del sector de la franquicia de cara a concretar relaciones sanas y estables dentro de la red.

La primera impresión es crucial en todas las relaciones y, desde luego, no lo es menos en la relación franquiciador - franquiciado. Sin embargo, una relación satisfactoria y a largo plazo entre ambos protagonistas no puede forjarse en palabras amables o promesas banas, sino en un análisis profundo de diferentes cuestiones que, por desgracia, no siempre se ponen sobre la mesa en los contactos precontractuales. De este modo, vamos a incidir sobre tres cuestiones, no siempre tenidas en cuenta, y que adquieren especial trascendencia ahora que, tras la crisis económica, surgen multitud de nuevas enseñanzas franquiciadoras no siempre con un proyecto bien definido.

1) Exigencia mutua

Si bien el franquiciado ha de conocer en profundidad el proyecto del que la central quiere hacerle partícipe, no podemos obviar que el franquiciador

debe contrastar si los candidatos son adecuados para adherirse a su marca y cederle su know-how. La franquicia no es "el negocio de los torpes" como no hace tanto escuché a algún "notable desinformado" en una feria sectorial. Las enseñanzas lejanas de ir "a la caza del canon de adhesión" deben exigir más capacidad y profesionalización a los candidatos frente a la capacidad financiera sin más. Yo desconfiaría de la franquicia que sólo quiere tu dinero.

2) Conocimiento veraz

¿Conocen los franquiciados si posee el franquiciador varias marcas competidoras entre sí? ¿Cuáles son sus intenciones a medio/largo plazo para cada una de ellas? ¿Quién está detrás de cada marca del grupo? ¿Hay capital riesgo? ¿Existe venta on-line desde la central? ¿Se cumple el Reglamento Europeo (UE) nº 330/2010 de la Comisión o con la legislación española referente al Registro de Franquiciadores? Mi experiencia me ha demostrado que no siempre se expresan con claridad estas cuestiones en el periodo precontractual.

3) El equipo de la central

Muchas enseñanzas han reducido su estructura durante la dura crisis que ha afectado a las empresas españolas. Esta

decisión, sensata durante ese período, no siempre se está tomando en equilibrado crecimiento de cara a dotar a los nuevos franquiciados del apoyo que necesitan y al que tienen derecho en contraprestación a sus royalties periódicos. Algunas enseñanzas mueren de éxito al lograr una rápida expansión con escasos servicios asociados a la red. Sería bueno informar en el periodo precontractual del organigrama funcional, el personas que integra cada área y los servicios (formación especializada, asesoramiento, apoyo en aperturas o campañas, etc. Las centrales de franquicia unipersonales generan desconfianza, ¿verdad?

Las enseñanzas deben exigir profesionalidad a los candidatos frente a la capacidad financiera.

Las franquicias que han hecho los deberes en los años más difíciles, y han adaptado su know-how al momento actual de forma veraz y desde una estrategia ganar-ganar a largo plazo, tienen ahora una gran oportunidad de crecer de manera consistente y ofrecer a sus candidatos sólidas oportunidades de negocio.

holaMOBI

telefonía global

Únete a holaMOBI desde **270€/mes** SIN APORTACIÓN INICIAL

Incluimos más de **10.000€** en terminales en depósito sin aval

bq SAMSUNG HUAWEI y mucho más...

Únicos distribuidores autorizados de **+ DE 15 OPERADORES** Empresas y particulares

orange	vodafone	movistar	simyo	.Tuenti	ocean's
MÁSMÓVIL	REPÚBLICA MÓVIL	pep phone	JAZZAR MÓVIL	Lebara móvil	Lycamobile

NOVEDAD

doctorMOBI **servicio técnico**

Repara en menos de lo que te imaginas

holaMOBI telefonía global

+ 100 TIENDAS

MÁS DE 10 LÍNEAS DE NEGOCIO

TARIFAS MÓVIL	ACCESORIOS
MÓVILES Y TABLETS	REPARACIONES
FIBRA y ADSL	SEGUROS
FINANCIACIÓN	Y MUCHO MÁS...

FORMACIÓN DE CALIDAD TÍTULO PROPIO

U ma

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

MIEMBROS

AEF

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES

FINANCIACIÓN

Sabadell

VISÍTANOS EN EL STAND 4C09

DPTO. EXPANSIÓN. T: 902 65 65 25 | expansion@holamobi.com

www.holamobi.com | Síguenos: [social icons]

“El negocio de la franquicia es un generador neto de empleo”

María Valcarce ▶ DIRECTORA DE EXPOFRANQUICIA MADRID



¿Qué expectativas tiene en torno a esta nueva edición de ExpoFranquicia?

La feria sigue subiendo y confirmando su posición de liderazgo indiscutible en nuestro país. Asimismo, se ha convertido en importante referente de la franquicia a nivel internacional. Las cifras de esta edición se moverán en torno a las 500 marcas participantes y unos 15.000

visitantes y, lo más importante, la feria contará con una oferta muy variada y multisectorial de enseñanzas y un público con un claro perfil inversor. Si tuviera que recomendar al emprendedor e inversionista que acudiera a la feria... ¿qué razones le daría?

Principalmente destacaría la oportunidad que representa ExpoFranquicia para conocer de primera mano y en directo cientos de opciones de negocio en franquicia. La feria ofrece, además, el contexto donde contactar cara a cara con los responsables de las distintas franquicias y donde obtener una visión global de las opciones disponibles. A ello se suma la posibilidad de asistir a alguna ponencia informativa que también puede resultar interesante para entender los negocios en franquicia y para la toma de decisiones.

Moda, alimentación, hostelería... ¿cuáles son los sectores más presentes este año en la feria?

La feria es francamente multisectorial. Su propuesta expositiva abarca más de 20 sectores y no hay ninguno que predomine enormemente sobre el resto, aunque sí podemos avanzar que habrá bastante oferta en torno al mundo de la alimentación, la hostelería, la estética y la belleza, por destacar algunos conceptos que congregan bastantes marcas.

¿Novedades de este año?

Muchísimas. La oferta de la feria se renueva bastante y cada año contamos con la incorporación de distintas marcas nacionales e internacionales.

Este año, por ejemplo, tendremos varios conceptos enfocados a los niños que contemplan desde la moda infantil, hasta clases de distintas materias para niños que se basan en aprender jugando. Contamos, también, con más presencia de entidades financieras y vuelven a la feria las agencias inmobiliarias.

Este año apostamos por el carácter multisectorial del encuentro y queremos destacar la presencia de la Federación Europea de la Franquicia.

La internacionalización de la franquicia es uno de los objetivos principales del sector, ¿cómo ayuda ExpoFranquicia a este fin? ¿hay franquicias extranjeras presentes en esta edición?

ExpoFranquicia es una feria internacional en un doble sentido; por un lado, recibe muchos inversores extranjeros, cada año más, que facilitan la expansión de las marcas españolas con vocación exportadora. Por otra parte, la feria cuenta con la participación de distintas marcas extranjeras. Este año tendremos la presencia directa de una veintena de

franquicias de Andorra, Austria, Bélgica, China, EE.UU., Francia, Italia, Malta y Perú. Además ExpoFranquicia tendrá el honor de ser la sede de una serie de encuentros de la Federación Europea de la Franquicia, que ha elegido Madrid para llevar a cabo sus reuniones.

Actualmente se registran en torno a 250.000 empleos en España dentro de la franquicia, ¿cuál es el secreto?

Efectivamente la fórmula de la franquicia ha permitido a muchas empresas crecer y generar empleo. Cada negocio es distinto y tiene su recorrido, su retorno, sus riesgos... Sin embargo, globalmente, crecer en franquicia ofrece algunas ventajas, tanto a la central franquiciadora como a los franquiciados, que han venido a demostrar que la franquicia es un generador neto de empleo.

Todavía es pronto, pero ¿tiene ya nuevas ideas para la próxima edición?

Lo cierto es que por fortuna y gracias al apoyo del mundo de la franquicia en general -enseñanzas, empresas consultoras, medios de comunicación y, muy especialmente de la AEF-tenemos una feria de éxito que funciona y satisface las expectativas de expositores y visitantes, por lo que el plan es cuidarla, mantener los esquemas en que se basa y trabajar en seguir siendo la referencia a nivel nacional y en reforzar su posición en el plano internacional. Aún es pronto para establecer acciones concretas, pero irán en esta línea de trabajo.

La feria reúne a franquicias de más de 20 sectores y se consolida como principal referente internacional del sector

■ Cerca de 500 enseñanzas procedentes de una veintena de sectores se citan en ExpoFranquicia

Un año más, IFEMA acoge la celebración de una de las citas ineludibles con el mundo de la franquicia en España, ExpoFranquicia, un encuentro para conocer nuevas ideas y propuestas de negocio bajo la fórmula de la franquicia. En esta nueva edición, el salón reúne a cerca de 500 enseñanzas procedentes de una veintena de sectores, además de un amplio programa de ponencias y actividades.

Además, la presencia de inversores nacionales e internacionales, franquiciados y futuros franquiciados, consultoras, prensa especializada, y los principales agentes del sector, como la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) respaldan el interés de este encuentro, que se celebra del 21 al 23 de abril.

Alimentación, Belleza, Salud y Fitness, Moda y Complementos o Restauración y Hostelería, son algunos de los sectores con mayor presencia en el evento, entre otras.

Junto a la amplia oferta de franquicias españolas, hay que destacar la participación de distintas enseñanzas de Andorra, Austria, Bélgica, China,



Estados Unidos, Francia, Italia, Malta y Portugal, que ya cuentan con presencia en el ámbito internacional y han optado por ExpoFranquicia como puerta de entrada al mercado Ibérico. Tanto es así que el Salón es, en esta edición, sede de celebración del Exchange Experience Day, el encuentro que organiza

la Federación Europea de la Franquicia. De forma paralela a la presentación comercial, se desarrolla el Foro Madrid Franquicia, un programa de conferencias y presentaciones, organizado en colaboración con la AEF, con la participación de sus consultoras miembro.

ExpoFranquicia cuenta con una media de más de 15.000 visitantes de más de 40 países. Una oportunidad para explotar todo el potencial de la marca y ofrecerla a emprendedores, inversores y personas que buscan en el sector una salida en forma de autoempleo.



Innovación Inmobiliaria

¡Negocio testado durante más de 20 AÑOS!



Alta Rentabilidad | franquicia LOW COST | Plazo de recuperación 12 meses.

CONFIRMADO: Mercado al Alza.

“Barcelona y Madrid lideran la mayor revalorización de las casas” (1 de abril de 2016). Diario EL PAÍS.

“Los portales inmobiliarios coinciden en que la recuperación del sector hipotecario es un hecho” (28 de febrero de 2016). Diario 20 MINUTOS.

“El precio de la vivienda sube un 3% en 2015” (9 de marzo de 2016). Diario ABC.

Visítanos en el Stand 4C09 de Topfranquicias.

PROMOCIÓN 10 primeros Franquiciados.

~~10.000 €~~

Reducción del Canon de Entrada a:

9.000 €

+ Regalo de un Pack de Material Corporativo valorado en:

1.500 €

Departamento de Franquicias.

91 133 92 98 | franquicias@vilsa.es | www.vilsa.es



El grupo holaMOBI supera las 100 tiendas y se mantiene como líder en el sector de la telefonía low cost

La compañía ofrece facilidades de financiación y el uso de una plataforma de gestión exclusiva



Más de 100 tiendas en toda España y un crecimiento del 52% en 2015. Las cifras hablan por sí solas. El grupo holaMOBI telefonía global se consolida este año y revalida su liderazgo en el sector low cost. La compañía, que basa su filosofía de trabajo en el ahorro del cliente, cuenta con una amplia gama de líneas de negocio y acuerdos de colaboración con más de 15 operadores de telefonía, con especial atención en las Operadoras Móviles Virtuales de bajo coste (MásMóvil, Simyo, Tuenti, Pepephone, República Móvil, etc) y en terminales libres con marcas como bq, ZTE, Alcatel, Huawei o Wiko.

Gracias a un equipo multidisciplinar, los asociados de holaMOBI disfrutan de las mejores estrategias de marketing con la más avanzada plataforma tecnológica y de comercialización para que la gestión en las tiendas sea sencilla, eficaz y competitivo respecto a los clientes. "El objetivo para este año es alcanzar los 180 puntos de venta" explica María Salas, directora ejecutiva de la cadena, que prevé un crecimiento de la facturación de hasta el 15% dentro del plan estratégico para 2016. El sector de la telefonía móvil crece como la espuma. Sólo en 2015 se registraron más de 50 millones de

líneas móviles, lo que asegura el éxito de los modelos de negocio que se desarrollan dentro del sector.

Los emprendedores e inversionistas apasionados por el mundo de la telefonía o que busquen un modelo de negocio de éxito encuentran en holaMOBI esa oportunidad de adentrarse en el mundo empresarial con una baja inversión y la máxima rentabilidad.

Un proceso de formación muy completo gracias al acuerdo de colaboración que tienen con la Universidad de Málaga, asesoramiento continuo, gestión exclusiva a través de una avanzada plataforma tecnológica, facilidades de financiación, stock de terminales en depósito sin aval por valor de 10.000 euros, etc. son sólo algunas de las ventajas a las que tiene acceso el futuro asociado de la red de telefonía global. Además, las tiendas holaMOBI ofrecen un catálogo de servicios aún mayor, de ahí su carácter dinámico:

liberación de móviles, reparaciones, compra - venta de teléfonos de segunda mano, accesorios, financiación, seguros y artículos de informática y mucho más. Lo más importante para la central y para cada uno de los franquiciados de la compañía es proporcionar un asesoramiento integral en telecomunicaciones y telefonía para mejorar las condiciones del cliente y hacerles ahorrar.

Premios. En noviembre de 2015, holaMOBI fue finalista a nivel nacional de la II Edición de los Premios Cepyme 2015 en la categoría de Proyecto Emprendedor. Asimismo, ha recibido otros reconocimientos, concretamente, en 2014 y en 2015 el Club de Marketing de Málaga le concedió galardón en las categorías de Mejor Acción de Distribución y en Responsabilidad Social Corporativa.

Precisamente holaMOBI ha apostado este año por un proyecto que pretende crear culturas de hábitos saludables en el uso de dispositivos tecnológicos. Se trata de ticSALUD y su iniciativa enmobimiento (www.enmobimiento.com) un proyecto vinculado a la filosofía de empresa saludable de holaMOBI que, en colaboración de Prodlab, desarrolla a través de dos acciones muy concretas, dirigidas a todo el personal de holaMOBI con el objetivo de prevenir y combatir todas las dolencias musculares y el estrés originado en el puesto de trabajo; así como, aquellas acciones orientadas a los usuarios que utilicen smartphone, tablets, ordenadores, etc. para implementar rutinas efectivas a la hora de usar estos dispositivos.

Terraminium desarrolla Autobanking, la tecnología que automatiza todos los movimientos contables

Este sistema consigue ahorrar tiempo en la contabilidad y evita cualquier tipo de error en la gestión

El equipo de Desarrollo y Tecnología de Terraminium, la franquicia líder en Administración de Fincas, presentará este mes la que es, sin duda, la tecnología más avanzada a la hora de contabilizar todos los movimientos contables de una comunidad y que consigue ahorrar hasta un 90% de tiempo en la realización de una contabilidad tradicional y evitando errores. Es una de las últimas apuestas tecnológicas de la franquicia que actualmente cuenta con más de 68 oficinas que gestionan cerca de 2.500 comunidades y 110.000 clientes.

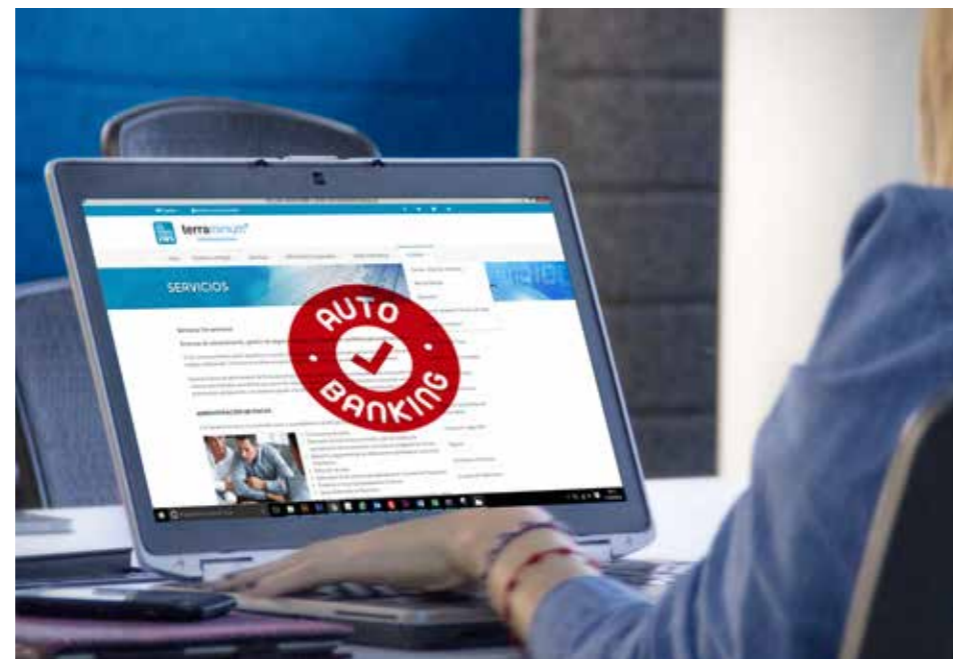
Este sistema establece una conexión segura con las entidades financieras, a través de una plataforma desarrollada por una de las principales compañías de redes tecnológicas de nuestro país y es capaz de analizar en tiempo real todos los movimientos económicos de las Comunidades y efectuar automáticamente todos los asientos contables.

El módulo Autobanking, además, se integra en Terranet, la avanzada plataforma de Terraminium para sus administradores de fincas, que analiza, contabiliza y además gestiona los procesos contables y de comunicación hacia los vecinos y comunidades. Gracias a todas estas herramientas y muchas otras ventajas, Terraminium es capaz de reducir sus costes entre un 20 y un 50%, convirtiéndose en una de las principales ventajas de unirse como franquiciado a esta red.

Alejandro Gómez, director general de Terraminium, ha destacado el "esfuerzo que ha supuesto para la compañía esta nueva tecnología".

Asimismo, el responsable de la franquicia asegura: "nos situamos a años luz de toda nuestra competencia, además de ofrecer un servicio de calidad y automatización muy avanzado".

"Cuando nos planteamos la utilización de esta tecnología no queríamos hacer algo parecido a lo que ya estaba en el mercado, es decir, un importador de movimientos, sino que queríamos ir más allá en un proceso con todas las garantías de seguridad y una automatización 100%", explica Gómez, que añade que el máximo empeño de Terraminium era el de "crear un módulo de inteligencia en el sistema que fuese aprendiendo de las situaciones que se dan en cada comunidad, así analiza el gasto, las facturas, los movimientos,



los pagos y devoluciones que se puedan producir". Esto permite actuar en consecuencia y da la posibilidad de informar, gestionar e incluso reclamar todo de forma automática.

Apostar por Terraminium es, por tanto, una buena opción. Transparencia, informatización,

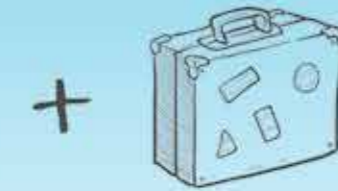
formación y cercanía son sus aspectos característicos. De esta forma, se ha mantenido como la empresa líder en su sector desde sus inicios. Terraminium es la gestión inteligente de comunidades, perfecta para los que buscan un negocio seguro.

clickviaja.com

2 NEGOCIOS EN 1



Agencia de Viajes



Tienda de Complementos

Tu mejor opción de AUTOEMPLEO

todo para tu viaje

AGENCIA FÍSICA

~~9.995€~~

AGENCIA ONLINE

~~5.495€~~

PROMOCIÓN EXPOFRANQUICIA
más información stand 4C09

8.995€

canon de entrada

4.495€

más información

DEPARTAMENTO EXPANSIÓN

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

encuétranos en



Compromiso de Calidad Turística

“La buena salud de la franquicia continuará durante el 2016”

Xavier Vallhonrat ▶ PRESIDENTE DE LA AEF, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES



El responsable de la entidad destaca el crecimiento de fórmulas como “coffee bakery” o tiendas gourmet y recomienda a las firmas apostar por nuevos canales como las redes sociales.

¿Cómo definiría los primeros meses de 2016 en el sector de la franquicia?

Acabamos de presentar públicamente nuestro informe anual “La Franquicia en España 2016”, en el que queda reflejado que el sistema de franquicias ya ha dejado atrás la crisis definitivamente, al registrar incrementos en todas sus variables: un 2,7% en el número de redes, un 3% en el de establecimientos, un 2% en los empleos generados, y un 2,3%

en la facturación global. Se trata de cifras que denotan la buena salud de la que goza la franquicia en nuestro país y prevemos que esta misma dinámica se va a prolongar, no solo durante los primeros meses de 2016, sino en años venideros.

Hace unos meses hablábamos de cómo las franquicias de gimnasios low cost, por ejemplo, estaban pegando fuerte. ¿Cree que algún otro sector se ha sumado a este grupo?

Es evidente que en estos momentos el sector de los gimnasios low cost está desarrollando una fuerte expansión nacional, si bien hay otras actividades, como las de panaderías/pastelerías, con la fórmula “coffee bakery”, o las tiendas de productos gourmet y delicatessen, especializadas en quesos, vinos, ibéricos... que también están creciendo de manera considerable. Hay otros sectores, más tradicionales y consolidados, que están viviendo una etapa de crecimiento, como son los de agencias inmobiliarias, asesoría y servicios a empresas, belleza/estética y oficina/papejería.

Uno de los grandes obstáculos para los emprendedores siempre es la financiación, ¿el grifo se ha abierto de nuevo?

Realmente es una satisfacción poder responder de manera afirmativa a esta cuestión, después de tantos años en los que no se ha concedido financiación. Es cierto que ahora se está produciendo el regreso, lento pero progresivo, de los bancos a su trabajo y que se está abriendo el grifo financiero, lo cual es una excelente

noticia para un sistema como el de franquicias, que se basa en la expansión y el crecimiento de las redes, muchas de las cuales necesitan de financiación para poder abrir establecimientos.

¿Cuáles son los retos de hoy?

Los retos actuales de la franquicia pasan por seguir mirando hacia delante, para avanzar y seguir creciendo. Hoy, tan importante como crecer es consolidar las redes que ya están operativas, apostar por nuevos canales de comunicación, como son las redes sociales, mirar al exterior cuando realmente se esté preparado para dar este importante paso, seleccionar bien tanto a los candidatos a franquiciado como las ubicaciones donde implantar el negocio...

¿Qué recomendaciones daría al franquiciado y al franquiciador para prevenir un posible fraude?

La recomendación básica sería que hubiese mucha investigación antes de tomar la decisión de incorporarse a una franquicia. Hoy en día hay suficientes canales de información, Registro Mercantil, Registro de Franquiciadores, la propia AEF, los franquiciados que ya operan en una red... como para evitar equivocarse en la elección de una enseña. También recomendamos que se tome el tiempo que sea necesario antes de firmar el contrato, y que antes de firmarlo se hayan disipado todas las posibles dudas.

En cuanto a la internacionalización, tanto de franquicias españolas como a la inversa, ¿en qué punto estamos?

En cuanto a franquicias extranjeras en España, en nuestro último informe “La Franquicia en España

2016” se refleja que actualmente hay 218 redes foráneas en el territorio nacional, que proceden de un total de 28 países, especialmente de Francia (47 marcas), Italia (37), Estados Unidos (36), Reino Unido (13) y Alemania (12). Y respecto a franquicias españolas implantadas en el exterior, en apenas un mes presentaremos nuestro estudio “La Franquicia Española en el Mundo”.

“Me satisface afirmar el regreso lento pero progresivo de los bancos, los cuales están abriendo el grifo financiero”

Un año más, la AEF está presente en una de las grandes ferias que se celebran en España, ¿qué aportan estos encuentros?

Las ferias de franquicias, como en este caso sucede con Expofranquicia, siguen constituyendo un punto de encuentro fundamental entre el franquiciador y el candidato a franquiciado, porque se trata de eventos en los que la oferta y la demanda se conocen directamente, cara a cara, transmitiéndose información de primera mano. Nuestro papel en estas ferias de franquicias es la de apoyar a todas aquellas que estén asociadas, dando soporte en sus jornadas técnicas.

La Asociación Española de Franquiciadores registra más de 1.200 franquicias activas en España en el último año

■ El modelo de franquicia en España no para de crecer y crea más de 250.000 empleos



Un año más, el modelo de la franquicia hace balance positivo al terminar el ejercicio. ¿El motivo de este crecimiento? Principalmente radica en la seguridad que aporta el sistema de negocio, al ser un modelo probado, que posibilita la disminución de los riesgos y asegura una mayor garantía de futuro. De ahí, a que el sistema de Franquicias en

España sea un modelo en alza que no entiende de crisis. Según el informe “La Franquicia en España 2016”, realizado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) en colaboración del Grupo Cooperativo Cajamar, en España existe un total de 1.232 enseñas –un 2,7% más que en 2014. Este estudio revela que, del total de las firmas,

más de 1.000 son de origen nacional y las 218 restantes proceden de un total de 28 países, especialmente de Francia, Italia, Estados Unidos, Reino Unido y Alemania. Con estos datos positivos se suma un total de 33 redes más respecto a diciembre de 2014.

Sin duda, el modelo de negocio de franquicia encaja con aquellas personas que no se deciden a montar un negocio propio desde cero o prefieren liderar un proyecto con ciertas garantías. Gracias a ello se consigue combinar la aventura emprendedora, pero también la fiabilidad de contar con una franquicia con trayectoria.

“El número de redes sigue creciendo año tras año desde 2005, demostrando la confianza empresarial que existe por la franquicia a la hora de apostar por expandir los negocios”

asegura Xavier Vallhonrat, presidente de la AEF, respecto a la evolución del sistema de franquicia en los últimos años. Como todo proyecto emprendedor, el hecho de apostar por una

franquicia no significa obligatoriamente que deba salir siempre bien o tener un éxito 100% seguro. La clave está en saber “elegir bien”. Actualmente, el sector que cuenta con un mayor número de enseñas es el de la Moda, con un total de 204 redes, aunque el de mayor número de facturación es el de la alimentación, con un total de 10.042,6 millones de euros. Le siguen de cerca el mundo de las franquicias de hostelería y fast food.

¿Este crecimiento se corresponde con un aumento de facturación? La respuesta es sí. En el último ejercicio se ha producido un incremento del 2,3%, con un total de 26.482 millones de euros en España. Una cifra que se corresponde casi de forma paralela con el empleo. De hecho, la franquicia es uno de los principales motores económicos del país en lo que a creación de puestos de trabajo se refiere. Más de 250.000 personas trabajan en la actualidad en el conjunto del sistema, 4.999 más que al finalizar 2014. Paso a paso, el negocio de la franquicia no cesa en su crecimiento. “Todas las variables del sistema de franquicias (número de redes, de establecimientos, empleos generados y facturación), se han incrementado durante los años de crisis, lo cual habla muy favorablemente de una fórmula de negocio”, concluye el presidente de AEF.

La ecografía 4D con marca a tu alcance

Ecox 4D es la mejor opción en autoempleo rentable



Especialistas en ecografía 4D emocional
La mejor imagen prenatal

www.ecox4d.com



Más de 50 centros:

ESPAÑA: ALBACETE, ALCOBENDAS, ALCOROCÓN, ALCOY, ALICANTE, ALMERÍA, BADAJOZ, BARAKALDO, BARCELONA, BURGOS, CÁCERES, CÁDIZ, CASTELLÓN, CIUDAD REAL, COLLADO VILLALBA, CÓRDOBA, CUENCA, GETAFE, GETXO, GUÓN, GIRONA, GRANADA, GUADALAJARA, HUELVA, JAÉN, LAS PALMAS, LAS ROZAS, LEÓN, LLEIDA, MADRID, MARBELLA, MONCADA, MURCIA, PALMA DE MALLORCA, PAMPLONA, PONFERRADA, SALAMANCA, SANT CUGAT DEL VALLÉS, SANTA CRUZ DE TENERIFE, SANTIAGO DE COMPOSTELA, SEVILLA, TOLEDO, TOMELLOSO, TORREJÓN, TORRENT, VALENCIA, VALLADOLID, VITORIA, ZAMORA, ZARAGOZA.
PORTUGAL: ALGARVE, AMADORA, COIMBRA, GONDOMAR, LEIRIA, LISBOA, PORTO, VISEU.

¡Ponte en contacto con nosotros y te informamos!

Departamento de Expansión:

618 431 797 expansion@ecox4d.com

Podrás encontrarlos en el Stand 4C09 en Expofranquicia



ALTA RENTABILIDAD
BAJA INVERSIÓN
AYUDAS A LA FINANCIACIÓN

La primera cadena de ecografía 4D prenatal emocional
Sin necesidad de formación ni titulación previa
Garantizamos clientes, convenios y colaboradores
Beneficiate de nuestra estrategia online

ecox[®]
4D PRENATAL

imágenes que laten

“La franquicia de salud y belleza, Ecox4D, es una opción de autoempleo rentable en un entorno emocional”

Amadeo Blanquer ▶ DIRECTOR ECOX4D



El director de Ecox4D, presente en Expofranquicia 2016, nos explica cuál es el secreto del éxito de la marca y los planes de crecimiento para este año.

¿Cuál es la clave del éxito de Ecox4D?

Somos una empresa consolidada, pionera en realizar la ecografía emocional a nivel europeo con la mejor imagen 4D prenatal. Algunos de nuestros aspectos claves son que no cobramos si no conseguimos el resultado esperado, los padres pueden acudir acompañados de

familiares y amigos y ofrecemos un servicio 5 estrellas a nuestros clientes. Nuestra empresa invierte en I+D para adaptarse a los requerimientos del mercado y ofrecer distintos productos vinculados a la ecografía emocional.

¿Cuál es el perfil que debe tener un franquiciado de Ecox4D?

Buscamos franquiciados que tengan simpatía por el mundo relacionado con la maternidad, dinámicos, con motivación, gusto por la tecnología, con dotes comerciales y ambiciosos. Parte del éxito es tener una implicación con la marca desde el primer momento y una relación de confianza entre franquiciado y franquiciador que les hará formar parte del éxito de nuestra red de franquiciados, la “gran familia Ecox”.

¿Cuáles son las ventajas que aporta la central de Ecox4D al franquiciado?

La incorporación a la marca líder del sector, con más de 60 centros operativos, sin necesidad de titulación previa. Realizamos una formación teórica y práctica con el ecógrafo calibrado según nuestros parámetros e incorporando nuestro exclusivo Ecox-System que nos permite tener la mejor imagen del sector. Las prácticas se realizan con embarazadas de la zona de exclusividad adjudicada y cuentan con una tutora y un programa de asistencia permanente. La rentabilidad de la franquicia

Ecox4D está apoyada por la captación de citas que realiza la central a través de su estrategia on line, que la posiciona con la web más visitada del sector. Desde la Central de Franquicias se trabaja con acuerdos comerciales con las principales marcas del sector; El Corte Inglés,

Invertimos en I+D para adaptarnos a los requerimientos del mercado y ofrecer distintos productos vinculados a la ecografía emocional.

Prenatal, Toys´rus, Babies´rus, Mibebé y yo, Kiabi, Mothercare, Vertbaudet, serPadres, Lets Family, Avantsalud, Serviall salud, Sanitas, entre otros, lo que redundará en un mayor conocimiento de marca, popularización de nuestro servicio y citas para el franquiciado. **¿Qué aspectos hacen diferente a su franquicia respecto a otras del mismo sector?** No tenemos casi competencia en el sector

dentro del mundo de la franquicia. Nos distingue la calidad que ofrecemos, la experiencia de más de 8 años y el aval de más de 70.000 clientes satisfechos. La importancia de la marca Ecox4D con más de 60 centros operativos (10 a nivel internacional) nos permite ofrecer a nuestros franquiciados los mejores acuerdos comerciales del sector con las principales marcas.

Somos la única marca del sector miembro de pleno derecho de la AEF.

Desde el punto de vista de inversión del franquiciado, ¿cuánta inversión supone Ecox4D? ¿Ofrecen financiación?

La inversión mínima requerida corresponde al canon de entrada, zona de exclusividad y formación inicial, 14.000€, pudiendo financiar los distintos modelos de ecógrafos y pack franquicia para adecuar un local o implant (sala Ecox dentro de una clínica). La Central de Ecox4D tiene acuerdos con las principales entidades financieras del país y ofrece la posibilidad de financiación de la franquicia “llave en mano”. Si el franquiciado tiene un perfil emocional y aporta valor a nuestra marca, desde la central le ayudamos adaptando nuestro modelo a sus necesidades financieras. Realizamos proyectos de viabilidad para la zona en cuestión y los adaptamos a distintos escenarios económicos.

Clickviaja incorpora la tecnología Street View de Google y un sistema táctil de búsqueda de destinos

■ La franquicia ha aumentado su volumen de negocio en un 20% con respecto al año anterior

Con más de 200 agencias en España y Portugal, el grupo Clickviaja se consolida como compañía de viajes tecnológica en un mercado que ha cerrado 2015 con cifras muy positivas. Un dato que acompaña al crecimiento de la franquicia: Clickviaja ha sumado 32 agencias en España durante el pasado 2015 y ha aumentado su volumen de negocio en un 20% respecto al año anterior. Una de las últimas novedades que ha incorporado para sus franquiciados es el uso de la tecnología Street View, para que los clientes puedan visitar las agencias virtualmente y desde cualquier dispositivo (móvil, Tablet, etc.) ayudando a posicionar cada agencia en internet y Google.

“Hemos experimentado un crecimiento muy positivo. Y una de las razones es haber sabido combinar las ventajas de las agencias tradicionales y de la venta online”

explica Óscar Alonso, director de Clickviaja, quien señala el asesoramiento turístico integral como otra de las claves de este repunte. Las provincias de Madrid, Barcelona, Canarias, Sevilla, Málaga y

Valencia son algunas de las últimas en las que se han implantado nuevas agencias.

El crecimiento económico y el volumen de negocio de las agencias Clickviaja es cada vez mayor. De hecho, su mayorista de viajes ha obtenido recientemente el Sello de Excelencia Turística SICTED de Calidad en Destino Turístico otorgado por Turespaña, que reconoce el compromiso continuo de la compañía de viajes con la Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos.

“Hoy en día el uso de las nuevas tecnologías es fundamental para atraer y cautivar a los clientes” señala Alonso. Motivo más que suficiente para que Clickviaja incorpore en sus agencias el novedoso sistema INFOTOUCH LITE, basado en un sistema táctil de información y búsqueda para el cliente que muestra de forma intuitiva los destinos geográficos más atractivos.

A esto se suma un motor profesional de búsqueda para las reservas y emisión de billete aéreo: 123vuela.com y de búsqueda de hoteles: 123hotel.es, que permite a todas sus agencias puedan beneficiarse de las tarifas especiales de las compañías aéreas y de los mejores precios en hotelería. A ello se suma un software de gestión propio y el sistema Alertrip, que avisa de las mejores ofertas a los usuarios en función de sus preferencias.

Financiación. Otra de las ventajas de las agencias tecnológicas de Clickviaja es que cuenta con acuerdos de colaboración con entidades bancarias como el Banco Sabadell y el Banco Popular, que beneficia sobre condiciones en cuentas bancarias, líneas de crédito en condiciones preferentes, entre otros aspectos y financiación de los viajes para sus clientes.

Además, Clickviaja es pionero en la gestión y comercialización de una línea de negocio propia de maletas y complementos relacionados con el mundo del viajero a través de su exclusiva marca TodoParaTuViaje. Tanto es así, que el canon de entrada para los futuros franquiciados con agencia física ya te incluye un pack inicial de implantación.



terraminium®
Administración de fincas

La administración de fincas transparente

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 82 oficinas en toda España.



TENGA SU PROPIA FRANQUICIA

desde **400€/mes** acuerdo financiación Banco Sabadell
Ingresos medios de nuestros franquiciados de **8.000€ al mes**

Más información sobre la franquicia
T. 902 106 122 | expansion@terraminium.com
www.terraminium.com

Terraminium en las redes sociales



miembro de: **apaf** ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE 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

Las FRANQUICIAS hablan

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



PROMOCIÓN 10 primeros Franquiados.

Reducción del Canon de Entrada a:

9.000 € + Regalo de un Pack de Material Corporativo valorado en: 1.500 €

Departamento de Franquicias.
91 133 92 98 | franquicias@vilsa.es

Alta Rentabilidad | franquicia LOW COST
Plazo de recuperación inferior a 1 año.

20 años a tu servicio



LO MEJOR PARA VENDER TUS PRODUCTOS ES COMERCIOOS

Si tienes un producto que vender, pero no tienes un medio con el que llegar a tus clientes, Comercioos es la mejor opción. Esta empresa ofrece un servicio que da la oportunidad de producir ventas rápidas, diferentes, directas y altamente rentables en una web online propia del franquiciado. Comercioos da el empujón para comenzar un nuevo negocio facilitando la creación de una tienda online, donde poder vender una amplia gama de productos. No es necesario el desembolso de un capital inicial y no hay ningún riesgo financiero. Por esta razón ya son 500 los franquiciados que han confiado en Comercioos. La estrategia de la empresa es posicionarse como líder en sectores específicos a través de un sistema de más de 15.000 productos de cada especialidad cuya venta online se entrega en 24 - 48 horas y sin ningún problema de estocajes.



LA ANDALUZA LOW COST, SIN CANON NI ROYALTIES

La franquicia La Andaluza Low Cost ofrece cocina andaluza gourmet, al mejor precio. Se trata de una nueva marca adaptada a las circunstancias actuales del mercado, con presencia en 31 provincias españolas, además de Portugal, Reino Unido e Irlanda. Gracias a los franquiciados, La Andaluza Low Cost brinda las mejores oportunidades como acuerdos comerciales con primeras marcas o financiación a medida. Entre las principales ventajas, destaca que es una franquicia gratuita sin canon, ni royalties; pagan rappels a sus franquiciados semestralmente por venta de productos; la caja que se consigue es 100% del franquiciado; descuentos exclusivos; seguimiento de la Central de franquicias para un funcionamiento óptimo y consultaría y apoyo en gestión del local, carta, recetas, diseño y marketing durante todo el contrato. Una oportunidad para embarcarse en un proyecto con gran proyección de futuro en el sector de la restauración, uno de los de mayor auge en España.



DISCONSU, UN NEGOCIO 'LLAVE EN MANO' DE ÉXITO

La franquicia Disconsu está especializada en el consumible tanto original como compatible y es número uno en facturación en el sector en España. Con Disconsu, el asociado dispondrá de una gran franquicia con llave en mano y una baja inversión. No hay royalties de ningún tipo y tiene la mejor calidad-precio garantizada. La franquicia se encarga de toda la reforma del local, pintar, cambiar suelos, etc. También montan todo el mobiliario de la tienda, rótulo exterior luminoso y la publicidad de apertura de la tienda. La central de Disconsu ofrece una formación para el franquiciado con todos los gastos pagados de estancia y material como cartuchos, toners, etc. para que, desde el primer día, pueda empezar a vender y obtener beneficios. Esto permite que, desde el inicio, el franquiciado alcance elevados márgenes comerciales; una rápida recuperación de la inversión; apoyo en la búsqueda de financiación; campaña de marketing y campañas específicas a clientes finales.



LA MODA INTERNACIONAL DE GATTA SE INSTALA EN ESPAÑA

La marca Gatta lleva poco tiempo funcionando en España, donde ya ha abierto dos comercios. Sin embargo, cuenta con más de 170 tiendas en Polonia y ventas online en Estados Unidos y Alemania. La expansión de la enseña está focalizada en los países de la Comunidad Europea. Asimismo, ha entrado con éxito en los mercados de Oriente Medio en Qatar, los Emiratos Árabes, Omán y Bahrein, y también en Australia. Gatta es una marca registrada de Ferax con varios premios internacionales de calidad y con fábrica propia en Polonia. No obstante, constatan que con tal calidad del producto, los precios están al mismo nivel que los de otras marcas europeas. La inversión en Gatta incluye la habilitación de la tienda con muebles de la marca, luces y todo lo necesario para que el franquiciado pueda empezar con el negocio de la manera más fácil y rápida posible y sin ningún tipo de obstáculo.



Entrevista ▶ Esteban Cuevas GERENTE DE AHORRALIA.ES

"Ahorrailia tiene una mínima inversión y rápida rentabilidad"

Ahorrailia.es es una empresa cuyo objetivo es gestionar y conseguir el mayor ahorro posible en los servicios básicos que todos usamos en nuestro día a día como son la energía (luz, gas, agua, etc.), la telefonía (fijo, móvil, internet, etc.) y los seguros de toda índoles (hogar, comercio, vehículo, salud, responsabilidad civil, etc) **¿Cuáles son sus principales ventajas?** Cada Franquicia tendrá exclusividad en su zona de acción (según condiciones a delimitar con la Franquiciadora); mínima inversión inicial, a partir de 8.900 euros; rápida rentabilidad; asesoramiento continuo, así como una intranet propia con todos los productos y novedades; experiencia en el mercado de las franquicias; campañas de publicidad y marketing; la seguridad de poder trabajar en mercados en auge y usar productos de primera calidad a un precio competitivo. **¿Cuál es el perfil del franquiciado?** Una persona autónoma, motivada por conseguir ahorro, en busca de autoempleo y con ganas de ayudar en su entorno.



Entrevista ▶ Publibolsy CENTRAL DE PUBLIBOLSY

"Publibolsy ofrece un nuevo soporte para la publicidad"

Publibolsy aprovecha el espacio de las bolsas de papel del pan, farmacia y otros comercios como un nuevo soporte de publicidad. En este novedoso formato, cualquier anunciante que esté interesado en promocionarse, tendrá la garantía de que su publicidad llega diariamente a cada hogar de la mano del propio consumidor. **¿Cuáles son sus principales ventajas?** Las ventajas de Publibolsy son la alta rentabilidad, la baja inversión, la posibilidad de financiación sin intereses, la exclusividad geográfica y la escasa competencia. Además, ofrecemos formación y asesoramiento continuos, ya que son indispensables para garantizar el éxito del negocio. **¿Cuál es el perfil del franquiciado?** El franquiciado de Publibolsy debe tener un perfil altamente comercial, ser constante, organizado, comunicativo, dinámico y resolutivo.



Entrevista ▶ Jose Manuel Morales Zafrá DIRECTOR DE FISIO360

"Los franquiciados pueden ser fisios o inversores que quieran un negocio seguro"

En fisio360 contemplamos 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 prepararle física y nutricionalmente. **¿Cuáles son las ventajas de Fisio360?** Tiene una gran variedad de especialidades y servicios como FisioSport o FisioBeauty, y cuenta con un sistema de gestión informático. Asesoramos a los franquiciados tanto en el diagnóstico y tratamiento como en los imprevistos que puedan surgir. El departamento de Apoyo al Franquiciado ofrece un plan continuo de aprendizaje y renovación. **¿Cuál es el perfil del franquiciado?** Pueden ser tanto fisioterapeutas titulados que quieran gestionar su propio negocio, como emprendedores e inversionistas que deseen dirigir una franquicia de éxito y con proyección de futuro y a los que asesoraremos para la contratación de profesionales preparados. No es sólo una franquicia para fisios, sino para todo aquel que busca una opción de autoempleo.



Entrevista ▶ Antonio Pérez de la Torre DIR. DE EXPANSIÓN DE ALFA INMOBILIARIA

"El año se cerrará con un crecimiento de más de 50 oficinas"

Alfa Inmobiliaria aprovecha el momento en un sector que está creciendo. Disponen de más de 200 franquiciados en España y más de 70 en el extranjero. Esta enseña apuesta por un Departamento de I+D y una amplia lista de servicios novedosos. **¿Cuáles son sus principales ventajas?** Destacamos por realizar una formación desde cero a emprendedores y complementar a los profesionales para mejorar su rentabilidad en su oficina. Además ofrecemos una opción de negocio completamente diferente al sistema tradicional, basado en la transparencia, la profesionalidad, y las gestiones eficientes. Todo ello se traduce en alta rentabilidad por unidad de tiempo gestionado. **¿Cuál es el perfil del franquiciado?** Seleccionamos franquiciados con ganas de trabajar, de mejorar día a día y crecer y, sobre todo, que dispongan de una buena relación con las personas. La actividad inmobiliaria exige un trato correcto con los clientes y, por tanto, debemos ofrecer una imagen más humana y próxima.



KIOMA, UN NUEVO CONCEPTO DE VENTA DE COSMÉTICA

La marca Kioma se presenta como un nuevo concepto que combina dos áreas de belleza en el mismo espacio: el maquillaje y la perfumería. Su gama de cosméticos están basados en altos patrones de calidad y regulados por la normativa europea. De esta forma, Kioma entra dentro de una alianza establecida con una de las fábricas más longevas de Europa, situada en Italia. Con el objetivo de abarcar una mayor franja de perfiles de clientes, Kioma ofrece una línea de maquillaje con precios que van desde 1€ a 9€, y perfumería en versiones genéricas de las marcas originales, con precios hasta el 80% más bajos.

Kioma destaca como la oportunidad de crear un modelo de negocio dirigido a la expansión en franquicias. La enseñanza refleja el posicionamiento estratégico de un concepto que es diferente, en una vertiente de negocios cada vez más competitiva.



LIZARRAN, FRANQUICIA LÍDER EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

LIZARRAN, marca integrada en Comess Group en 2007, se ha posicionado como la enseña de referencia en el mercado, gracias a su fuerte expansión en franquicia y su continuada apuesta por la calidad. Todo ello gracias a una decoración y oferta únicas, en las que los pinchos y la cerveza son los auténticos protagonistas. Esta enseña permite a los franquiciados alcanzar una mayor rentabilidad, desde la central ofrece campañas de marketing, I+D/Compras/Logística, departamento técnico, ayuda de operación y plan de expansión. La franquicia de restauración ofrece a sus clientes novedades periódicas únicas de la cadena para disfrutar con amigos y familia. Un ambiente único, aderezado con las terrazas de los bares de la franquicia, hace de LIZARRAN la opción preferida para aprovechar al máximo los momentos de ocio y gastronomía. La marca cuenta, además, con presencia internacional en 21 países.



LA MODA MÁS ACTUAL ESTÁ EN MILENIUM

En poco tiempo, la franquicia Milenium ha conseguido abrir 54 puntos de venta propios y 8 franquiciados. La cadena de tiendas ofrece moda low cost para hombre y mujer, así como complementos. Estos productos no requieren una gran inversión por parte del emprendedor, por lo que se consolida como un negocio que favorece las compras por impulso, generando así ingresos continuamente. La labor del franquiciado se centra simplemente en la venta y la fidelización del cliente, ya que la enseña se encarga de la creación y el desarrollo de las campañas comerciales, así como de los periodos de rebajas y las rotulaciones. Milenium incorpora todas las semanas nuevos productos a su catálogo, basada en las nuevas tendencias y en lo que piden los clientes. Además, los artículos se emplazan con un carácter práctico y funcional, estudiando todos los detalles para una experiencia de compra positiva.



MUNDOGUIA, TU AGENCIA DE MARKETING ONLINE POR SÓLO 4.000€

Mundoguaia es la única empresa en el sector del marketing y la comunicación que engloba todo lo necesario para promocionar y posicionar cada negocio, sea del sector que sea, tanto en Internet como fuera de él. Además, el asociado realizará una inversión reducida, pero tendrá una recuperación rápida. La franquicia ofrece todo lo que necesita una empresa para destacar: asesoramiento personalizado, presencia destacada en Internet y a nivel nacional y promociones destacadas para todos los negocios. En definitiva, Mundoguaia cuenta con una variedad de productos y herramientas para que cualquiera pueda desarrollar su modelo de negocio con la mayor facilidad. El objetivo de Mundoguaia es rentabilizar todos los esfuerzos comerciales que ejecutan sus franquiciados. Es por esto que todos sus productos mantienen un margen de beneficio elevado. La franquicia de marketing online garantiza que el franquiciado pueda amortizar su inversión inicial en menos de tres meses y así poder trabajar con libertad.



Entrevista ▶ Eduardo Santolaria
RESP. DE EXPANSIÓN THE NEW KIDS CLUB

"Nuestra metodología combina multitud de actividades"

TNKC tiene más de 12 años de experiencia en el sector. Su éxito reside en la metodología de enseñanza exclusiva y la fidelización de los alumnos. **¿Cuáles son sus principales ventajas?** TNKC es una franquicia de educación que ofrece los servicios de inglés, refuerzo escolar, ludoteca y actividades vacacionales. Además, también puede ofrecer otros servicios complementarios como logopedia y psicopedagogía. Nuestra ventaja es obvia: no somos únicamente un centro de inglés. TNKC es mucho más que inglés. Otro aspecto que nos diferencia es nuestra propia metodología que combina juego, libros, música y multitud de actividades encaminadas a que el niño lo adquiera de forma natural.

¿Cuál es el perfil del franquiciado?

TNKC valora sobre todo a la persona: su personalidad y su actitud. A los candidatos no les debe preocupar no tener una formación relacionada con la educación o el mundo empresarial, ya que todos nuestros franquiciados realizan una formación previa a la apertura.



Entrevista ▶ Antonio Loredo
DIR. EXPANSIÓN DE LA BOTICA DE LOS PERFUMES

"Nuestro modelo se basa en la innovación, calidad y rentabilidad"

La Botica de los Perfumes destaca por ofrecer un producto diferente y único. En su catálogo disponen de más de 100 fragancias femeninas, masculinas e infantiles, así como colonias frescas. **¿Qué novedades van a incorporar pensando en los franquiciados?** Pensando en nuevos franquiciados, nuevas opciones y promociones para decidirse por abrir una de nuestras franquicias. Nuevas tecnologías en los proyectos de estudio y mejores opciones y acuerdos de financiación mediante convenios con varias entidades que facilitaran su entrada.

¿Qué ventajas tiene La Botica de los Perfumes?

El modelo de negocio desarrollado, basado en la innovación, la calidad y la alta rentabilidad, junto con la rápida respuesta a las demandas del mercado, además del concepto comercial asequible para todos los públicos. El éxito de este negocio radica en la gran calidad de nuestros productos. Las tiendas de La Botica de los Perfumes ofrecen más de 100 fragancias femeninas, masculinas e infantiles, así como colonias frescas.



Entrevista ▶ María Salas
DIRECTORA EJECUTIVA DE holaMOBI

"Somos líderes del sector en España y ofrecemos las mejores condiciones"

El sector de la telefonía móvil es uno de los de mayor éxito en España y a nivel internacional. holaMOBI es un negocio rentable y de gran proyección.

¿Cuáles son las ventajas?

Somos líderes del sector con más de 100 tiendas en España y ofrecemos las mejores condiciones y rentabilidad. Todo gracias a nuestros acuerdos con más de 15 operadores, garantizando las mejores comisiones por venta a nuestros franquiciados. También al sistema holaMOBI DEPOSIT con el que facilitamos más de 10.000€ en stock sin la necesidad de prepagar ni aval. Tenemos un sistema de gestión único, gesMOBI, y una marca propia de seguros.

¿Cuál es vuestro perfil de franquiciado?

Una persona dinámica, emprendedora y proactiva que le guste el negocio y el sector. Nosotros nos ocupamos de toda la formación, avalada por la Universidad de Málaga, y de todo el apoyo en la pre-apertura y el día a día.



Entrevista ▶ Publypizza
CENTRAL DE PUBLYPIZZA

"La publicidad llega al cliente en uno de los momentos que más receptivo está"

El objetivo de Publypizza es romper con la clásica publicidad impresa y entregada mediante buzono, que cada día tiene una menor aceptación y, por tanto, menor eficacia. Publypizza aprovecha el espacio de las cajas de pizza para estampar la publicidad. El anuncio llega a casa del cliente de su propia mano, garantizando ser visto. **¿Cuáles son sus principales ventajas?** Publypizza es la primera franquicia de estas características, un negocio innovador adaptado a los tiempos actuales, de baja inversión y alta rentabilidad, y en un sector en constante crecimiento. Además, en estos momentos de crisis económica, constituye una alternativa de autoempleo.

¿Cuál es el perfil del franquiciado?

Publypizza busca franquiciados con dotes comerciales, proactivos y, sobre todo, con capacidad para la comunicación y muchas ganas.

ATRÉVETE A EMPEZAR AQUÍ Y AHORA

Es el momento de EMPRENDER. Es el momento de SIF
It's time to UNDERTAKE. It's time to SIF

20/21/22 VALENCIA-SPAIN
OCTUBRE/OCTOBER



ORGANIZADO POR

FERIA VALENCIA

MFV
expositions

AEF

Cámara

GENERALITAT VALENCIANA

WWW.MONTAÑAUFANQUICIA.COM | @SIFCO


INFOTACTILE, PIONERA EN EL SECTOR DE LA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

Infotactile forma parte del grupo empresarial Manantial de Ideas. Una compañía pionera en el sector de la publicidad y la comunicación en España. Es un soporte novedoso y de última generación al servicio de la información y la publicidad. Su modelo de negocio consiste en la comercialización de espacios publicitarios dentro de un dispositivo táctil que se instala en las recepciones de los mejores hoteles del país y en el cual el usuario no solo puede ver la publicidad de los anunciantes, también puede consultar información turística, así como adquirir entradas para espectáculos de la zona. El franquiciado de Infotactile desarrolla una acción comercial consistente en la captación y atención de los anunciantes del dispositivo. Los ingresos se obtendrán a través de la venta de espacios publicitarios en la máquina Infotactile; comisión por el servicio de venta de entradas a través de Infotactile, y acuerdos comerciales con otros franquiciados interesados en publicar sus clientes en nuestros hoteles.


SMSPRO, PIONERA DEL MARKETING DIGITAL MOBILE

La franquicia de SMSPRO ofrece a los emprendedores la posibilidad de comunicar con soluciones integradas de Marketing Mobile First-Approach, conectadas todas entre ellas, para ofrecer un histórico digital de cada cliente, sus comportamientos y el grado de compromiso que tiene hacia a cualquier empresa. SMSPRO ofrece a sus franquiciados herramientas únicas y pioneras en el mercado para crear con total autonomía micro-contenidos mobile con una tasa de conversión muy alta, distribuir los contenidos por múltiples canales: sms, email, social networks, etc.; medir y analizar los resultados de las campañas, etc. Formar parte de SMSPRO tiene como ventajas, entre otros aspectos, el retorno de la inversión en menos de un mes; soluciones Mobile Marketing pioneras, únicas e innovadoras, pertenecer a un grupo internacional, negocio digital sin necesidad de ofician y baja inversión, margen de ganancia de hasta un 80% en la mayoría de las soluciones.


NO+KILOS, TU CENTRO DE BIENESTAR DE REFERENCIA

¿Cuál es la principal misión de No + Kilos? Conseguir la plena satisfacción del cliente en todo lo relacionado con su imagen estética, estado físico y bienestar a fin de que lleve una vida satisfactoria. La red empresarial No+Kilos se cimienta sobre una filosofía de total cooperación entre la central y sus franquiciados. A través de la relación franquiciador-franquiciado, la firma ofrece a sus delegados toda una serie de garantías con las que premia su apuesta económica y empresarial por No+Kilos. La formación se realiza a través de un proceso inicial y continuado, a lo largo de toda la colaboración: desde el asesoramiento en la búsqueda del local hasta la administración en su día a día. Si eres una persona con espíritu emprendedor, compromiso con la marca y tienes habilidades comerciales y don de gentes, puedes acceder a diferentes posibilidades de combinación del negocio para el franquiciado.


DIT GESTION PROPONE UN SISTEMA EXCLUSIVO DE AGENCIA DE VIAJES

El sistema exclusivo freelance de Dit Gestion está pensado como un paso previo para personas que quieran probar antes de meterse de lleno en la creación de una agencia de viajes propia. Asimismo, también está previsto para agentes de viajes que dispongan de una cartera de clientes sin constituir una empresa. La enseña plantea una plataforma de venta on-line y otra de venta directa. Su técnica está totalmente automatizada a través de microsites de los turoperadores más importantes, así como un producto propio, que se vende como un producto diferencial. Dit Gestion cuenta con más de 600 franquicias en España y 53 en el extranjero, además de 20 negocios propios. Una de las razones de su rápida expansión es el bajo coste inicial que supone ser parte de esta empresa. Además, se unen la tecnología y facilidades de promoción que se les da a los emprendedores, que pueden crear su propia agencia de viajes.

Crepolé Stick & Chic, la franquicia revelación del año

■ Una propuesta diferente, sorprendente, sana y nada convencional en el sector de la alimentación

4.200 nuevas empresas y 25.700 nuevos empleos sólo en 2014 me confirmaron que la Franquicia es, en la actualidad, la mejor opción para la inversión y el autoempleo. Desde entonces he dedicado muchas horas de estudio y reflexión en busca de la Franquicia "perfecta". Y es que, hoy en día, las Franquicias, sabedoras de su éxito, exigen a sus posibles franquiciados una serie de requisitos muy exigentes, así que, ¿no sería justo también que los aspirantes a franquiciados pudiesen reclamar ese mismo nivel de exigencia? La respuesta es sí, de hecho, desde mi punto de vista, esa exigencia se convierte en el primer requisito indispensable para alcanzar esa perfección. Crepolé Stick & Chic es una nueva propuesta que ofrece un producto práctico, variado, sano y con un toque de sofisticación que, en mi opinión, lo convierte en la Franquicia revelación del año. Y es que la marca apuesta por una nueva forma de comer pero sin olvidarse de la tradición y de los productos de calidad artesana. Crepolé Stick & Chic ha tenido el acierto de posicionarse estratégicamente en un punto intermedio entre los que buscan la diferenciación por la diferenciación y entre los que no quieren moverse más allá de los cánones que sugiere la gastronomía más tradicional. Y es precisamente este

equilibrio el que convierte a la marca en un candidato a convertirse en una Franquicia "perfecta". Por fin la comida, además de sabrosa y sana, también puede ser elegante tanto en lo que comemos como en la forma en la que comemos.

Y sí, tal vez Crepolé Stick & Chic sea una apuesta para sus franquiciados, pero no es menos cierto que se trata de una apuesta segura con gran proyección y expansión tanto a nivel nacional como internacional. Prueba de ello son los importantes acuerdos que Crepolé Stick & Chic esta alcanzando con fabricantes de primer nivel para el desarrollo de productos exclusivos para la marca. Hablamos de un producto adaptado a los nuevos tiempos y a todas aquellas personas que prefieren dejar atrás tanto el concepto fast food como el de mesa y mantel en su día a día y optar por otras propuestas más sanas, más prácticas y más económicas y ¿por qué no decirlo?, más elegantes. Crepolé Stick & Chic está pensado y muy bien pensando. Y es que a buen seguro provocará entre la competencia la clásica expresión de

¿por qué no se me habrá ocurrido a mí? Y ya que hemos comenzado este artículo con cifras, vamos a terminar con una que puede interesar a más de un posible inver sor: un crecimiento de más del 23% sobre el objetivo de ventas marcado y 2,5 años de media para

recuperar su inversión. Y si a esos datos le sumamos una bonificación del 10% sobre inversión de marca (*) si formaliza su contratación antes del 30 de mayo de 2016, ¿no cree usted que Crepolé Stick & Chic se acerca mucho a la perfección?



(*) bonificación máxima de 5.000 euros


THE BOXPHONE, EL MODELO CORNER DE TELEFONÍA

TheBoxPhone es el modelo corner de telefonía más rentable y novedoso del mercado. Incrementa tus ingresos sin aumentar la estructura de costes de tu negocio actual. Actualmente contamos con más de 800 colaboradores tanto nacionales como internacionales. TheBoxPhone está enfocada a una persona emprendedora que quiera aún más rentabilidad en su negocio. Entre sus principales líneas de negocio destacan: compraventa de terminales de ocasión; venta de terminales low cost nuevos y de alta rotación; reparaciones y liberaciones de terminales, sea cual sea el modelo; alta de líneas y portabilidades, tanto móvil, como fija y ADSL; venta de accesorios low cost de última generación y alta rotación. Además, es la única compañía con plataforma propia de gestión de compraventa de terminales de ocasión acogidos al modelo REBU. Así podrá vender terminales de ocasión sin incrementar. Una oportunidad única de optar por un modelo de negocio innovador pero con una base segura.


GRUPO INFINITY SEGURIDAD, UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Grupo Infinity Seguridad es una empresa de Seguridad de Ámbito Nacional, homologada por el Ministerio de Interior y la Dirección General de Policía y Guardia Civil, con más de 14 años de experiencia en el sector. Nos dedicamos a cubrir las necesidades de clientes que demandan Sistemas de Seguridad Avanzados y Sistemas de Cámaras CCTV con Video-Transmisión "en tiempo real", a través de los canales primitivos pero con una calidad excepcional. El ámbito de actuación de esta franquicia se centra en todo tipo de servicios de seguridad y las aplicaciones de estos hacia los clientes: sistemas de Video-Vigilancia (CCTV); sistemas de Alarmas contra Intrusión / Anti-Hurto; sistemas de Control de Accesos; arcas de Seguridad y Cajas Fuertes; sistemas Domóticos Residenciales con Homologación del Sistema de Seguridad. Grupo Infinity Seguridad permite al franquiciado compatibilizar su actividad con la venta e instalación de Sistemas de Seguridad Profesionales, dentro de una zona territorial que se le asigne en exclusividad.


GAH! ALDA HOSTELS OFRECE EL MEJOR ALOJAMIENTO AL MEJOR PRECIO

El éxito de cualquier hotel o alojamiento turístico pasa por una óptima gestión. A eso se dedican desde más de 15 años gah! grupo AldaHostels, que cuenta con más de 15 hoteles y 520 camas a nivel nacional, y son especialistas en sacar la máxima rentabilidad de un negocio hotelero y del alquiler particular de apartamentos turísticos dotándoles de las herramientas necesarias. El alquiler vacacional se ha convertido en una nueva forma de viajar. A través de programas y sistemas profesionalizados, gah! grupo AldaHostels pone a disposición de los hoteles y hostales que lo necesiten la gestión que utilizan las grandes cadenas al objeto de competir en el mercado con estas. gah! grupo AldaHostels ofrece a través de sus franquiciados la gestión integral de estas propiedades en régimen turístico que van desde la comercialización de las mismas y política de precios hasta la gestión de servicios de entrega y recogida de llaves, limpieza, etc.


FRAGANCES & COLORS CRECE NACIONAL E INTERNACIONALMENTE

Fragances & Colors es un sistema de franquicia que vende una amplia gama de productos cosméticos, pero su punto fuerte son los perfumes. La empresa presenta aromas similares a las fragancias de las marcas más prestigiosas. Se trata de esencias de creación propia, nacional y de la mejor calidad. La enseña cuenta con más de 40 puntos de venta en España y 12 tiendas en el extranjero. La expansión internacional es una prueba del éxito de este modelo empresarial. La marca es conocida en tres continentes, gracias a la amplia variedad de su catálogo y a la satisfacción del cliente. Fragances & Colors fideliza al cliente mediante el envase retornable. Cuando el consumidor acabe su frasco de perfume puede volver con el mismo y obtiene uno nuevo con una rebaja en el precio. La fidelización y la calidad hacen de la franquicia un negocio rentable y con una inversión inicial muy baja.

Olvidate de los cubiertos.
Y de los platos y de los tupperes y de los microondas.

Olvidate de todo lo que conocías hasta ahora.

Y es que Crepolé Stick & Chic ya es una realidad y ya está disponible para que puedas disfrutar de un producto diferente, sorprendente, práctico, variado, sano, equilibrado, sabroso... y con un toque sofisticado.

Solicita más información en info@crepole.es

Risotto de setas
Carne asada BBQ
Tortilla de patatas
Bacon Cheddar
Salmón

“Fisio360 no es sólo una franquicia para fisios, es para todo aquel emprendedor que busca un modelo de éxito”

José Miguel Morales ▶ DIRECTOR DE FISIO360

Fisio360 es una franquicia para profesionales de la Fisioterapia basada en un servicio integral a sus pacientes y un concepto novedoso en el tratamiento fisioterapéutico y deportivo. Todo ello utilizando la más avanzada tecnología capaz de mejorar la rentabilidad del negocio. Su director general, José Miguel Morales Zafra, explica las principales ventajas de formar parte de la red de clínicas Fisio360.

¿Por qué decide Fisio360 convertirse en franquicia?

Creímos que era el modelo empresarial perfecto para exportar el sistema de éxito que nosotros hemos experimentado como empresarios. Tanto los profesionales de nuestro gremio como los inversionistas que quieran emprender en un nuevo negocio, encontrarán en Fisio360 un sistema de gestión integral y flexible con aquellas técnicas o disciplinas que prefiera y contando siempre con un asesoramiento personalizado.

¿Cuáles son las ventajas de este modelo de negocio?

Además de lo ya indicado, Fisio360 tiene una gran variedad de especialidades y servicios como FisioSport o FisioBeauty, y cuenta con un sistema de gestión informático exclusivo capaz de mejorar la rentabilidad del negocio. Desde la central asesoramos a los franquiciados tanto en el diagnóstico y tratamiento como en los imprevistos. Un aspecto al que se suma la formación, ya que el

departamento de Apoyo al Franquiciado ofrece un plan continuo de aprendizaje y renovación. Aunque lo mejor es que los interesados contacten con nosotros para poder explicarles de primera mano cómo funciona Fisio360 y todos los beneficios que pueden conseguir.

Contamos con una gran variedad de especialidades y servicios como FisioSport o FisioBeauty y un sistema de gestión informático exclusivo capaz de mejorar la rentabilidad del negocio

¿Y en cuanto a la rentabilidad?

Eso es muy importante. Estimamos una rentabilidad de 9 a 12 meses para recuperar lo invertido, siempre dependiendo de que el franquiciado aplique adecuadamente las pautas indicadas desde la central. Tenemos más de diez

años de experiencia en este sector tanto desde el punto de vista sanitario como de gestión y sabemos del éxito y las garantías de este modelo empresarial.

¿Quién puede ser franquiciado de Fisio360?

Puede ser tanto un profesional titulado en Fisioterapia como un empresario, emprendedor o inversionista que confíe en el modelo de negocio y que quiera trabajar en el sector de la Salud y Belleza. Hay que tener en cuenta que este es un sector en alza que no para de generar empleo, pero aún hay espacios por cubrir y muchos aspectos por mejorar en ese sentido. Eso es lo que pretende Fisio360.

Desde el punto de vista de marketing y publicidad, ¿cuáles son los elementos que destacáis?

Una de las herramientas más interesantes y que muestra cómo apostamos por las nuevas tecnologías es la posibilidad de usar las pantallas LED, un avance en la forma de mostrar información a los clientes, creando un escaparate interactivo y posibilitando la muestra de las técnicas y productos de la marca.

La inversión económica es otro de los temas que interesa a los posibles franquiciados...

Somos conscientes de ello. Por eso, desde la central ofrecemos a los asociados la posibilidad de beneficiarse de los diferentes acuerdos que tenemos con proveedores y compañías y adaptarlos a sus necesidades.



Guía oficial de las mejores franquicias

Alimentación - Comestibles

EROSKI CITY

Alimentación

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

INVERSIÓN Depende de la superficie del local

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 250m² Población: 1.500 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 2069 Propios: 1569 Franquiciados: 500 Extranjero: 0

www.eroski.es Contacto: Enrique Martínez

LA DESPENSA EXPRESS

Alimentación

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

INVERSIÓN Según metros cuadrados

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 150 / 400m² Población: 1.500 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 110 Propios: 90 Franquiciados: 20 Extranjero: 0

www.grupoladespensa.com

Asesoría - Consultoría

GRUPO TERRAMINIUM

Administración de Fincas

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

INVERSIÓN 13.900€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 20m² Población: 15.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 74 Propios: 2 Franquiciados: 72 Extranjero: 0

www.terraminium.com Contacto: Alejandro Gómez

AHORRALIA.ES

Asesoría - Consultoría

Canon de entrada	Desde 8.900€
Royalty	No hay
Canon de publicidad	No hay

INVERSIÓN Desde 8.900€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 20m² Población: 10.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

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

www.ahorreria.es Contacto: Salvador García

Agencia de Viajes

CLICK VIAJA

Agencia de viajes

Canon de entrada	4.495€
Royalty	120€
Canon de publicidad	10€

INVERSIÓN 6.000€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: No precisa Población: No relevante

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 132 Propios: 2 Franquiciados: 130 Extranjero: 30

www.clickviaja.com Contacto: Oscar Alonso

DIT GESTIÓN

Agencia de viajes

Canon de entrada	3.200€
Royalty	100€ + IVA / mes
Canon de publicidad	No hay

INVERSIÓN 3.200€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: No precisa Población: No relevante

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 630 Propios: 20 Franquiciados: 610 Extranjero: 53

www.ditgestion.es Contacto: Lander Arriaga

Hostelería - Restauración

LIZARRAN

Cervecería / Vinos / Tapas

Canon de entrada	35.000€
Royalty	6%
Canon de publicidad	No hay

INVERSIÓN Desde 100.000€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 100m² Población: 18.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 271 Propios: 1 Franquiciados: 270 Extranjero: 20

www.lizarran.es Contacto: Gonzalo Lázaro Olmedo

MERCADO PROVENZAL

Cervecería / Vinos / Tapas

Canon de entrada	7.500€ + IVA
Royalty	1.750€
Canon de publicidad	No hay

INVERSIÓN 70.000€ + IVA

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 50m² Población: 40.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: Propios: Franquiciados: Extranjero:

www.mercadoprovenzal.com Contacto: Cristina

LA PIEMONTESA

Pizzerías / Italianos

Canon de entrada	30.000€
Royalty	6% mensual sobre facturación
Canon de publicidad	No hay

INVERSIÓN 521.000€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 250m² Población: Según zona

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 23 Propios: 4 Franquiciados: 19 Extranjero: 0

www.lapiemontesa.com Contacto: Edgar Sarabia

BOLAS DE HELADOS ARTE-SANOS

Heladerías / Yogurterías

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

INVERSIÓN Desde 45.000€

REQUISITOS MÍNIMOS

Local: 35m² Población: 25.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS

España: 5 Propios: 1 Franquiciados: 4 Extranjero: 0

www.bolasheladosartesanos.com Contacto: Antonio M. Ruiz



Franquicias EROSKI ha logrado imponerse en el sector de la distribución como un modelo de franquicia diferente, competitivo, rentable y sólido. Y todo ello gracias al respaldo de EROSKI, la tercera cadena de distribución de España, y una gran marca con implantación en todo el estado.

De esta forma, EROSKI apoya a sus franquiciados desde el inicio y en su día a día, ofreciéndoles un negocio hecho a su medida con el nuevo modelo comercial "contigo". Con una excelente y competitiva relación calidad-precio, y una gran apuesta por productos y proveedores locales, EROSKI Franquicias se posiciona, entre otras muchas cosas, como la primera cooperativa de consumo abierta a la participación de todos que crea, dentro de una franquicia de distribución, un club pionero y exclusivo para sus franquiciados: el Club Contigo en Franquicia.

Además, destaca por su carácter innovador a través de diversos proyectos que ha puesto en marcha a lo largo de 2015, como la apertura del primer hipermercado franquiciado en Tarragona, hecho que ha consolidado y expandido este negocio de forma muy exitosa; o una iniciativa pionera: la apertura del primer supermercado franquiciado gestionado en su totalidad por personas con discapacidad. Así, EROSKI cierra el ejercicio de 2015 con unos datos muy satisfactorios. Con cerca de medio millar de franquicias en toda España, 94 aperturas en el último año, y el mejor servicio logístico de todas las franquicias de distribución, EROSKI Franquicias ha logrado varios reconocimientos empresariales: el premio a la Franquicia que más empleo ha generado en España, y el premio a la mejor Franquicia de distribución de España en el 2014.



La primera franquicia de gestión + alquiler hotelera vacacional

Gestionamos infraestructuras hoteleras de todo tipo desde hoteles completos a apartamentos turísticos

¿Quieres información?

Solicítala en: expansion@grupoaldahostels.com o visítanos en el stand 4C09 de topfranquicias

NEGOCIO TURÍSTICO EN ALZA

- ✓ Exclusividad en el área geográfica
- ✓ Formación Capacitación y orientación comercial
- ✓ Gestión de precios y control de la competencia

Inversión asequible canon desde 12.000€

(Canon en función del modelo de negocio planteado y localidad de exclusividad)

gah! Alda Hostels GRUPO

www.grupoaldahostels.com

Guía oficial de las mejores franquicias

Formación

EDUCACHILD
Academia de idiomas

Canon de entrada	12.000€
Royalty	7%
Canon de publicidad	2%
INVERSIÓN	17.990€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 100m² Población: 50.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 20 Propios: 2 Franquiados: 18 Extranjero:

www.educachild.com Contacto: Jose Luis Torres

IHPE LANGUAGE RESEARCH & TEACHING
Academia de idiomas

Canon de entrada	20.000€
Royalty	300€ (8 horas de consulta)
Canon de publicidad	100€
INVERSIÓN	35.000€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 70m² Población: 20.000 habitantes

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

www.ihpe.es Contacto: Julio Gimeno Ruiz

LCF KIDS CLUB SPAIN
Academia de idiomas

Canon de entrada	Desde 5.000€
Royalty	250€/ mes
Canon de publicidad	No hay
INVERSIÓN	7.500€ (C. Entrada no incluido)

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 80m² Población: 25.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 9 Propios: 1 Franquiados: 8 Extranjero: Más de 300

www.kidsclubspain.es Contacto: José M. Linares

THE NEW KIDS CLUB
Academia de idiomas

Canon de entrada	12000€
Royalty	10%
Canon de publicidad	5%
INVERSIÓN	19.900 € + obra civil

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 80m² Población: 15.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 13 Propios: 1 Franquiados: 12 Extranjero: 0

www.thenewkidsclub.es Contacto: Eduardo Santolaria

Inmobiliaria

VILSA GRUPO INMOBILIARIO
Agencia inmobiliaria

Canon de entrada	9.000€
Royalty	6% sobre la facturación
Canon de publicidad	2% sobre la facturación
INVERSIÓN	21.500€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 45m² Población: 50.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 3 Propios: 3 Franquiados: 0 Extranjero: 0

www.vilsa.es Contacto: María del Amo

FINCATERRA
Agencia inmobiliaria

Canon de entrada	4.995€
Royalty	145€ / mes
Canon de publicidad	2%
INVERSIÓN	4.995€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 20m² Población: A convenir

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 7 Propios: 2 Franquiados: 5 Extranjero: 0

www.fincaterra.com Contacto: Teresa Acuña

ALFA INMOBILIARIA
Agencia inmobiliaria

Canon de entrada	2.500€ - 6.000€ + IVA
Royalty	200€ + IVA 1º Año 250€ + IVA 2º Año
Canon de publicidad	80€ + IVA
INVERSIÓN	Desde 3.500€ + IVA

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 40m² Población: No relevante

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 215 Propios: 0 Franquiados: 215 Extranjero: 73

www.alfainmo.com Contacto: Antonio Pérez de la Torre

HOUZE, ALQUILER VACACIONAL
Agencia inmobiliaria

Canon de entrada	2.995€
Royalty	400€
Canon de publicidad	No hay
INVERSIÓN	2.995€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: Población:

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 41 Propios: 5 Franquiados: 36 Extranjero: 0

www.houze.es Contacto: Jaime Martín Yedra

Servicios especializados

URBAN PLANET ENTERTAINMENT S.L.
Asesoría - Consultoría

Canon de entrada	Desde 0€
Royalty	300€ / mes
Canon de publicidad	No hay
INVERSIÓN	Desde 49.500€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 150m² Población: 30.000 habitantes

Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 13 Propios: 0 Franquiados: 13 Extranjero: 1

www.urbanplanet.eu Contacto: Carlos 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 DE ESTABLECIMIENTOS
España: 9 Propios: 4 Franquiados: 5 Extranjero: 0

www.grupoaldahotels.com Contacto: Dpto. de Expansión



VILSA GRUPO INMOBILIARIO, más de 20 años apostando por la innovación

La enseña, que cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector inmobiliario, ha comenzado recientemente su expansión, en franquicia e irrumpe con fuerza en ExpoFranquicia 2016.

Vilsa Grupo Inmobiliario empezó a trabajar en 2015 en la estandarización de todos sus procesos y en un método de transferencia del "know how" que fuera sencillo y eficaz para la incorporación de nuevas agencias a su red. La gran inversión en el desarrollo de todo el proyecto ha dado lugar a un plan asistencial, formativo y de auditoría profesionalizado de calidad.

Para afrontar el crecimiento, la enseña pone a disposición de sus franquiciados múltiples ventajas experimentadas en sus oficinas. Entre estas destaca la disposición de una cartera propia desde el primer momento, precaptada por la red comercial central para el cierre de operaciones desde el comienzo. Como otras ventajas se encuentran la reducida inversión que posiciona a la marca "low cost", los múltiples descuentos con colaboradores como entidades de crédito o la disposición absoluta de la central para los franquiciados.

Vilsa Grupo Inmobiliario trabaja de forma permanente en mantener su apuesta por la Innovación Inmobiliaria y para ello ha desarrollado una plataforma tecnológica de última generación. De esta manera, la central ha incorporado una nueva web que facilita la actualización o incorporación de inmuebles directamente desde cada oficina. Asimismo la gestión de las redes sociales corporativas de la marca se ha centralizado por profesionales y la imagen corporativa ha evolucionado hacia una tendencia vanguardista.

Todo ello se ha materializado, entre otros, en la incorporación de dispositivos móviles Tablet para los Asesores Comerciales, suprimiendo el papel, implementando la firma digital y las presentaciones interactivas, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes y hacerla más agradable e impactante.



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

¡NOVEDAD!

Además ahora, ofrece a tus clientes nuestros nuevos servicios avanzados

FISIO360°

#SomosFisios



Fisio360°
beauty



Fisio360°
sport

Te lo ponemos muy fácil
¡No estás solo!

Invierte en un sector con alta demanda y rentabilidad

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

Más información y contacto

T. 902 907 426 | expansion@fisio360.es
o visítanos en el **stand 4C09** de Topfranquicias

fisio360.es

Guía oficial de las mejores franquicias

Nuevas Tecnologías

AL APARATO
Telecomunicaciones / Telefonía
Canon de entrada 3.500€
Royalty 195€ / mes
Canon de publicidad No hay
INVERSIÓN 10.000€ + 5.000€ stock

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: Sin local Población: 20.000 habitantes
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 2 Propios: 1 Franquiados: 1 Extranjero: 0
Contacto: Joaquín de Mier

holaMOBI, TELEFONÍA GLOBAL
Telecomunicaciones / Telefonía
Canon de entrada 18.495€
Royalty 2%
Canon de publicidad 3%
INVERSIÓN Desde 18.495€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 12m² Población: Según emplazamiento
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 82 Propios: 2 Franquiados: 80 Extranjero: 0
www.holamobi.com Contacto: Jaime Abehsera

THE BOX PHONE
Telecomunicaciones / Telefonía
Canon de entrada 995€
Royalty 60€ / mes
Canon de publicidad No hay
INVERSIÓN 3.995€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 8 / 12m² Población: No relevante
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 14 Propios: 0 Franquiados: 14 Extranjero: 0
www.theboxphone.com Contacto: Jesús Mérida-Nicolich

COPICENTRO
Imprentas - Papelerías
Canon de entrada
Royalty 200 €/mes (a partir del 3º mes)
Canon de publicidad No hay
INVERSIÓN 17.500€

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 60m² Población: 15.000 habitantes
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 55 Propios: 29 Franquiados: 26 Extranjero: 0
www.copicientro.net Contacto: Juan Miguel Ferrer

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

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

MOVILREDPUBLIC
Telecomunicaciones / Telefonía
Canon de entrada 0€
Royalty 160€
Royalty de Marketing 2%
INVERSIÓN Mínima

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 20m² Población: 15.000 habitantes
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: +100 Propios: 1 Franquiados: +100 Extranjero: 0
www.movilrepublic.com Contacto: Esther M. Rojas

DIGITAL ASESORES
Informática
Canon de entrada 20.000€ + IVA
Royalty No hay
Canon de publicidad No hay
INVERSIÓN 24.000€ + IVA

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: 15 / 50m² Población: No relevante
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 21 Propios: 1 Franquiados: 20 Extranjero: 0
www.digitalasesores.com Contacto: Christopher Windsor

COMERCIOOS DROP SHIPPING
Tienda online - Comercio online
Canon de entrada 600€ + IVA
Royalty 40€ + IVA / mes
Canon de publicidad No hay
INVERSIÓN 600€ + IVA

REQUISITOS MÍNIMOS
Local: Población:
Nº DE ESTABLECIMIENTOS
España: 510 Propios: 10 Franquiados: 500 Extranjero: 40
www.comercioos.es Contacto: Patricia Velasco



Phone Service Center, líder en reparación de móviles y tablets

Con más de 500.000 reparaciones realizadas en 2015, Phone Service Center es el Líder Europeo de la Reparación de Móviles y Tablets en tiendas de proximidad, sector en fuerte expansión y con una proyección exponencial de crecimiento para los próximos años.

Con una inversión inicial mínima, puedes unirte a nuestras más de 250 tiendas y 500 técnicos certificados y recibir todo lo que necesites para dar el mejor servicio posible a tus futuros clientes:

1. Formación Inicial y Continua (técnica y negocio).
 2. Plan de marketing a medida, adaptado a tu zona de influencia.
 3. Asesoramiento continuo durante el proyecto de apertura.
 4. Condiciones preferentes para la compra de piezas y accesorios.
 5. Acreditación de las principales marcas de Smartphones y Tablets.
- Estamos abriendo nuevas tiendas todos los meses, ¡y la próxima puede ser la tuya!



La franquicia de moda Innovias consigue presencia internacional con su primera tienda en México DF

La enseña de alquiler de vestidos de novia cumple el sueño de crear un nuevo sector en España

Durante el primer semestre de 2015, fueron casi 70.000 los matrimonios que se celebraron en España, un 1,2% más respecto al mismo periodo de 2014. Lo que supone un alza en el mercado nupcial. En las novias actuales prima la practicidad en la elección de su vestido de novia y eligen el alquiler del vestido de novia como la opción más cómoda, ya que les permite lucir un vestido que se utiliza sólo una vez en la vida, de estreno y del mejor diseño, corte y confección, sin el fuerte desembolso que requeriría la compra de un vestido de una calidad similar en los canales tradicionales de venta. La franquicia Innovias, además de pionera, es una de las de mayor éxito del sector. "Todas nuestras novias presumen de lucir espectaculares habiéndose ahorrado un dineral por haber elegido nuestro servicio de alquiler de vestidos de novia", afirman desde la central de Innovias, que ofrece un producto de máxima actualidad y proyección de futuro en el sector nupcial. Una propuesta con altos niveles de calidad y una estrategia de mercado novedosa de la mano de una marca de fuerte implantación en el mercado y con un crecimiento exponencial. Invertir en una franquicia como esta es, sobre todo, una gran opción desde el punto de vista de la rentabilidad.

Innovias no es una tienda multimarca, sino que ofrecen una colección propia para la que confeccionan cada vestido incorporando nuevos modelos cada año y que una vez se retiran de la oferta de alquiler se reciclan y se venden a precios outlet, ahorrando así en costes de producción.

El excelente servicio de costura de Innovias, para garantizar que el vestido quede como hecho a medida de la novia, le aporta una buena imagen de marca a la franquicia desde que la novia se ve atraída por sus servicios hasta que sale del local con su vestido en la mano y genera una fuerte prescripción boca a boca. Tras el comienzo de su andadura en 2007, Innovias se siente orgullosa de la excelente acogida de su producto y servicio y su plan de expansión pretende acercar el producto a las novias de toda la geografía nacional.



Comercio



La ecografía 4D con marca a tu alcance
Ecox 4D es la mejor opción en autoempleo rentable
www.ecox4d.com



ecox
4D PRENATAL
imágenes que laten

Infórmate:
Departamento de Expansión:
expansion@ecox4d.com - 618 431 797
Podrás encontrarnos en el Stand 4C09 en Expofranquicia

topfranquicias consulting

«Desarrollamos proyectos desde su nacimiento hasta la internacionalización»

Nuestro trabajo se basa en la calidad de nuestros resultados.

Dilatada experiencia en el sector de la franquicia.



encuétranos en las redes sociales:
f t g+ y in

VISITA NUESTROS PORTALES: www.topfranquicias.es | www.bestfranchising.pt | www.topfranquicia.com.mx



EXPO FRANQUICIA Del 21 al 23 de Abril

Observatorio de la Franquicia

Stand 4G21

Stand 4A15

Escuela de la Franquicia

AGENDA DE ACTIVIDADES

Jueves 21 de Abril

- 10:15h** **Introducción a la franquicia. Consejos para la selección**
Colabora: MUNDOFRANQUICIA
Ponente: D. Pedro Cantalapiedra
Jefe de Consultoría de Mundofranquicia Consulting
- 11:20h** **El modelo de negocio de Naturhouse**
Colabora: NATURHOUSE
Ponente: D. Juan Burguillos Pérez-Lanzac
Director Comercial
- 11:45h** **Quiero montar una franquicia. ¿Cómo acertar con la enseña?**
Colabora: ALAIN AFFLELOU
Ponentes: D. Manuel Paz - Director de Expansión;
D. Ricardo Santiago - Director Franquicias
- 12:10h** **Si tu meta es el éxito, tu camino es Generali**
Colabora: GENERALI
Ponente: Dª. Sandra Rodríguez
Jefe comercial
- 12:35h** **MIKELI**
Colabora: MIKELI FRANCHISE
Ponente: D. Antonio Avilés
CEO/ Director General

Viernes 22 de Abril

- 10:15h** **Derechos y obligaciones, elección de una franquicia**
Colabora: BARBADILLO & ASOCIADOS
Ponente: Dª. Teresa Zamora
Directora de Marketing de Barbadillo y Asociados
- 11:20h** **¡Únete al número 1! Subway: Oportunidades de negocio**
Colabora: SUBWAY
Ponente: D. Carlos Ávila
Agente de Expansión de Subway para la región de Cataluña
- 11:45h** **Oportunidades de franquicias Estadounidenses en España**
Colabora: EDWARDS GLOBAL SERVICES
Ponentes: D. Tarsicio Merino, Mr. William Edwards,
Mr. Robert Jones, Mr. Brad Houser
- 12:35h** **Presentación MIKELI**
Colabora: MIKELI FRANCHISE
Ponente: D. Antonio Avilés
CEO/ Director General

Sábado 23 de Abril

- 10:15h** **Pasos para montar una franquicia**
Colabora: T4 FRANQUICIAS
Ponente: D. Miguel Ángel Oroquieta
Socio Director T4 Franquicias
- 11:20h** **Fast Fuel, gasolineras low cost. Negocio de presente y de futuro**
Colabora: FAST FUEL
Ponente: D. Diego López - D. Marcos Tejada - Dª. Natalia Romero
- 11:45h** **Inkpresión, más que una tienda de cartuchos, un concepto de negocio**
Colabora: INKPRESIÓN ECOLÓGICA
Ponente: D. Alberto Salvador
Asesor T4 Expansión Franquicias
- 12:10h** **La Colegiala, una panadería artesana diferente**
Colabora: LA COLEGIALA
Ponente: D. Luis Tesón
Director de Marketing

- 13:00h** **Reparaciones sobre smartphones & tablets**
Colabora: PHONE SERVICE CENTER
Ponente: D. Jean- Michel Jaffrelot
Director General
- 13:30h** **Dos divisiones sobre la franquicia: Experiencias Vs Juventud**
Colabora: CENTRO FRANQUICIAS
Ponente: Dª. María Susana Fernández Iglesias - Socia Directora de Centro Franquicias; D. Antonio de Silóniz Jiménez - Director General de Grupo Euroyca; D. Fernando Castillo - Director de Ambiseint
- 16:00h** **La Franquicia como marca**
Colabora: CONTEAM
Ponente: Dª. Isabel Romero
Socia Directora de Conteam Franquicias
- 17:05h** **El contrato de Franquicia**
Colabora: BARBADILLO & ASOCIADOS
Ponente: D. Jaime Beltrán
Consultor y Responsable de Expansión de Barbadillo y Asociados

- 13:00h** **20 años mimando a las mascotas, más de 100 franquicias Terranova de éxito**
Colabora: TERRANOVA
Ponente: D. Sito Herrera Torres
CE & Founder
- 13:30h** **¿Negocio o aventura?**
Colabora: MUNDOFRANQUICIA
Ponente: D. Gonzalo Burgos - Director de formación y del Master en Dirección y Gestión de Franquicias de Mundofranquicia Consulting
- 16:00h** **Autoempleo en franquicia**
Colabora: TOPFRANQUICIAS CONSULTING
Ponente: Dª. Marta González
Directora Ejecutiva
- 17:05h** **Derechos y obligaciones de las partes en el contrato de franquicia**
Colabora: CENTRO FRANQUICIAS
Ponente: Dª. María Susana Fernández Iglesias
Socia Directora de Centro Franquicias

- 12:35h** **Massii/ Self Clean Car: Negocios inspirados en nuevas tecnologías para la limpieza, protección y mantenimiento urbano y automoción**
Colabora: MASSII/ SEF CLEAN CAR
Ponente: D. Daniel Gómez Madrazo
Consultor Ejecutivo
- 13:30h** **Debate franquiciador-franquiciado. Método Fenómeno**
Colabora: SDEYF
Ponentes: D. Álvaro Bachiller - D. Ismael Rodríguez - D. Carlos Simón Capitán
- 16:00h** **Experiencias exitosas**
Colabora: EXPANDENEGOCIO

Jueves 21 de Abril

- 10:15h** **Cómo franquiciar una empresa**
Colabora: CONSULTA SESSION
Ponente: D. Gonzalo Fernández Herrero
Director General
- 11:45h** **Auditad, una gran oportunidad**
Colabora: AUDITAD
Ponente: D. José Luis Perezagua Naharro
Gerente
- 12:10h** **Las comunicaciones en la nube para empresas, un sector en fuerte crecimiento y de rentabilidad sostenible**
Colabora: OIGAA 360
Ponente: D. Stéphane Quinnez
Director Comercial de VozTelecom
- 12:35h** **Errores a evitar en la expansión en franquicia**
Colabora: MUNDOFRANQUICIA
Ponente: D. Pablo Gutiérrez
Socio y Director General de operaciones de Mundofranquicia Consulting

Viernes 22 de Abril

- 10:15h** **10 minutos para descubrir por qué fracasará al franquiciar tu negocio y 30 para evitarlo: casos prácticos**
Colabora: EXPANDENEGOCIO
- 11:20h** **La franquicia en Perú**
Colabora: EMBAJADA DE PERÚ EN ESPAÑA
Ponente: D. Bernardo Muñoz Angosto
Consejero Comercial de la Embajada de Perú en España
- 11:45h** **La franquicia en Colombia**
Colabora: CÁMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS
Ponente: D. Luis Felipe Jaramillo
Presidente Junta Directiva Colfranquicias
- 12:10h** **La franquicia en la República Checa**
Colabora: CÁMARA DE COMERCIO HISPANO-CHECA
Ponente: D. Boris Mochnác

23 de Abril

- 10:15h** **Cómo adaptar mi marca a una fórmula de autoempleo rentable**
Colabora: TOPFRANQUICIAS
Ponente: D. Abelardo Martínez
Director Ejecutivo
- 11:20h** **Claves de éxito para el desarrollo en franquicia**
Colabora: MUNDOFRANQUICIA
Ponente: D. Mariano Alonso
Director General de Mundofranquicia Consulting

- 13:35h** **Pasos para franquiciar su empresa**
Colabora: T4 FRANQUICIAS
Ponente: D. José Aragonés
Socio Director de T4 Franquicias
- 16:00h** **Pasos para franquiciar su negocio**
Colabora: CENTRO FRANQUICIAS
Ponentes: Dª. Mª. Susana Fernández Iglesias - Socia Directora de Centro Franquicias;
Dª. Vanesa Suárez Méndez - Coordinadora de Proyectos de Centro Franquicias
- 17:05h** **Cómo hacer una franquicia rentable**
Colabora: FDS CONSULTING
Ponente: D. Adrián Soler
Socio Director
- 12:35h** **Expansión de la franquicia en el mercado iberoamericano**
Colabora: SDEYF
Ponente: D. Jesús Capitán
Director General
- 13:35h** **Creación de valor a partir de datos anónimos de pagos con tarjeta**
Colabora: BBVA
Ponente: D. Juan Carlos Plaza
Product Owner en BBVA Data&Analytics
- 16:00h** **Cómo franquiciar mi negocio**
Colabora: FDS CONSULTING
Ponente: D. Miguel Soler
Socio Director
- 17:05h** **Aspectos económicos de un proyecto de franquicia**
Colabora: BARBADILLO & ASOCIADOS
Ponente: D. Jaime Beltrán
Consultor y Responsable de Expansión de Barbadillo y Asociados
- 12:35h** **Redes sociales y franquicias, ¿condenados a entenderse?**
Colabora: THE SOCIAL MEDIA FAMILY
Ponente: D. Pablo Sammarco
General Manager
- 13:35h** **Cómo realizar el diseño de un proyecto de franquicia**
Colabora: BARBADILLO & ASOCIADOS
Ponente: D. Santiago Barbadillo
Director General de Barbadillo y Asociados

Tu franquicia de alquiler vacacional

Entra en un negocio con un **crecimiento del 229%** anual. Todo son **VENTAJAS**

- SOFTWARE GESTIÓN**
para gestionar alquileres, mantenimiento y control de las habitaciones
- MÁS NEGOCIO**
alquiler normal y alquiler vacacional más rentabilidad
- TODO BAJO CONTROL**
limpieza, reparaciones, entrega de llaves, gestión de inquilinos, informes...
- MÁS VISIBILIDAD**
promoción de las viviendas en portales y en nuestra web

T. 902 30 00 31 | expansion@houze.es o **visítanos en el stand 4C09** de topfranquicias

¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE EMPEZASTE DE CERO?

20/21/22

OCTUBRE/OCTOBER
VALENCIA - SPAIN

SIF16 Sal6n Internacional
de la Franquicia



Es el momento de EMPRENDER. Es el momento de SIF
It's time to UNDERTAKE. It's time to SIF

www.montaunafranquicia.com | @sifco

ORGANIZA / ORGANIZE:

Sede oficial / Official site:

Con el apoyo de / With the support of:

