

ESPACIO ⁰⁷ franquicia

Nutrición y dietética

La fuente de creación de empleo con la que ganarás en salud

Una publicación de  **franquiciashoy**

Reportaje del sector

Las 21 enseñas que operan en nutrición y dietética han sabido aprovechar al máximo las tendencias, descubre cómo



Claves del Sector

Baja inversión
Creciente demanda
Altos ingresos
Autoempleo

Directorio y Quién es Quién

Todas las marcas del sector de nutrición y dietética y sus responsables

ÍNDICE

“Bienvenidos a Espacio Franquicia”

Espacio Franquicia es la revista online de Franquiciashoy.es que tiene como objetivo informar periódicamente sobre los sectores de la franquicia y sus protagonistas. El contenido de Espacio Franquicia incluye las tendencias más actuales del sector, la información de las principales marcas en un espacio exclusivo donde mostrar sus modelos de negocio, entrevistas, reportajes y un quién es quién de los principales protagonistas del sector. En este número tratamos el sector de *Nutrición y Dietética*.

Reportaje del Sector

Con un total de 21 redes de franquicia, el sector de la nutrición y dietética se presenta como un sector en alza dentro del mundo de los negocios.

4

Ranking

Consulte nuestro ranking y conozca las enseñas del sector más expandidas, las más recientes y las más baratas.

9

Reportajes Empresas

Acércate a esta sección y conocerás multitud de marcas del sector y sus oportunidades de negocio.

15

Claves del Sector

Marcadas por la capacidad de generar autoempleo y su baja inversión, destacamos las principales claves del sector.

10

¿Quién es Quién?

Conoce a los protagonistas de las franquicias del sector.

20

Entrevistas

Entrevistamos a los principales responsables de las franquicias de nutrición y dietética.

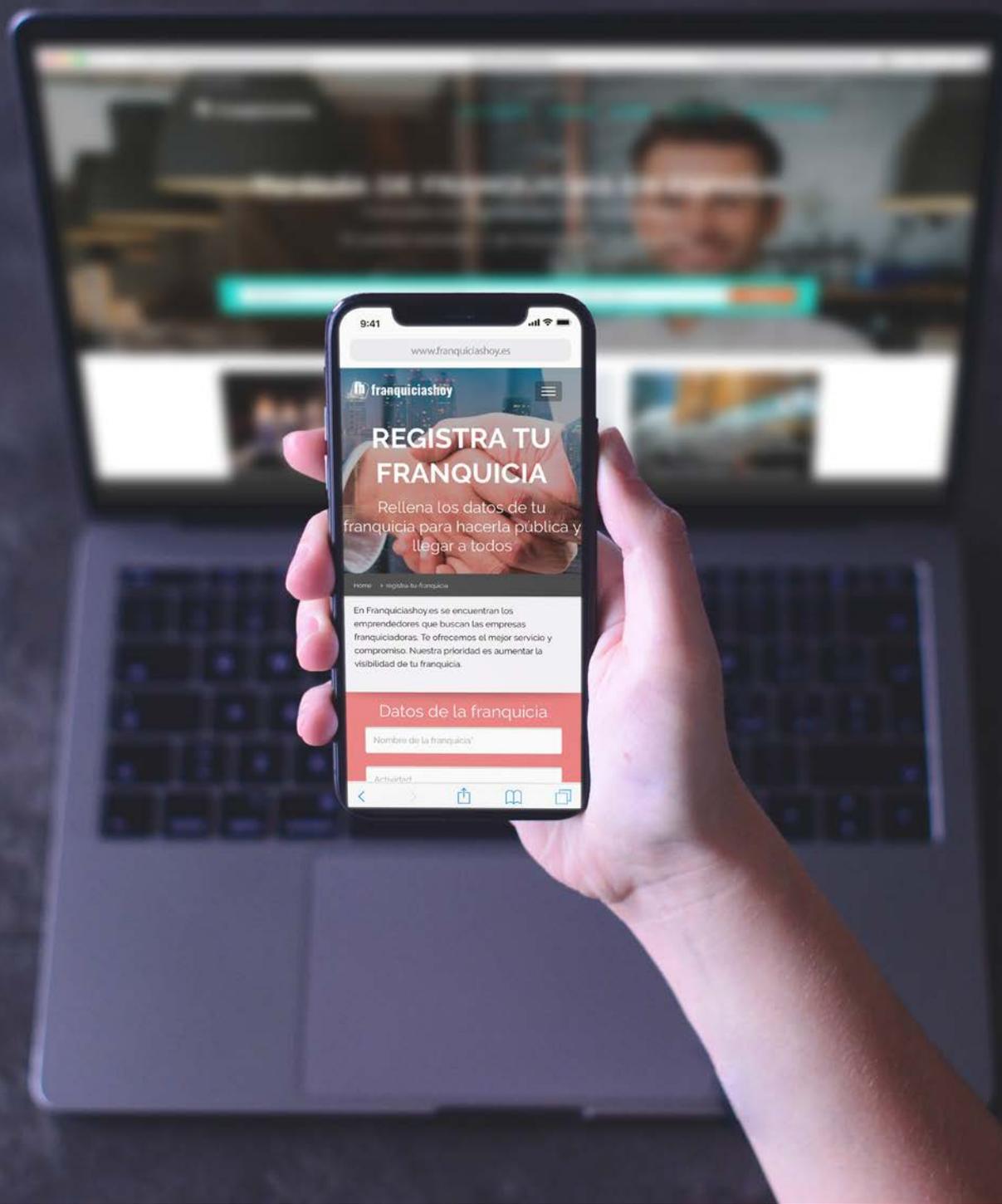
12

Directorio

Todo lo que necesitas saber de cada franquicia del sector, en nuestro directorio.

21

ANÚNCIATE EN **FRANQUIASHOY.ES**, EL PORTAL DE FRANQUICIAS PARA TODOS LOS EMPRENDEDORES



Ponte en contacto con Ana Herrero a través del correo info@franquiashoy.es
o en el teléfono 911 592 106



**FRANQUICIAS
DE NUTRICIÓN Y
DIETÉTICA,
LA BUENA SALUD ES
ECONÓMICA**

Las franquicias de nutrición y dietética están actualmente en auge, debido a una mayor preocupación por parte de la sociedad por el cuidado de la salud, la belleza exterior y el culto al cuerpo.

Existen diversos métodos utilizados por las diferentes franquicias del sector para vender sus productos y servicios. Entre ellos, destaca la realización de un plan dietético personalizado, complementos alimenticios o la realización de sesiones grupales o individuales para enseñar a controlar las emociones.

EL SECTOR EN DATOS

Las franquicias de nutrición y dietética gozan de buena salud en España y viven una época de crecimiento estable, que se prevé continúe al alza. Actualmente, hay 21 redes de franquicia de nutrición y dietética, que suman un total de 1.625 unidades de negocio. Las franquicias relacionadas con este sector en España realizaron una inversión total de 49 millones de €, y, a su vez, obtuvieron una facturación total de 132 millones de €.

Además, las enseñanzas encuadradas dentro de este sector presentan escasas barreras de entrada para abrir una franquicia, debido a que el desembolso inicial suele ser bastante accesible en la mayor parte de los casos. Para un emprendedor montar una franquicia de nutrición y dietética necesita una inversión media de 30.321 €, siendo la facturación media de 81.204 € en España.

El modelo que presentan las franquicias de nutrición y dietética se encuentran dirigidos a un perfil de autoempleo. En España, estas franquicias han generado un total 4.725 empleos.

CONSUMO DE PRODUCTOS DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA EN ESPAÑA

El consumo de productos dietéticos en España es inferior a la mayoría de los países de nuestro entorno. En España, sólo el 8% de la población consume este tipo de productos, mientras en países como Alemania el consumo puede llegar al 30%, en Francia el porcentaje es del 27% y en Reino Unido ronda el 20%. Estos datos nos dan a entender que el sector de la nutrición y la dietética tiene un gran margen de mejora dentro del mercado español.



ACTUALMENTE, HAY 21 REDES DE FRANQUICIA DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA QUE SUMAN UN TOTAL DE 1.625 UNIDADES DE NEGOCIO.

- Datos del sector

Se trata de un mercado estable y en un auge continuo. El cambio de hábitos de vida hacia una alimentación saludable, unido a la reactivación del consumo privado después de la crisis, hace que los consumidores gasten más en productos de nutrición y dietética. Aunque haya aumentado el gasto medio en consumo, los clientes se han vuelto cada vez más exigentes con lo que comen y con los valores nutricionales que presentan los alimentos o productos que compran. El cambio de hábitos, el gusto por comer bien y por saber qué se come, el interés por llevar un estilo de vida saludable y estar bien físicamente, hace que el gasto en productos de nutrición y dietética haya crecido considerablemente. Las perspectivas son que vaya en aumento, aunque en la actualidad ya goce de un buen estatus.

SECTOR EN CRECIMIENTO

Según un informe de la revista Nutrition Business Journal, el sector de nutrición y dietética es un sector estable y seguirá manteniendo el ritmo de crecimiento. Además, este informe recoge que las ventas anuales de complementos alimenticios a nivel internacional alcanza la cifra de los 41,4 billones de dólares. El mismo informe prevé una tendencia positiva y constante hasta 2020.

Los suplementos deportivos y los productos dietéticos son los que mayor crecimiento representan. La mayor concienciación sobre la salud ha hecho también que aumente la venta y el consumo de complementos alimenticios a base de vitaminas y minerales. Esta situación se pone de manifiesto en mayor medida dentro de las franquicias de gimnasios, donde se pueden comprar todo

tipo de productos de nutrición destinados a la mejora del rendimiento deportivo y la salud.

Por su parte, Europa cuenta con la tercera mayor industria de complementos alimenticios del mundo, siendo sólo superada por Asia y Estados Unidos.

El último estudio sobre nutrición emitido por la Asociación Española de Nutrición aporta datos sobre este sector en España. Como factor interesante, podemos observar que las personas con preocupación por una alimentación más saludable conforman alrededor del 80% en todos los grupos en los que se hace división, atendiendo al Índice de Masa Corporal.



EL SECTOR DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA ES UN SECTOR ESTABLE Y SEGUIRÁ MANTENIENDO EL RITMO DE CRECIMIENTO.

- Datos del sector

Así, el 74% de las personas con un peso menor que el normal buscan alimentos más saludables, en el caso de las personas con un peso normal representa el 88,3%, el 88% en el caso de las personas con sobrepeso y el 86,2% en el de las personas con obesidad. Por lo tanto, podemos comprobar cómo la gran mayoría de consumidores buscan productos que sean beneficiosos para su salud en sus hábitos de consumo.

Todos estos datos evidencian que se trata de un sector en evolución y consolidado a la vez. En el ámbito de la franquicia, son muchas las enseñas que se preocupan por los problemas nutricionales y dietéticos y, a su vez, ofrecen servicios de este tipo a los consumidores.

La facilidad de inclusión de las franquicias de este sector y de sus productos dentro de otros negocios las han hecho crecer tanto en ventas como en visibilidad para el consumidor.

LOS MÉTODOS USADOS POR LAS FRANQUICIAS DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

Son diversas las estrategias que cada una de las diferentes franquicias dentro del sector utiliza para conseguir un mayor número de ventas. Uno de los métodos utilizados es el que implementa la franquicia Método Sbelt, basado en la enseñanza de gestión de emociones para eliminar los problemas de sobrepeso, sin tener que acudir al uso de productos que han sido elaborados. Pero este método no es el único, en este apartado analizaremos las diferentes opciones que se presentan en el sector y que ofrecen diferentes opciones a los franquiciados.

Otras, como Naturhouse, ofrecen la realización de un plan dietético creado específicamente para cada cliente y que le ayudará a seleccionar los mejores alimentos para su dieta, un seguimiento completo semanal por parte del personal especializado de la franquicia y una serie de complementos alimenticios que están compuestos a partir de plantas naturales.

El método naturista es utilizado por franquicias como Arganium y está basado en la venta de productos relacionados con la naturoterapia, la fitoterapia, la alimentación natural y los productos ecológicos, aprovechándose de los productos de la tierra para ayudar a sus pacientes a perder peso.

Como podemos observar, son diferentes los métodos que las franquicias del sector utilizan para conseguir atraer a sus clientes. Este hecho dinamiza el sector y le otorga diversidad.

VISIÓN GENERAL DEL SECTOR DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA



ENSEÑAS

21



UNIDADES

1.625



FACTURACIÓN

132

MILLONES DE €



INVERSIÓN

49

MILLONES DE €



EMPLEO

4.725

Elaboración: Tormo Franquicias Consulting

EL CRECIMIENTO DE LA NUTRICIÓN DEPORTIVA

Según una encuesta relacionada con los hábitos deportivos de los españoles, elaborada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, más de la mitad, en concreto un 54% de la población española de más de 15 años, realizó prácticas deportivas. Este dato sorprende aún más cuando lo comparamos con años anteriores puesto que, en el año 2010, este dato era del 37%, en 2005 del 25% y en el año 2000 del 22%. Por ello, podemos afirmar que, cada vez, una mayor parte de la sociedad practica deporte. El mismo informe indica que el porcentaje de hombres que practican deporte es superior al porcentaje de mujeres que siguen la misma tendencia.



SE VE REFLEJADO EN LOS DATOS QUE CADA VEZ, UNA MAYOR PARTE DE LA SOCIEDAD PRACTICA DEPORTE.

- Datos del sector

Este aumento en el número de personas que realiza deporte ha dado como resultado un aumento del consumo de productos de nutrición deportiva. El consumo de estos productos ha crecido un 7% en España, en base a los datos recogidos por Euromonitor International. La franquicia no ha sido ajena a estos cambios y esto se ve reflejado en el gran número de establecimientos y la facturación total que registran las franquicias encuadradas dentro de este sector en España. Por ejemplo, Fitness Nutrition cuenta con 21 establecimientos en nuestro mercado, donde también encontramos a People & Fitness con 20 unidades de negocio, y a USA Fitness y a Energyumsport, con 10 establecimientos cada una. Cifras muy positivas, considerando su reciente incorporación dentro de este ámbito.

Los productos estrella que las franquicias del sector ofrecen a sus consumidores son aquellos que aumentan el rendimiento deportivo y mejoran la recuperación corporal, como pueden ser los suplementos de creatina o las BCAAS. Además, destacan los productos que ayudan a aumentar la masa corporal, como es el caso de las proteínas de suero. Por último, reseñar aquellos productos que ayudan a mejorar la fuerza ejercida a la hora de realizar levantamiento de pesas, como la L-Carnitina.

LEGISLACIÓN INTERNACIONAL

La necesidad de crear un marco legislativo que controle la calidad y la procedencia de los materiales utilizados en este tipo de productos, se hace especialmente necesaria en este sector. La relación de estos productos con la salud de los consumidores deberá ser revisada estrictamente por los diferentes sistemas de control de seguridad de cada país.

El gobierno del país referente en la industria de la nutrición, Estados Unidos, lanzó un programa de etiquetación alimentaria global que sustituyó al antiguo Nutrition Labeling and Education Act of 1990, que expresaba las bases de la etiquetación llevada a cabo en los productos alimentarios americanos. Este programa fue promovido por Michelle y Barack Obama, con el objetivo de disminuir la obesidad en los niños americanos. Según Pamela G.Bailey, Presidenta y CEO de la industria de la alimentación de Estados Unidos, "Las compañías de comida y bebida tienen un fuerte historial ofreciendo los productos, herramientas e información que necesitan para conseguir y mantener un estilo de vida saludable, y este programa representa un hito importante en nuestros esfuerzos para ayudar al consumidor a crear una dieta saludable."

Comprobamos que el marco legal es vital en este sector y debe estar totalmente claro puesto que está ligado a la salud de los consumidores. Una composición errónea o el uso de ingredientes que puedan ser tóxicos para la salud en los productos, pueden ser fatales para las franquicias del sector.

FACTURACIÓN E INVERSIÓN MEDIA

Facturación Media

81.204 €

Inversión Media

30.221 €

Elaboración: Tormo Franquicias Consulting

ENSEÑAS	TOTAL	INVERSIÓN
NATURHOUSE	587	11.570 €
POWERSLIM	330	APROX. 320.000 € EL MF
SANTIVERI	250	18.000 € - 24.000 €
LA VENTANA NATURAL	217	25.000 €
DIETPLUS	162	18.000 €
FARMATURAL	43	DESDE 20.000 €
CENTRO DIETÉTICO	33	50.000 €
DIETFLASH	30	25.000 - 35.000 €
FITNESS NUTRITION	21	SEGÚN NIVEL ELEGIDO
PEOPLE & FITNESS	20	25.000 €
PHYSIOMINS	18	60.000 €
NUTRI10	13	9.900 €
ARGANIUM	11	17.000 €
USA FITNESS	10	SEGÚN NIVEL ELEGIDO
ENERGYUMSPORT	10	20.000 - 25.000 €
GLOBALDIET	8	31.000 €
IN-VITTA	6	24.000 €
MEDISLIM	6	60.000 €
MEDICADIET	4	3.760 €
NATURE ESSENTIAL	3	8.000 €
DIETA COHERENTE	2	20.000 €

Fuente: Franquicias hoy.es.
*Total establecimientos en España.

Franquicia innovadora
de dietética
Master franquicia
Desarrollo nacional

PS

PowerSlim

www.powerslim.es

Contacto info@frankizia.com



RANKING

de franquicias

MÁS ECONÓMICAS

INVERSIÓN NECESARIA

MEDICADIET	3.760 €
NATURE ESSENTIAL	8.000 €
NUTRI10	9.900 €
NATURHOUSE	11.570 €
ARGANIUM	17.000 €
DIETPLUS	18.000 €
SANTIVERI	18.000 - 24.000 €
FARMATURAL	DESDE 20.000 €
ENERGYUMSPORT	20.000 - 25.000 €
DIETA COHERENTE	20.000 €

MÁS EXPANDIDAS

NÚMERO DE LOCALES TOTALES

NATURHOUSE	587
POWERSLIM	330
SANTIVERI	250
LA VENTANA NATURAL	217
DIETPLUS	162
FARMATURAL	43
CENTRO	33
DIETFLASH	30
FITNESS NUTRITION	21
PEOPLE&FITNESS	20

CLAVES DEL SECTOR

Dentro de un sector, como es el de la nutrición y dietética, que se ha visto muy condicionado por los nuevos hábitos de la sociedad que tienden hacia una vida más saludable y una alimentación más cuidada, destacamos una serie de factores que reflejan el auge del mismo:

1 BAJA INVERSIÓN

Este sector se vuelve muy atractivo para los emprendedores que decidan iniciar su andadura en el mismo, ya que permite comenzar con una baja inversión. La inversión inicial media que presentan las franquicias encuadradas dentro de este sector se sitúa en torno a los 30.000 Euros, una cifra menor que la que presentan otros segmentos que se encuentran dentro del sector retail.

2 CRECIENTE DEMANDA

Gracias a la nueva mentalidad de la sociedad actual, en la que prima el cuidado de la salud y el culto al cuerpo, ha despuntado la venta de productos relacionados con la nutrición y la dietética. A su vez, la fácil inclusión de estos productos dentro de otros sectores impulsa esta labor. Un ejemplo muy claro en este sentido son las franquicias que presentan formatos córner, es decir, que permiten introducir sus productos dentro de otros establecimientos, consiguiendo, a su vez, una mayor visibilidad y número de ventas.

3 ELEVADO UNIDADES POR ENSEÑA

El número de redes en este segmento de actividad no es muy elevado, pero sí lo son sus unidades de negocio. Actualmente, hay 21 enseñas que suman 1.625 establecimientos. Una cifra de locales considerable, teniendo en cuenta el número de centrales. Teniendo en cuenta los datos, comprobamos que el ratio de establecimientos por enseña es de 77 establecimientos por cada franquicia.

4 AUTOEMPLEO

En una época en la que España está comenzando a salir de la brecha económica que ha azotado el país, la generación de empleo se antoja fundamental para la sociedad. Es aquí, donde el sector de nutrición y dietética destaca, convirtiéndose en una opción ideal de autoempleo. Este hecho es posible gracias a la baja inversión necesaria, antes comentada, y a la formación que ofrecen las centrales de franquicias ligadas al sector, para poder explotar de manera óptima una unidad de negocio de la marca.



En franquicia nuestra experiencia es la mayor garantía para su empresa

Nuestros servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean franquiciar, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Puede contactar directamente con nosotros en el teléfono **911 592 558** y en el email **info@tormofranquicias.es**

Proyectos de franquicia

Expansión de Redes

Servicios Legales

**Asesoramiento a
Franquiciados**

**Marketing y
comunicación de
Franquicias**

Internacional

Formación

Comités de Dirección

TORMO
FRANQUICIAS
Consulting

www.tormofranquicias.es

Pº Castellana, 139 28046 - Madrid Tel.: 911 592 558

ESPACIO
franquicia



ENTREVISTAS

“Las franquicias nos permiten expandirnos de forma sostenible, permiten a profesionales sanitarios llevar a cabo su vocación de nutrición clínica”

Medicadiet cuenta con centros de nutrición en Madrid, Barcelona, Zaragoza y Almería. Comenzaron a crecer en franquicia hace 4 años y su objetivo es crecer de forma moderada.

ANTONIO PRIETO

Director y Fundador de Medicadiet



¿En qué consiste el concepto de Medicadiet?

Medicadiet son Centros de Nutrición que ofrecen planes de adelgazamiento integrales basados en el Método por Intercambios®, sin productos ni pastillas y comiendo de todo. Nuestra metodología es flexible, personalizada, y ofrece menús abiertos y basados en la dieta mediterránea. En Medicadiet se adelgaza con el seguimiento de Nutricionistas, Psicólogos y Endocrinos de respaldo.

Nuestra metodología está basada en cuatro pilares: en la Dieta Mediterránea por intercambios, con un plan abierto,

flexible y personalizado, orientado a un cambio de hábitos sostenible. En el Ejercicio Físico por intercambios: plan personalizado, seguro y flexible, diseñado para ayudar a perder peso. En el Apoyo Psicológico y Motivación y en los Centros Sanitarios Autorizados: nuestros centros operan siempre bajo la autorización de la Consejería de Sanidad.

¿Cuántos años lleváis operando en franquicia y por qué escogisteis este sistema para crecer?

Medicadiet nace en 2007 con el objetivo de crear una marca en adelgazamiento saludable que base su manera de trabajar en evidencia científica. Como primer paso se lleva el desarrollo de una metodología con los endocrinos más prestigiosos en este campo, a los que se unen un equipo de psicólogos, nutricionistas y entrenadores personales. No solo tratamos la pérdida de peso, sino también planes deportivos, de ganancia de peso, embarazos, control de peso menopausia, etc.

Se abre un primer centro en marzo de 2008 en Argüelles, Madrid. En 2013 se inicia un proceso de franquicia y se abre un centro piloto en Barcelona. Las franquicias nos permiten expandirnos de forma sostenible, permiten a profesionales sanitarios llevar a cabo su vocación de nutrición clínica y nos ayuda a llevar la metodología a otros lugares en España.

Contáis con varios modelos de negocio. Indícanos en qué consiste cada uno de ellos.

Contamos con un centro de nutrición propio donde se desarrolla la metodología, se hacen las pruebas de marketing y atienden varios nutricionistas. El año pasado pasamos a formar parte del Overweight and Obesity Institute (OOI), una iniciativa del Hospital Universitario Fundación Jiménez Díaz. También tenemos franquicias donde hay nutricionistas autónomos.

“MEDICADIET NACE EN 2007 CON EL OBJETIVO DE CREAR UNA MARCA EN ADELGAZAMIENTO SALUDABLE QUE SE BASE EN EVIDENCIA CIENTÍFICA.”

¿Cuántas franquicias tenéis y cuáles son vuestros objetivos de expansión?

En la actualidad contamos con 3 franquicias, una en Zaragoza, otra Barcelona y otra en Almería. Los objetivos de expansión son abrir 15 franquicias en los próximos 5 años.

¿Qué necesita el emprendedor para franquiciar con Medicadiet?

Necesitamos que se tenga una pasión por la nutrición saludable y realmente una obsesión por cuidar al paciente. Medicadiet se ocupará del resto. Se necesita ser nutricionista autónomo, con titulación universitaria, para formar pequeñas franquicias unipersonales.

“Una de las principales ventajas de nuestra franquicia es que trabajamos con todas las marcas relevantes de nuestro sector”

Fundado en 1977, Centro Dietético requiere actualmente una inversión de 50.000 € que incluye obra civil, mobiliario y el primer pedido.

ROBERTO FERNÁNDEZ

Gerente de Centro Dietético Tu Salud es Natural



Hoy entrevistamos a Roberto Fernandez, gerente de la franquicia Centro Dietético Tu salud es natural, una de las franquicias destacadas dentro del sector con más de 30 establecimientos a nivel nacional para conocer la actualidad y las perspectivas de la misma.

¿Cómo valora estos 40 años de experiencia en el sector?

Toda una vida. Una ilusión de mi padre hecha realidad. Con mucho trabajo y esfuerzo de mi familia, hoy somos más de 30 centros a nivel nacional y con prospección de seguir cada año creciendo, tanto con tiendas propias como en franquicias.

“ CUANDO DECIDIMOS CRECER EN FORMA DE FRANQUICIA, FUE PARA HACER MÁS GRANDE NUESTRA MARCA.

¿Por qué decidisteis crecer bajo el modelo de franquicia?

Cuando decidimos crecer en forma de franquicia fue para hacer más grande nuestra marca; llegar a ciudades lejanas a nuestra procedencia y dar la oportunidad a personas ilusionadas en nuestro sector pero sin

experiencia, para ir de la mano con nosotros. Nosotros seguimos creciendo en forma de franquicia y con tiendas propias.

¿Qué perfil necesitáis de franquiciado/a?

Nuestro/a franquiciado/a tiene que ser una persona ilusionada por el sector de la herbodietética, que le guste y quiera enseñar a los clientes la forma de cuidarse naturalmente. Lo ideal es que esa persona lo quiera como autoempleo aunque tenemos también franquiciados con perfil inversor.

Contáis con 30 centros entre propios y franquiciados ¿Qué objetivos os habéis marcado a corto plazo?

Nuestro objetivo para finalizar este año 2017 es llegar a tener un total de 35 tiendas. Nuestro crecimiento es moderado y progresivo, tratamos y trabajamos muy bien a nuestro franquiciado.

Si tuvieran que elegir una ventaja de vuestra franquicia, ¿Cuál sería la más significativa?

Una de las principales ventajas de nuestra franquicia es que trabajamos con todas las marcas relevantes de nuestro sector. No nos cerramos a una única marca. Esto lo vemos claro, estamos para lo que demande el consumidor final.

REPORTAJES

ENSEÑAS DEL SECTOR

NATURHOUSE
POWER SLIM
SANTIVERI



NATURHOUSE

La franquicia Naturhouse potencia su marca y capta clientes a través de campañas online y redes sociales.

El método Naturhouse ofrece planes dietéticos y completos alimenticios. Su misión consiste en poder restablecer los hábitos alimenticios del cliente para conseguir su objetivo, que es conseguir un peso equilibrado. No sólo perder peso, sino mantenerlo.

Su método se basa en la venta de complementos alimenticios que se unen al asesoramiento y seguimiento personalizado y gratuito por parte de un especialista titulado. Además, Naturhouse ofrece productos de cosmética y cuidado corporal.

Actualmente es el referente en el mercado de la nutrición y dietética. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector y tiene presencia en 26 países. Para este año su objetivo principal es “seguir creciendo tanto en número de centros como en presencia en nuevos países donde aún no estamos”, asegura Carolina López Méndez, Directora de marketing y publicidad de Naturhouse. Actualmente, añade, “tenemos 2.342 centros en todo el mundo y el objetivo es cerrar el año con 2.400 y seguir creciendo en facturación”. Naturhouse tiene también como objetivo aumentar el portfolio de productos así como seguir potenciando la marca a través de campañas online y redes sociales.

“ CUENTA CON MÁS DE 25 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR Y TIENE PRESENCIA EN 26 PAÍSES.

Naturhouse se inició en la franquicia en el año 1992. Un cuarto de siglo después se ha convertido en un referente en el sector. Para Naturhouse “la franquicia ha supuesto poder crecer más rápidamente ofreciendo un modelo de negocio ideal para personas emprendedoras y con formación que quieren trabajar en su profesión abriendo su propio negocio, teniendo la oportunidad de ir de la mano de un grupo en constante crecimiento con un Know How desarrollado y consolidado bajo el paraguas del Método Naturhouse, único y exclusivo. Este método combina el asesoramiento semanal gratuito por un profesional cualificado con una dieta adaptada y la recomendación de los complementos alimenticios aliados” apunta Carolina López.

“ NATURHOUSE SE INICIÓ EN LA FRANQUICIA EN EL AÑO 1992.

Tanto su modelo de negocio como su baja inversión y alta rentabilidad, han hecho de Naturhouse una enseña merecedora de numerosos premios.

Para ser un franquiciado de Naturhouse, el emprendedor necesita contar con 11.570 €. Además, necesitará tener vocación de dar un servicio excelente a sus clientes y ayudarles a estar y a sentirse mejor. La directora de marketing de Naturhouse indica que “el perfil de un franquiciado Naturhouse corresponde con el de una persona con estudios en dietética y nutrición. Es una franquicia ideal para Dietistas, Farmacéuticos, Biólogos, CTA, Técnicos Sanitarios y Diplomados en Enfermería. También para una persona que quiere abrir la franquicia y llevar la gestión como propietario, la atención al público y contratar a un profesional cualificado a su cargo” concluye.



PowerSlim es un programa que hace la pérdida de peso más sencilla para mucha gente.

Desde 2009, la franquicia PowerSlim ha convencido a más de 325 dietistas de más de tres países para utilizar su programa con el fin de ayudar a personas a alcanzar su peso ideal. La pérdida de peso con PowerSlim no consiste en comer menos, sino más bien en comer diferente.

El éxito del concepto PowerSlim se basa en cuatro pilares fundamentales y su combinación es la que les hace únicos y diferencia del resto de competidores: el concepto/variedad de producto, la formación, la orientación personal a los clientes y todas las herramientas de marketing necesarias para el desarrollo del negocio.

La gama de productos ofrecida por las franquicias de nutrición y dietética debe ser amplia. En el caso de Power Slim, se compone de 120 productos para el desayuno, almuerzo, cena y aperitivos. Sus clientes reciben de forma gratuita su libro de cocina "PowerSlim: Equilibrio, Nutrición y Peso", que contiene 14 menús semanales y más de 80 deliciosas recetas.

La ayuda y orientación personal es uno de los principales éxitos de PowerSlim. Si el cliente no está solo durante el proceso de pérdida de peso y recibe un asesoramiento experto, estará más motivado para alcanzar su objetivo de peso ideal y de forma más rápida. Su aportación a la sociedad se basa en ayudar a las personas a perder peso y mantenerse. "Creemos en el poder de apoyo positivo, especialmente cuando queremos que la gente

tome conciencia de su responsabilidad con su propio cuerpo y salud", apunta Josan García, responsable de la franquicia. "Nuestro mundo no son números, son personas. Estamos comprometidos a mantener una estrecha relación con ellas, con nuestros clientes, con nuestros entrenadores, con nuestros empleados y con nuestros socios. No nos conformamos con nuestro éxito de hoy, buscamos la excelencia y por ello es primordial escuchar y actuar sobre las opiniones de clientes y el equipo que conforma PowerSlim. Por otro lado, nuestros dietistas y entrenadores son expertos en sus campos y están siempre al día sobre las últimas novedades en sus áreas de especialización".



NUESTRO MUNDO NO SON NÚMEROS, SON PERSONAS.

Los dietistas son parte fundamental del equipo de las franquicias de nutrición y dietética. Ellos guían y motivan a los clientes a alcanzar su peso ideal paso a paso, aprendiendo unos mejores y más sanos hábitos de nutrición. Posteriormente y con el apoyo del programa, el cliente será capaz de mantener su peso objetivo durante mucho tiempo.

El proyecto Internacional de PowerSlim crece por Europa y España está dentro de sus objetivos preferentes. No buscan compañeros de viaje, buscan socios que se unan a este proyecto europeo. Con una organización totalmente preparada para afrontar el reto de su expansión Internacional y una experiencia de más de 375 centros en más de 3 países, saben cómo ayudar a crecer y a construir juntos una gran marca global.



SANTIVERI

La franquicia Santiveri no tiene un coste elevado y es un modelo óptimo para el autoempleo.

Santiveri comenzó su andadura en 1885. Llevan más de 100 años trabajando por la cultura de una vida sana. Santiveri se considera una empresa de culto a la sostenibilidad, ecológica y de vida sana. “Ya son muchos años. Santiveri es una empresa familiar, y en aquellos años, la forma de crecer era coger un camión desde nuestra fábrica de Peñafiel. Don Jaime Torres visitaba provincias, donde buscaba tiendas para poder vender nuestros productos. Así fue como empezamos con la franquicia, sin saber que existía este término. De alguna manera, Santiveri se adelantó a su tiempo” asegura Mario Antón, Director de Expansión de Santiveri.

“ SANTIVERI REQUIERE UNA INVERSIÓN DE ENTRE 18.000 € Y 24.000 € Y CUENTA CON 6.500 ESTABLECIMIENTOS.

Además, añade que esas tiendas que surgían “vendían en exclusiva nuestros productos, y nosotros les dábamos el servicio y envío de productos. Como les iba bien, muchos de ellos montaban una segunda tienda, manteniendo la exclusividad. Estamos hablando de hace muchos años, pero conseguimos que hubiera un número de tiendas muy fieles a nuestra marca y con nuestra misma filosofía, que era, y sigue siendo, mejorar la calidad de vida de

nuestros clientes”.

Aunque sin saberlo, Santiveri ya había empezado a operar como una empresa franquiciadora, no fue hasta los años 90 cuando empezaron a implantarlo con una filosofía clara: “que el negocio sea negocio para nuestro franquiciado, ya que si lo es para él, lo es para nosotros”. Su director de expansión afirma que eligen muy bien a sus franquiciados. Asegura que además de un perfil de formación, deben ser personas afines a su filosofía y su marca, con los mismos principios.

“ LA FILOSOFÍA DE SANTIVERI ES MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE SUS CLIENTES.

Abrir una franquicia de Santiveri requiere una inversión entre 18.000 € y 24.000 €. Actualmente cuenta con 6.500 establecimientos a nivel internacional y presenta multitud de ventajas a los franquiciados/as como son un surtido de cerca de 1.000 referencias de alimentación dietética, complementos o cosmética entre otros productos. Otra de sus ventajas es la imagen de marca, su apoyo al franquiciado o la innovación.

Para Santiveri su filosofía no cambia pese al paso del tiempo: quieren mejorar la calidad de vida de sus clientes, innovando e invirtiendo con el objetivo de que vivan mejor.

¿Por qué soy franquiciado?

Desde que nació en 2011, la franquicia Dietplus ha ido ganando terreno y poco a poco se ha ido consolidando. Entrevistamos a su primera franquiciada que nos cuenta su experiencia y por qué eligió a Dietplus.



¿Qué ha significado ser franquiciada de Dietplus para ti?

Significa formar parte de un grupo que en principio parece pequeño pero estoy convencida de que se convertirá en algo muy grande y no me lo quiero perder.

¿Por qué eligió una franquicia?

Elegí una franquicia por el reto que supone y las facilidades para trabajar día a día.

¿Cuándo comenzó a buscar franquicias, en qué se fijaba al principio? ¿En la inversión, sector...?

Es un modelo de negocio rentable en Francia, con una buena trayectoria de éxito, aplicable a nuestro país y una política de empresa con valores humanos.

¿Por qué se decidió por el sector de nutrición y dietética?

Me decidí por nutrición porque es el entorno en el que me he movido de hace muchos años, ya trabajé para una multinacional, con un modelo de negocio similar al que encuentro en Dietplus.

¿Algún consejo para futuros franquiciados/as?

El consejo que les daría a los futuros franquiciados es que se reten a ellos mismos, que se atrevan, que todos los inconvenientes del principio se pueden superar. También deben saber que sí tenemos muchas ventajas, que van a estar acompañados en un mundo maravilloso lleno de oportunidades, un mundo apasionante y con el desarrollo de un trabajo que te hará sentir realizado.

¿QUIÉN ES QUIÉN?

Nutrición y dietética

ABANGOLIA

**Responsable**

Angel Arias Castro

Contacto

Angel Arias Castro

Año creación

2014

Establecimientos totales

1

ENERGYUM SPORT

**Responsable**

Juan Carlos González

Año creación

2014

Establecimientos totales

14

BeOK

**Contacto**

Jaime Berdejo

Año creación

2016

Establecimientos totales

2

CENTRO DIETÉTICO

**Responsable**

Roberto Fernández García

Gerente

Contacto

Eduardo Vicario Villa

Año creación

2009

Establecimientos totales

33

DIETA COHERENTE

**Responsable**

Amil López Viéitez

CEO

Año creación

2016

Establecimientos totales

2

DIETFLASH

**Responsable**

Daniel Jiménez Saperas

CEO

Contacto

Daniel Jiménez Saperas

Año creación

2010

Establecimientos totales

30

DIETPLUS

**Responsable**

Natacha Alonso Valckx

Directora España

Contacto

Natacha Alonso Valckx

Año creación

2010

Establecimientos totales

162

FARMATURAL



FARMATURAL®

Responsable

Marco Vicario

Año creación

2003

Establecimientos totales

43

INDHARMA

**Responsable**

Inmaculada Gálvez

Socia Fundadora

Contacto

Eugenio Saz-Orozco

Año creación

2017

Establecimientos totales

1

LA VENTANA NATURAL

**Responsable**

Roberto Bullido Muñoz

Año creación

2000

Establecimientos totales

217

MEDICADIET

**Responsable**

Antonio Prieto Prieto

Director

Contacto

Cristina Domínguez Soto

Año creación

2013

Establecimientos totales

4

NATURHOUSE

**Responsable**

Juan Miguel Pérez

Director Internacional

Contacto

Mario Sánchez – Juan Burguillos

Año creación

1992

Establecimientos totales

2.342

GLOBAL DIET

**Responsable**

María Martín

Responsable de Marketing

Contacto

María Martín

Año creación

2005

Establecimientos totales

8

PEOPLE&FITNESS

**Responsable**

Raúl Romero García

Dr. de Expansión

Año creación

2012

Establecimientos totales

20

POWERSLIM

**Responsable**

JOSAN GARCIA

Año creación

2009

Establecimientos totales

330

SANTIVERI

**Responsable**

CARLOS PERSEGUER

Director General

Contacto

Mercedes Barreno

Año creación

1930

Establecimientos totales

65.00

DIRECTORIO

ABANGOLIA

Descripción Especializados en adelgazamiento y con alta calidad de los tratamientos. Sistema propio y exclusivo, el MÉTODO ABANOLIA, con resultados desde las primeras sesiones.

Inversión Total 990€ + IVA + Adaptación de local

Origen España

Creación de Empresa 2010

Creación de Franquicia 2010

Número de Establecimientos 1

BEOK

Descripción BeOk es un Centro de Salud Preventiva Integral; un concepto revolucionario que engloba todas las áreas de salud, bienestar y deporte.

Inversión Total 11.900 €

Origen España

Creación de Empresa 2015

Creación de Franquicia 2016

Número de Establecimientos 2

CENTRO DIETÉTICO

Descripción 40 años de éxito, ahora en franquicia. Centro Dietético Tu Salud es Natural® es la firma española pionera en dietética.

Inversión Total 50.000 €

Creación de Empresa 1977

Creación de Franquicia 2009

Número de Establecimientos 33

DIETA COHERENTE

Descripción El objetivo de Dieta Coherente como franquicia es formar una red de nutricionistas y expertos en dietética y coaching nutricional.

Inversión Total 20.000€

Creación de Empresa 2004

Creación de Franquicia 2016

Número de Establecimientos 2

DIETFLASH

Descripción DietFlash Medical es la empresa líder en el sector de las dietas normoproteicas y cuenta con más de una veintena de centros nutricionales dedicados al bienestar, la salud y la calidad de vida que están repartidos por toda la geografía española.

Inversión Total 25.000/35.000 €

Origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2010

Número de Establecimientos 30

DIETPLUS

Descripción Eligiendo la franquicia Dietplus podréis apoyaros sobre un modelo sólido, profesional, eficaz e innovador en el mercado del adelgazamiento.

Inversión Total 18.000 €

Origen Francia

Creación de Empresa 2010

Número de establecimientos

162

ENERGYUM SPORT

Descripción Energyum Sport es una empresa joven, con ganas de crecer. Su principal virtud es ser totalmente honestos con sus clientes y franquiciados, y buscar siempre las mejores condiciones para ellos. Trabajan con las principales marcas y con una gran variedad de productos para todos los sectores (tanto para deportistas como para personas que simplemente quieren cuidar su salud).

Inversión Total 20.000 /25.000 €

Origen España

Creación de Empresa 1999

Creación de Franquicia 2014

Número de Establecimientos 14

FARMATURAL

Descripción Farmatural distingue a una red de establecimientos de venta directa al público de una amplia selección de productos de Parafarmacia, Dietética y Herbolario con estilo e imagen propio y diferenciado.

Inversión Total Desde 21.000€

Origen España

Creación de Franquicia 2003

Número de Establecimientos 43

GLOBAL DIET

Descripción Global Diet es un modelo de negocio innovador que combina a la perfección sus protocolos de nutrición y belleza con asesoramiento médico, liderado por su equipo de profesionales médicos y nutricionistas de grado, especialistas en una metodología de adelgazamiento revolucionaria y tratamientos anti-aging.

Inversión Total 33.000 €

Origen España

Creación de Empresa 1992

Creación de Franquicia 2005

Número de Establecimientos 8

INDHARMA

Descripción Indharma es un proyecto que nace con vocación de innovar la parafarmacia de hoy en día, de forma accesible, familiar y acogedora.

Inversión Total 21.700 € aprox.

Creación de Empresa 2015

Creación de Franquicia 2017

Número de Establecimientos 1

LA VENTANA NATURAL

Descripción La Ventana Natural nace a principios del 2000 como un nuevo concepto de Centros de Herbo dietética, ofreciendo a sus clientes unos servicios exclusivos.

Inversión Total 25.000 €

Creación de Empresa 2000

Creación de Franquicia 2002

Número de Establecimientos

217

MEDICADIET

Descripción En Medicadiet se adelgaza con el seguimiento de Nutricionistas y Psicólogos y el respaldo de Endocrinos de prestigio. Nuestro negocio basa su rentabilidad en un alto nivel de servicio, centrándonos en la salud y objetivos del paciente.

Inversión Total 3.760 €

Origen España

Creación de Franquicia 2013

Número de Establecimientos 4

NATURHOUSE

Descripción Naturhouse es un grupo empresarial español dedicado al sector de la dietética y nutrición, con un modelo de negocio propio y diferenciado, basado en el "Método Naturhouse"

Inversión Total Desde 11.570 €

Origen España

Creación de Empresa 1991

Creación de Franquicia 1992

Número de Establecimientos

2.342

PEOPLE&FITNESS

Descripción Las tiendas de nutrición People&Fitness son un modelo de negocio con alta rentabilidad. Gracias a los años de experiencia y a los grandes acuerdos con las mejores marcas del sector de la nutrición deportiva.

Inversión Total

25.000 €

Origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2012

Número de Establecimientos 20

POWERSLIM

Descripción PowerSlim es un programa de pérdida de peso eficaz y científicamente probado en continuo desarrollo, que ha convertido la pérdida de peso en "algo más fácil" para mucha gente.

Inversión Total Aprox. 320.000 € el MF

Origen Bélgica

Creación de Empresa 2004

Creación de Franquicia 2009

Número de Establecimientos

330

SANTIVERI

Descripción SANTIVERI es una empresa fundada en el año 1885, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus consumidores. Vende productos dietéticos, productos sin (para tolerancias como gluten, lactosa), alimentación y complementos BIOLÓGICOS, fitoterapia en distintas presentaciones (extractos, comprimidos) y cosmética natural y BIO.

Inversión Total 18.000/24.000 €

Origen España

Creación de Empresa 1885

Creación de Franquicia 1930

Número de Establecimientos

6.500

No te pierdas el
próximo número de
ESPACIO FRANQUICIA



ESPACIO
franquicia

Es una publicación de
Franquiciashoy.es 2018

C/ del Poeta Joan Maragall , 38
28020, MADRID
Tel.: 911 592 106
www.franquiciashoy.es
info@franquiciashoy.es

Edita: Marketing y Publicidad de Franquicias, S.L.

Redacción y Colaboradores:

Judith García-Cuevas

Alberto Guerra

Andrés Álvarez

Diseño y Maquetación:

Rut Quintana

Publicidad:

Ana Herrero

con la colaboración de **Tormo Franchise Group**

ESPACIO
franquicia

© **Franquiciashoy.es 2018**

ESPACIO FRANQUICIA es una publicación de Franquiciashoy.es

Todos los contenidos referidos a las empresas incluidas en la presente publicación han sido aportados por las marcas, sin que la empresa editora sea responsable de los mismos.