

ESPACIO ¹² *franquicia*

Una publicación de
fh franquiciashoy

**¿CUÁL ES EL SECRETO DE SU
IMPARABLE CRECIMIENTO?**

**DESCUBRE LAS 26
ENSEÑAS DEL SECTOR**



AUTOMÓVIL

**ESPECIAL GASOLINERAS Y
LAVADO DE COCHES**

ÍNDICE

04 | CLAVES DEL SECTOR

Caracterizadas por pertenecer al sector de la automoción, por la automatización, por los formatos que han aparecido y la democratización de aperturas.

05 | REPORTAJE DEL SECTOR

Con un total de 26 redes de franquicia, el sector las gasolineras y las franquicias de limpieza de automóviles españolas ofrecen sus servicios a uno de los parques móviles más grandes de Europa. Realizamos un análisis profundo del sector y sus tendencias.

12 | RANKING

Consulte nuestro ranking y conozca las enseñas del sector más económicas y más expandidas.

14 | ENTREVISTAS

Entrevistamos a los principales responsables de las franquicias de gasolineras y limpieza de automóviles.

26 | REPORTAJE ENSEÑAS DEL SECTOR

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

31 | DIRECTORIO

Todos los datos que necesitas saber de cada franquicia del sector.

34 | QUIÉN ES QUIÉN

Descubre a los responsables de cada enseña.

04



05



12



14



26



34



Ponemos a tu disposición personas que sueñan con abrir negocios como el tuyo.

ÚNETE AL PORTAL LÍDER EN FRANQUICIAS

www.franquiciashoy.es

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 limpieza de vehículos y gasolineras.

Ponte en contacto a través del teléfono 911 592 106
o del correo info@franquiciashoy.es

CLAVES DEL SECTOR

Las estaciones de servicio y las franquicias de limpieza de automóviles han sufrido grandes cambios en los últimos años, permitiéndoles crecer tanto en número de establecimientos como en volumen de negocio. Estos sectores se han convertido en una gran opción para el inversor y han evolucionado de tal manera que han permitido que un mayor número de inversores entre en el mismo. A continuación, os presentamos las claves del sector de las franquicias de gasolineras y de limpieza de automóviles.

DENTRO DE UN GRAN SECTOR

Las franquicias de estaciones de servicio y de limpieza de coches están incluidas en uno de los mayores sectores dentro del mercado español. España es uno de los principales productores de vehículos a nivel europeo y mundial. Este es el cuarto año consecutivo en el que la industria de la automoción crece en España, ofreciendo a las franquicias de gasolineras y limpieza de vehículos una gran oportunidad de crecimiento en España.

Tanto las gasolineras como las enseñas de limpieza de vehículos han adoptado nuevas herramientas y nuevas maquinarias en su día a día, permitiendo una mayor velocidad de servicio y mayor comodidad para los clientes. Las innovaciones tecnológicas se antojan cada vez más importante en este sector.

INCORPORACIÓN DE AVANCES TECNOLÓGICOS

NUEVOS FORMATOS

Esta clave está muy ligada con la automatización de los servicios. Nuevos modelos de negocio han aparecido en el sector, en los que el objetivo es una mayor reducción de costes (sobre todo de personal) para ofrecer un servicio con un precio más bajo para el consumidor. También permiten aperturas las 24 horas del día de manera sencilla.

En el caso de las estaciones de servicio, los nuevos reglamentos han permitido que nuevos inversores accedan a este tipo de negocios. Atendiendo a las franquicias de limpieza de vehículos, la aparición de nuevas franquicias con una baja inversión ha sido el detonante para que, cada vez, sea más fácil que nuevos inversores accedan a este sector.

REDUCCIÓN DE LA INVERSIÓN

REPORTAJE DEL SECTOR

GASOLINERAS Y LAVADO DE COCHES



AUTOMÓVIL

GASOLINERAS Y LAVADO DE COCHES

EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO EN ESPAÑA

El sector de las franquicias de automóvil es uno de los más representativos dentro del mercado español. Según la última ficha sectorial realizada por Invest in Spain (Sociedad Estatal para la Promoción y Atracción de las Inversiones Exteriores) este segmento de mercado representa cerca del 10% del PIB nacional y el 19% del total de las exportaciones españolas, aumentando año a año y con vistas de crecimiento estable.

España se mantiene estable en la segunda posición de países europeos en lo que a la producción de automóviles respecta, siendo el octavo país con mayor producción de automóviles a nivel mundial. En lo relacionado a la producción de vehículos industriales, España se sitúa como el líder a nivel europeo. Este año será el cuarto consecutivo en el que la industria de la automoción crece en nuestro país.

Como podemos comprobar, España es uno de los países punteros en la producción, venta y uso de vehículos, lo que hace del segmento de mercado de las franquicias de automóvil un sector estable y con una gran proyección. Dentro del mismo, encontramos subsectores como alquiler de vehículos, autoescuelas, lavado de coches, motos y bicicletas, servicios para el automóvil o talleres.

EL SECTOR EN DATOS

Dentro del sector de las franquicias de automóvil encontramos varios segmentos de mercado diferenciados. En este especial vamos a analizar los sectores de las gasolineras y los centros de lavado. En el caso de las estaciones de servicio, las 11 enseñas que operan en el mismo se diferencian entre abanderadas, que cuentan con un mayor número de establecimientos, y las que se enmarcan en el rango de precio low cost. Estas franquicias han logrado crear, aproximadamente, 23.000 empleos. La inversión realizada dentro del sector ha superado los 1.050 millones de Euros y la facturación es cercana a los 13.000 millones de Euros.

Dentro de los centros de lavado de automóviles, son 15 las franquicias especializadas en la limpieza de vehículos de toda clase que cuentan, a su vez con 405 unidades de negocio. En su caso, Han superado los 23 millones de Euros de inversión y se han acercado a los 42 millones de Euros en facturación. Además, han logrado crear cerca de 1.400 puestos de trabajo.



FRANQUICIAS DE GASOLINERAS

Este sector engloba aquellas franquicias especializadas en la venta de combustible. En los últimos años, este segmento de mercado ha evolucionado sobremedida, apareciendo nuevos modelos de negocio low cost que operan sin la necesidad de personal.

Tradicionalmente, el mercado de las gasolineras siempre ha estado copado por los grandes distribuidores. En la actualidad, Repsol, BP y Cepsa se hacen con más del 50% de los ingresos del mercado de las gasolineras.

Una de las claves que marcan la evolución del sector en los últimos años es el Real Decreto-ley 4/2013, mediante el cual el Gobierno buscaba promover la competencia. Con este decreto, el gobierno sigue las recomendaciones de la Comisión Nacional de la Competencia cuyo objetivo era facilitar la apertura de nuevas gasolineras. Los resultados fueron óptimos, ya que aparecieron nuevos competidores.

GASOLINERAS DESATENDIDAS

Las gasolineras desatendidas hacen referencia a aquellas estaciones de servicio que operan a través de maquinaria automatizada, permitiendo funcionar sin que ningún responsable se encuentre en la estación. Los precios de venta al público son menores a las gasolineras estándar en la gran mayoría de los casos.

Varias Comunidades Autónomas comenzaron a imponer trabas que impidieron la evolución de estas gasolineras low cost. Actualmente, solo el 5% de las gasolineras en España son desatendidas, dato que contrasta con el resto de países europeos, donde pueden llegar a alcanzar hasta un 60% de cuota.

NÚMERO DE GASOLINERAS EN ESPAÑA

(EVOLUCIÓN)



En el año 2016, salió a la luz el Informe sobre la Regulación de las Estaciones de Servicio Desatendidas elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en el que se encontraron diversas barreras que perjudicaban a este tipo de establecimientos. A partir de este informe, varios Tribunales de Justicia de diferentes Comunidades Autónomas, como Baleares, tumbaron el Decreto 31/2015 en el que se impedía desarrollar nuevas gasolineras desatendidas.

A nivel europeo, siempre se ha apoyado explícitamente la libertad para que nuevos competidores afloran en el mercado. Con todos estos apoyos, finalmente el Consejo de Ministros actualizó el antiguo Real Decreto, regulando las instalaciones de las gasolineras desatendidas, las cuales deben estar equipadas con cámaras de seguridad y deben estar conectadas a una central receptora de alarma, entre otros requisitos.

CAMBIOS FORZADOS POR LA CRISIS

La crisis económica que agitó el panorama económico a nivel mundial no dejó indiferente al sector de las gasolineras y lavado de vehículos. Diversas compañías tuvieron que reinventarse, como es el caso de Ballenoil, hija de la empresa francesa La Ballena Azul, que decidió realizar un giro estratégico ante un panorama complicado.

Hace aproximadamente ocho años, esta enseña se dedicaba exclusivamente al lavado de coches, cuyo público objetivo comenzó a reducir su presupuesto para este tipo de servicios. Esta fue la razón por la que los propietarios decidieron evolucionar el negocio y buscar un complemento al servicio de lavado. Por este motivo, La Ballena Azul creó Ballenoil, una gasolinera cuyo modelo de negocio es automatizado.

GASOLINERAS - SUPERMERCADOS

Varias de las franquicias de gasolineras del mercado han conseguido firmar pactos con grandes distribuidores de productos de alimentación y con cadenas de supermercados. Los mismos consisten en la inclusión de tiendas de proximidad dentro de las estaciones de servicio, permitiendo que los usuarios realicen una de sus actividades cotidianas también en la gasolinera donde repostan.

Las dos primeras compañías que llevaron a cabo este tipo de acuerdo fueron Cepsa y Carrefour (bajo la marca Carrefour Express) en el 2013. Hoy en día, han conseguido abrir 200 tiendas de Carrefour Express en las estaciones de servicio Cepsa.

A partir de este acuerdo, encontramos más ejemplos de marcas de gasolineras que se alían con supermercados para conseguir una mejor experiencia de usuario en sus establecimientos. Por ejemplo, Repsol se unió con El Corte Inglés en 2017 para incorporar tiendas de alimentación dentro de sus unidades de negocio. Por último, encontramos el caso de BP y DIA, dos de los referentes dentro de su sector, se han aliado en 2018 para poder competir de forma óptima con el resto.

La inclusión de estas tiendas de proximidad dentro de las estaciones de servicio puede tener su explicación en la necesidad de las gasolineras con modelos tradicionales de diferenciarse. Al ofrecer todas el mismo producto, las estaciones de servicio tradicionales han ampliado su gama de productos, gracias a los acuerdos con los supermercados, para mejorar la experiencia del usuario y poder diferenciarse de su competencia.

Además, es importante señalar que muchas de estas grandes franquicias del sector de la alimentación están comenzando a entrar dentro del sector de los hidrocarburos. Empresas como Eroski, Alcampo, Carrefour o E.Leclerc poseen ya más de 350 unidades de negocio dentro del sector de las estaciones de servicio.

GASOLINERAS LLAVE EN MANO

En los últimos años, varias de las franquicias del sector, especialmente las englobadas dentro del rango low cost, ofrecen modelos "llave en mano" que facilitan la entrada de nuevos inversores en este segmento de mercado. Los franquiciadores ofrecen modelos tipo "2C85" (el más común dentro del sector), que consisten en dos calles con ocho surtidores disponibles.

Además de los surtidores, estos modelos "llave en mano" suelen incluir sistemas de video vigilancia permanente, asesoramiento integral, centralita telefónica, soluciones de hardware, diseño del proyecto y asesoramiento legal.

BP Y REPSOL NUEVOS MODELOS DE GESTIÓN

El método de franquicia no es el único modelo colaborativo que encontramos como medio de crecimiento. Varias de las compañías que operan, principalmente las gasolineras abanderadas y grandes grupos del sector, permiten la entrada de gestores con una colaboración consistente en la gestión de estaciones perfectamente equipadas. En este modelo ganan ambas partes, el gestor, porque accede a grandes grupos con todos los beneficios que conlleva, y las gasolineras, porque consiguen personas involucradas en la gestión de sus estaciones de servicio.

Como ejemplos de estos modelos de negocio, encontramos a BP y a Repsol. En España, este concepto está implantado desde 1995 en BP. Es necesario un aval para acceder a este tipo de acuerdo. En el caso de Repsol, este acuerdo se realiza en más de 40 países y cuenta con más de 3.600 estaciones de servicio en España.

VISIÓN GENERAL DEL SECTOR DE GASOLINERAS



FACTURACIÓN E INVERSIÓN MEDIA

Facturación Media **Inversión Media**
2,09 Millones de € **171.477,98 €**

IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
Repsol	Aval desde 15.000 €	-	+ 3.100
Cepsa	-	-	+ 1.700
BP	Aval desde 80.000 €	1990	+ 1.000
Ballenoil	-	-	97
GasExpress	Desde 350.000 €	2014	40
AutoNet&Oil	400.000 €	2012	15
Fast Fuel	Desde 200.000 €	2015	13
Easy Fuel	290.000 €	2013	5
Petroespaña	Desde 195.000 €	2013	3
Optyme Self System	275.000 €	2013	2
Estaciones Taigo	Desde 180.000 €	2014	1

FRANQUICIAS DE LAVADO DE COCHES

Las franquicias de lavado de coches y autolavado han sufrido un gran cambio en sus estructuras gracias a la automatización, consecuencia de la implementación de novedades tecnológicas y maquinaria moderna. Uno de los objetivos principales de estas enseñanzas a lo largo del tiempo ha sido la optimización de recursos y el ahorro de agua en sus actividades.

EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El elemento que mayor evolución ha sufrido dentro del sector de las franquicias de lavado de coches es la maquinaria que utilizan. Desde un principio, los coches eran lavados manualmente con una manguera y agua. Con la nueva maquinaria disponible, las enseñanzas del sector han logrado ahorrar más recursos y realizar el lavado de forma rápida y sencilla. Además, en diversas compañías se han introducido combinaciones de agua con jabón y otros productos para que el lavado sea aún más rápido y sencillo.

La gran mayoría de instalaciones utilizan, por lo menos, dos tipos de agua diferentes dependiendo de la fase de lavado en la que se encuentre. Con el objetivo de mejorar el cuidado al medioambiente, los lavaderos de coche han comenzado a utilizar aguas recicladas en ciertos momentos del lavado, consiguiendo un ahorro de grandes cantidades de litros de agua destinada al uso convencional. Además del agua, varias de las enseñanzas del sector utilizan productos 100% ecológicos que han pasado estrictos test de calidad, como es el caso de la franquicia Alvatowash. Por último, destacar franquicias que no utilizan ni gota de agua en sus servicios de limpieza, como es el caso de Limpo.

Atendiendo a la estructura de cada franquicia de lavado de coches, encontramos tres tipos de instalaciones

diferentes, estando la gran mayoría automatizadas. En primer lugar, encontramos instalaciones tipo boxes con techo, donde los clientes lavan ellos mismos sus coches. En segundo lugar, destacamos los túneles de lavado, donde el coche pasa de manera automática por una pasarela con diferentes elementos que limpian el automóvil. Por último, los puentes de lavado cuentan con rodillos de cepillos y pistolas de agua a presión que, automáticamente, limpian el vehículo mientras este permanece estático en la plataforma

DIVERSIDAD DE SERVICIOS OFRECIDOS Y LOCALIZACIONES

Además de la limpieza exterior del automóvil, varias son las franquicias de lavado de coches que, como servicio complementario, ofrecen la limpieza de los interiores del vehículo y su restauración y pulido. Otras, además, ofertan el lavado manual como servicio complementario puesto que se trata de una limpieza más profunda que la realizada a través de maquinaria.

Atendiendo a las localizaciones, encontramos nuevas franquicias que ofrecen el servicio de lavado a domicilio, como es el caso de Ecowash. Gracias a sus servicios a domicilio, los clientes pueden solicitar la limpieza de su vehículo o barco en cualquier lugar y en cualquier momento, de forma totalmente ecológica.

Las localizaciones principales de los establecimientos de estas enseñanzas suelen estar cercanas o complementar a estaciones de servicio. Las ubicaciones son estudiadas a fondo mediante un estudio de mercado y viabilidad, consiguiendo el mejor porcentaje de éxito posible. En los últimos años, y gracias a la capacidad de adaptación de estas franquicias, se han abierto nuevos centros de lavados en distintas zonas con gran afluencia de público, como pueden ser los parkings de supermercados.

VISIÓN GENERAL DEL SECTOR DE LAVADO DE COCHES



FACTURACIÓN MEDIA

103.596 €

INVERSIÓN MEDIA

57.752 €

IDENTIFICACIÓN DE ENSEÑAS

ENSEÑAS	INVERSIÓN	AÑO INICIO	UNIDADES
Detailcar	Desde 8.900 €	2008	+ 125
La Ballena Azul	Desde 120.000 €	1994	98
Elefante Azul	Desde 100.000 €	1989	65
AlvatoWash	55.900 €	2014	38
Ecowash	11.200 €	2006	32
Rogomóvil	16.420 €	2017	14
Limpoint	Sin coste de franquicia	2010	7
Centrowash	Desde 1.950 €	2013	5
Renicar	19.900 €	2013	4
Top Clear	10.000 €	2012	4
Lava Lava El Delfín	Desde 360.000 €	2000	3
Wash & Coffees	Desde 9.900 €	2015	3
Cosmeticar	Desde 6.000 €	2009	2
Ecoline Wash	15.000 €	2011	1
Limpomobile	Sin coste de franquicia	2013	1

RANKING

GASOLINERAS

MÁS EXPANDIDAS (UNIDADES)

REPSOL	+ 3.100
CEPSA	+ 1.700
BP	+ 1.000
BALLENOIL	97
GASEXPRESS	40
AUTONET&OIL	15
FAST FUEL	13

MÁS ECONÓMICAS (INVERSIÓN)

REPSOL	Aval desde 15.000 €
BP	Aval desde 80.000 €
ESTACIONES TAIGO	Desde 180.000 €
PETROESPAÑA	Desde 195.000 €
FAST FUEL	Desde 200.000 €
OPTYME SELF SYSTEM	275.000 €
EASY FUEL	290.000 €

LAVADO DE COCHES

MÁS EXPANDIDAS (UNIDADES)

DETAILCAR	+ 125
LA BALLENA AZUL	98
ELEFANTE AZUL	65
ALVATOWASH	38
ECOWASH	32
ROGOMÓVIL	14
LIMPOINT	7

MÁS ECONÓMICAS (INVERSIÓN)

CENTROWASH	Desde 1.950 €
COSMETICAR	Desde 6.000 €
DETAILCAR	Desde 8.900 €
WASH & COFFEES	Desde 9.900 €
TOP CLEAR	10.000 €
ECOWASH	11.200 €
ROGOMÓVIL	16.420 €

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

Ricard Prats

Elefante Azul y AutoNet&Oil

Bajo precio, calidad y servicio como bandera

Ricard Prats comienza en el mundo inmobiliario desde 1995 hasta 2008. A razón de la crisis, decide cambiar al mundo de la gran empresa, colaborando con el grupo Eat Out, un grupo que, en aquel momento, contaba con 14 enseñas. En 2011, da el salto a las franquicias. Aquí fue donde comenzó a darse cuenta de la diferencia de no solo gestionar centros propios, sino del valor que tiene un franquiciado para la marca. En 2016, llega a Lizarran donde gestionó la zona nordeste. Por último, distinguimos su etapa en Elefante Azul y AutoNet&Oil, de la que nos da todos los detalles.

¿Cuáles serían las claves principales para destacar el sector?

En nuestro sector, hablando de AutoNet&Oil, hace referencia a las gasolineras low cost, nosotros aportamos ya no solo el precio, sino la calidad y el servicio asistido. Normalmente se asocia la gasolinera de precio reducido con poco retorno, es decir, un cliente solo se verá beneficiado con un buen precio. Esto en AutoNet&Oil no sucede, aquí entras con el vehículo y tanto el servicio como el carburante es de calidad.

Marcos, el dueño y director general, cuando crea AutoNet&Oil tiene como objetivo dar un precio reducido (reduciendo también su margen), pero dar calidad y servicio. Es lo que nos diferencia de las otras. Por lo tanto, la clave es ofrecer calidad, bajo precio y servicio asistido.

¿Cómo afecta la irrupción de las gasolineras low cost y las gasolineras desatendidas?

De cara al cliente final, afecta en positivo, ya que ayudas a su economía familiar. Además, la mayoría aportamos calidad, puesto que las gasolineras

invierten dinero en aditar los carburantes para que luego estos permitan a los usuarios hacer más kilómetros con la misma cantidad de gasolina. Además, todo el combustible sale del mismo sitio: de los depósitos de CLH.

Nosotros no tenemos la necesidad de hacer regalos para que acudan clientes, puesto que ya ofrecemos un buen precio, servicio y una calidad que atraen a los clientes. Al contrario, las grandes marcas abanderadas tienen que jugar con créditos, descuentos... Por supuesto, estas grandes compañías deberán adaptarse a este modelo de negocio.

Nuestros clientes consideran AutoNet&Oil como un profesional en su sector, que es la venta de carburantes.

¿Por qué decidisteis unir una gasolinera y una franquicia de limpieza de vehículos?

La sinergia viene dada por una razón clara, que es buscar a un socio dentro del sector. Cuando se compra la enseña de Elefante Azul, el objetivo es crear ese valor añadido dentro del sector.

Además, Elefante Azul es una empresa referente dentro del sector del lavado del vehículo que cuenta con 6 programas de lavado, trabaja con agua desmineralizada que no deja fricción en el coche, utiliza agua osmotizada para el lavado final que invierte la polaridad del coche, un agua que al chocar con la chapa del coche la repele y al acabar el vehículo se seca solo y no quedan manchas.

Al unir este tipo de negocios, creas una sinergia, consiguiendo favorecer a ambas compañías. El usuario de gasolinera genera el cliente de auto lavado que es muy exigente porque quiere llevar su coche limpio y viceversa.

RICARD PRATS, Director de Centros Propios y Franquicias en Elefante Azul y AutoNet&Oil

¿Por qué debería elegir la franquicia como fórmula de expansión?

La razón principal es el know how. Tú puedes intentar abrir un nuevo establecimiento en una "high Street", se necesita un conocimiento previo. La compañía te traspasa todo su know-how, su método. Por ejemplo, en la convención de este año, nuestros jefes de zona ayudaron al franquiciado en todo lo que necesitaron. Es decir, les ayudan a llegar a ese "extra Budget", por lo que, si quieren llegar a un 20% de crecimiento, estos les ayudarán a que lo tengan. Todo lo que hacemos en nuestros centros propios, también lo hacemos con los franquiciados.

Por lo tanto, el sentido de franquiciarse es porque somos profesionales del sector desde hace más de 50 años y nuestro know-how viene dado por todo lo que hemos desarrollado en nuestros centros propios. Resumido: profesionalidad, experiencia y conocimiento.

¿Cómo ves el futuro inmediato del sector y sus expectativas de negocio?

El plan estratégico es superar cada año las 10 aperturas. Habrá una criba en el sector en el que solo aguantarán los más fuertes. Al cabo de 1-3 años se ve el éxito o el fracaso. En nuestro caso, llevamos más de 10 años franquiciando la enseña. Entonces nos encontramos ante una marca consolidada. Nosotros tenemos una serie de centros propios mixtos que funcionan y, a partir de ahí, franquiciamos.

¿Cuáles han sido los problemas principales a los que se ha enfrentado el sector?

Inicialmente, las gasolineras low cost nacen a razón de la crisis, para poder presentar una buena oferta al consumidor. Por desgracia, nosotros estamos metidos en el mismo cauce del río. Aunque no lo queramos, por precio nos catalogan como low cost. Nosotros nos diferenciamos en que ofrecemos un servicio óptimo. La mayor parte de las low cost ofrecen calidad en el producto, aunque hay alguna marca que no aditiva y otras que no tienen personal al servicio del cliente.

Las low cost tienen un problema añadido y es que las abanderadas tienen que defenderse. Ofertan más productos retail para compensar, pasando a ser el carburante el hilo conductor para poder vender todos los artículos de supermercado que tienen.

Nosotros nos denominamos como gasolinera quality. Estamos intentando eliminar el low cost. El problema viene por parte del ruido negativo que han creado las gasolineras abanderadas para justificar su mayor margen.

“La mayor parte de las gasolineras low cost ofrecen calidad en el producto”

¿Cuál es el impacto que genera en los clientes el término low cost?

No creo que tenga un impacto negativo. El cliente, cuando escucha el término low cost, lo relaciona con bajo precio, lo que es positivo. Después hay que analizar quién se sube al carro de nuestra política, mejorándolo y quién pierde esa oportunidad.

Nosotros, ante el ruido positivo generado por la reducción de precios, le hemos añadido valor, consiguiendo diferenciarnos. Hay muchos empresarios que desaprovechan esta oportunidad.

¿Cuál es el perfil de franquiciado más común dentro del sector?

Normalmente, en franquicias tenemos dos opciones: autoempleo e inversores. Las inversiones reducidas van ligadas al autoempleo, mientras que las más altas tienden por AutoNet&Oil. Por ejemplo, la inversión en Elefante Azul puede ser la mitad o una cuarta parte de la necesaria en Autonet&Oil. Esto es debido gracias a que, Elefante Azul es modulable, puedes empezar con dos pistas, pero, aun siendo modulable, puedes acotar la inversión. Por supuesto, dependiendo de la situación de cada localización, se puede realizar una inversión u otra. Para ambos modelos, los franquiciados deben tener ganas de trabajar y ser profesionales.



Una forma diferente de entender la franquicia



En Simply el franquiciado es el verdadero dueño de su negocio

franquicia
SIMPLY
únete a nosotros
AuchanSuper

Toda nuestra experiencia y profesionalidad a tu servicio

902 11 65 65 franquicias.simply.es www.simply.es

Jorge Pomar

GASEXPRESS

¿Cuáles son las principales ventajas y desventajas de las gasolineras automatizadas?

Las ventajas son todas muy evidentes: ahorro económico, ahorro en tiempo y servicio 24 horas como las más palpables. En cuanto a las desventajas, la mala prensa que hace el sector tradicional de nuestro modelo de negocio, utilizando su poder económico, mediático y político, desprestigiándonos, saltándose toda ética y en contra del libre mercado.

¿Cómo prevés el futuro del sector y cómo ha evolucionado el sector dentro de la franquicia?

Por el momento, las gasolineras automatizadas suponen apenas un 5% del sector aquí en España. Si nos fijamos en muchos países europeos como Dinamarca, Francia, Suiza o Bélgica, aún hay mucho recorrido, ya que los porcentajes de automatizadas es superior al de gasolineras tradicionales. Como todo negocio con un alto componente expansivo y clonable, son ideales para franquiciar.



JORGE POMAR, Socio Fundador de GasExpress

“Las gasolineras automatizadas suponen un 5% del sector”

¿Cómo han afectado los cambios de legislación a este segmento de mercado?

Afectan directamente contra nuestro modelo de negocio para que no prospere y por las presiones del sector tradicional, que no acepta la situación y el cambio que se está produciendo en el sector. El problema, además, se agrava con que la administración es muy complicada.

Cada comunidad puede tener un criterio para legislar y cada ayuntamiento es un mundo, pero gracias a la asociación nacional en la que participamos en su fundación, AESAE, estamos defendiendo de manera coordinada nuestros derechos y así poder ser una opción más para el consumidor final.

Explicanos por qué la tecnología es tan importante en franquicias como la vuestra.

Las nuevas generaciones y los nuevos tiempos van de la mano de los avances tecnológicos y hay que adaptarse a ellos. Para mejorar el servicio y la seguridad de las gasolineras y poder cubrir mejor las necesidades del consumidor, es necesario implantar los sistemas tecnológicos más avanzados.

¿Por qué escogió Gasexpress la franquicia como modelo de negocio para crecer?

Además de elegir bien la ubicación, en este negocio es muy importante tener un importante poder de compra. Para eso, necesitábamos tener volumen, y por eso franquiciamos, para poder crecer más rápido gracias a la apuesta de inversores.



Gane Dinero Sin Trabajar

Control de tu Negocio desde el Móvil

Éxito asegurado

Freshlaundry.es
info@freshlaundry.es
+34 691 240 607

EL MERCADO INMOBILIARIO SE REACTIVA | Es tu momento...



CON DONPISO: MÁS OPORTUNIDADES · MÁS CLIENTES · MÁS NEGOCIO · MÁS RENTABILIDAD

Buscamos asociados en toda España

93 206 53 93

franquicia@donpiso.com



FRANQUICIA INMOBILIARIA

Iván Ferrandiz

NAFTÈ

Tenemos el placer de entrevistar a Iván Ferrandiz, Director y Consejero Delegado de Naftè, que nos habla de la actualidad del sector de las gasolineras.

¿Quiénes sois y cuáles son vuestras características principales?

Naftè es una red de estaciones de servicio que nació en Zaragoza con la idea de expandir su negocio geográficamente. El objetivo de Naftè es ofrecer al cliente una alternativa de compra de combustible a la gasolinera tradicional. Nuestra misión es ofrecer al consumidor un punto de repostaje rápido, sencillo y sin complicaciones.

¿Por qué elegisteis el eslogan de "Repostaje inteligente"?

Vendemos un producto de primera calidad, que está aditivado y que está microfiltrado. Ofrecemos un descuento directo al cliente sin que esté condicionado a futuras compras. El tiempo total de repostaje viene a durar tres minutos, ya que pueden

efectuarlo sin moverse del propio surtidor, pagando a través de una pantalla táctil integrada en el mismo. Y, además, ahorran dinero con respecto a las marcas tradicionales. Por tanto, nos parece inteligente porque repostas en muy poco tiempo, no tienes que esperar colas, lo haces con un producto de primerísima calidad y, además, ahorrando. Estos son tres valores añadidos con respecto al modelo tradicional.

“El modelo de franquicia nos permite consolidarnos en el sector”

¿Qué ofrece vuestro modelo de negocio y cuáles son vuestros puntos fuertes?

Es un modelo robusto con una construcción tecnológicamente puntera, que permite que la gasolinera funcione de forma automática.

La tecnología se descubre tanto en la utilización de modernos medios de pago integrados, como en la seguridad industrial de la instalación, tanto en la parte petrolera y eléctrica, como lo que se refiere a la instalación de protección contra incendios, la seguridad y la vigilancia.

Las instalaciones cuentan con atención telefónica y asistencia 24 horas. Asimismo, contamos con sistemas de tarjetas que permiten registrar a los clientes todos sus repostajes, de manera que al final de mes le permite aglutinar, a través de su correo electrónico, todos los repostajes en una única factura. Las instalaciones cuentan con personal que se centra

en atender al cliente, no en la operación o mantenimiento de la estación. Tiene una vocación totalmente comercial, de apoyo y de educación al cliente.

¿Cuántas unidades tenéis hasta la fecha?

Tenemos cuatro gasolineras en la ciudad Zaragoza. Nuestro plan de expansión incluye tanto el crecimiento de forma orgánica como a través del modelo de franquicia, que acabamos de empezar a comercializar. En cuanto al crecimiento propio, seguiremos el criterio de mancha de aceite desde Aragón, buscando buenas localizaciones, lo que es crítico para nuestro negocio, puesto que vivimos fundamentalmente del tráfico de vehículos.

Aunque hagas esfuerzos con la imagen, con el servicio, con el producto de buena calidad, etc. hay un importante número de usuarios que repostan por ubicación.

¿Por qué habéis elegido el modelo de franquicia?

Nos parece otra forma más de crecer y, aunque no tiene las ventajas del crecimiento orgánico en lo que a volumen de facturación y EBITDA se refiere, nos permite acceder a ubicaciones que, de otro modo, serían muy difíciles de conseguir, ofreciendo nuestro modelo a otros emprendedores y ayudándonos a expandir nuestra marca. Además de los ingresos percibidos, el modelo de franquicia nos permite consolidarnos en el sector.

IVÁN FERRANDIZ, Director y Consejero Delegado de Naftè

Nicolás Kanngiesser

DETAILCAR

Socio fundador de una empresa creada hace 11 años en España. Empezaron desde 0, limpiando coches a domicilio. La empresa se creó durante la crisis y él, junto a su socio, empezaron lavando coches a mano. Hoy en día tienen más de 130 ubicaciones en los mejores centros comerciales del país y como marca referencia. Nicolás es el gerente y director general de la compañía.

¿Cómo piensas que se desarrollará el sector los próximos años?

La tendencia es que vaya, cada vez más, hacia lo ecológico, puesto que hay muchas restricciones, muchas normativas de reciclaje de agua y cada vez va a ser más complicado para las enseñanzas tradicionales la operativa. Nosotros, después de 11 años, hemos conseguido un sistema referencia que supera a los sistemas tradicionales con agua, de toda la vida.

Además, el parque móvil tiende hacia los automóviles eléctricos y lo bueno es que no nos va a afectar el cambio, porque nosotros limpiamos vehículos, barcos, autobuses, aviones... es decir, se puede aplicar a todo tipo de vehículos. Por ello, si el sector

tiende hacia los automóviles eléctricos, nosotros siempre tendremos un papel importante en este futuro.

¿Cuáles son las claves para que una franquicia de lavado de coches pueda expandirse y tener éxito?

La clave es una alta calidad en el servicio, primordial para nosotros. Se trata de un gran trabajo en la limpieza de los vehículos. También es muy importante que nuestra franquicia es 100% ecológica y no gasta nada de agua. Otra de las claves a destacar es la ubicación de nuestros establecimientos, ya sea en grandes centros comerciales o en los mejores parkings del centro de la ciudad. Esto nos da una cierta garantía, puesto que hay un gran flujo de personas. El éxito viene de la suma de todos los detalles, pero estos son los tres elementos destacados.

¿Las franquicias de lavado que están utilizando metodologías antiguas desaparecerán o tendrán que reinventarse?

Conozco a grupos muy importantes que han intentado meterse en el sector del lavado de automóviles y hay sistemas que, o bien se reconvierten, o se van a quedar atrás. Por ello, es vital actualizarse.

¿Qué modelo de negocio presentáis y en qué segmento de precios e inversión os situáis?

En lo que es el servicio al público, el core business, nosotros tocamos una clase media/media-alta. En cuanto al modelo

de negocio de franquicias, tenemos unas franquicias muy asequibles, prácticamente low cost. No solemos ganar mucho por apertura, nos interesa más tener concesiones, es decir, ubicaciones buenas. Es un negocio de un emprendedor o bien de una persona que va a tener un mínimo de dedicación al negocio, ya que requiere bastante atención, no como otros. En muchos casos, también sirve de autoempleo, incluso limpiando coches o, al menos, coordinando.

“Por debajo de los 20.000 €, tenemos un proyecto llave en mano”

¿Cómo afecta la innovación tecnológica en este sector?

Aquí, afecta más por temas de marketing, es decir, saber aprovechar nuevas aplicaciones, lanzamientos de nuevas plataformas relacionadas con vehículos. Por ejemplo, hay una aplicación que ha comenzado a desarrollarse en España que trata únicamente de lavado de vehículos, y donde apareceremos como franquicia en esta aplicación. Es el típico ejemplo de que, cuando la tecnología interviene, nos ayuda a conseguir nuevos clientes.

Yo diría que la tecnología para nosotros es más importante por la parte de marketing que por la gestión natural del negocio. La limpieza de coches a mano de manera profesional es prácticamente una artesanía, donde la tecnología no tiene mucha influencia.



NICOLÁS KANNGIESSER,
Fundador de DetailCar

¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el sector y cómo podemos solucionarlos?

La actividad diaria es un trabajo que no requiere unos conocimientos cualificados o una preparación universitaria, por lo que es un sector que utiliza mano de obra no cualificada, siendo responsabilidad de las franquicias entrenar y educar a estas personas que lo gestionan, ya sean franquiciados o empleados en los centros de lavado. Cuando formamos a personas, no solo les formamos para limpiar un vehículo, sino que les enseñamos a gestionar un negocio, a controlar sus gastos personales, a emitir una factura... por lo que va mucho más allá. En otros sectores, la situación podría ser diferente.

La solución es más formación continua y más seguimiento. No siempre se debe estar detrás de ellos, pero requiere más involucración por nuestra parte.

¿Por qué un franquiciado debería elegir el sector de lavado de coches antes que cualquier otro?

Hay una gran demanda de estos servicios. Además, es un negocio en el que desde el primer día se va a empezar a facturar. En nuestro caso, el sistema de limpieza sin agua es muy novedoso y tiene una inversión muy asequible. Una persona con que tenga algunos ahorros, una ayuda familiar o una capitalización del paro puede tener su propio negocio con nosotros. Esto no pasa en otros sectores como la



hostelería. Nosotros, por debajo de los 20.000 €, tenemos un proyecto llave en mano para su funcionamiento.

¿Qué papel juega la franquicia en el sector?

Nosotros preparamos a las personas para que vayan a tiro hecho. Es decir, todo lo que nosotros hemos tenido que pasar y descubrir para estar donde estamos, el nuevo franquiciado se lo ahorra. Además, nos encargamos de encontrar las nuevas localizaciones. Nosotros tenemos acuerdos con los mayores grupos de España de grandes centros comerciales y parkings para montar nuevos establecimientos.

En la unidad móvil, nosotros montamos una base de datos de todas las empresas que puedan ser objetivo para la limpieza de vehículos, ya sean entidades públicas, eventos, concentraciones de vehículos, embarcaciones, sofás... Preparamos toda esta

información para que el nuevo franquiciado no falle.

¿Cómo es el franquiciado perfecto para el sector y qué consejos le darías?

Cuando veo los perfiles que buscan todas las franquicias, es siempre más de lo mismo. En nuestro caso, tiene que ser una persona afín al trabajo manual y con afición por los vehículos. Además, debe ser una persona con ganas de trabajar y con ganas de hacer esfuerzos físicos. Debe tener un mínimo de organización en sus cuentas y una formalidad a la hora de trabajar. También es muy importante que la persona tenga don comercial y sepa tratar a las personas.



¿CÓMO ELEGIR UNA FRANQUICIA DE LAVADO DE COCHES?



QUIÉN ESTÁ DETRÁS ES MUY IMPORTANTE.

Todas las personas que emprendemos o invertimos, queremos acertar con la decisión. Pero, ¿cómo hacerlo? Antiguamente era muy difícil ya que las intuiciones que nos brindaba el comercial de la franquicia debían marcar el camino. Hoy (y en el futuro) toda ha cambiado.

Una de las estrategias recomendadas actualmente es buscar en Google: traspaso franquicia "nombre de la franquicia/enseña". A partir de aquí, ¿cómo tengo que interpretar los resultados? Si encuentras muchos traspasos de una enseña/franquicia no es buena señal, si por el contrario, la enseña que buscas apenas tiene anuncios de traspasos o directamente no tiene anuncios de traspasos, es una muy buena señal de que el negocio funciona.

Más trucos que pueden ayudarte: entra directamente en los perfiles de la Marca/Franquicia/Enseña, como, por ejemplo, páginas de Facebook e Instagram. Los mismos reflejan muy bien la actualidad de la franquicia con su número de seguidores, publicaciones a diario, fotos o vídeos reales de los franquiciados actuales, notas de prensa, etc.

Obviamente las páginas web de cada marca hay que verlas, pero ¡ajo!, ahí todos están listos para vender. Quizás lo más valorable de la página web de las franquicias es el apartado "quiénes somos", para saber quiénes serán los que te acompañarán en la maravillosa aventura de emprender.

- Alicia Coronel
Gerente
ALVATOWASH

LA IMPARABLE TENDENCIA AL LOW-COST



LA TENDENCIA SON LAS FRANQUICIAS LOW-COST.

En los últimos años, es por lo que han apostado una infinidad de emprendedores. Reinventar tu modelo de negocio en un low-cost es más fácil bajo el sistema de la franquicia y de ahí que este tipo de franquicias se haya multiplicado.

Las franquicias low-cost se adaptan muy bien a las necesidades del público. Ofrecen productos y servicios a precios asequibles, en una situación económica difícil, donde hay que ajustar el presupuesto y donde los lujos dejan de estar al alcance de muchos.

Las franquicias low-cost se adaptan muy bien a las necesidades de los emprendedores. Muchas franquicias low-cost no solo rebajan los precios para los consumidores, sino que también han comprendido la complicada situación que pasa el sector de los emprendedores en los últimos años. Si bien algunas franquicias low-cost solo trasladan este concepto de bajo coste al público, otras muchas ofrecen unas condiciones financieras de acceso que se ajustan a todos los bolsillos.

Han demostrado lo inde-mostrable. Las franquicias low-cost han demostrado que no solo sectores que han sido tradicionalmente de bajo coste pueden reconvertirse en formatos low-cost, ajustando un poco más sus márgenes, sino que este tipo de negocio es susceptible de ser acogido en multitud de sectores de actividad.

- David Gamíndez
Fundador
TOP CLEAR



BP
CEPSA
COSMETICAR
EASY FUEL
ECOWASH
RENICAR

REPORTAJE

ENSEÑAS DEL SECTOR



BP

Carburantes sostenibles
y de calidad

Con más de 17.200 estaciones de servicio y operando en más de 70 países, BP es considerada como una de las principales compañías integradas de carburante a nivel mundial. Esta gasolinera oferta carburantes de alta calidad, como los carburantes BP con tecnología Active o los carburantes anti suciedad.

BP son las siglas que hacen referencia al nombre de British Petroleum, grupo que cuenta con más de 1.000 estaciones de servicio en España, y, actualmente, es una de las compañías referentes en el sector de las franquicias de gasolineras.

BP y la sostenibilidad

La franquicia BP mantiene el foco en la seguridad como su prioridad máxima. Una estricta gestión de riesgos ayuda a proteger a las personas que trabajan en primera línea en los lugares en los que operan y, a su vez, ayuda a crear valor para la empresa, mejorando su imagen y reputación corporativa.

Son conscientes de que trabajar en lugares con contextos políticos complejos y lugares que, por su ubicación, requieren un reto técnico, como aguas profundas o arenas bituminosas, requieren de una sensibilidad especial a nivel local. Siguen mejorando sus sistemas, procesos y estándares, incluyendo el modo en el que gestionan los riesgos que pueden generarse por las acciones de sus contratistas y de los operadores de las empresas conjuntas en las que participan.



ECOWASH

Al cuidado del
medio ambiente

Ecowash es una franquicia de lavado de automóviles que se adapta a las necesidades del usuario y acuden a la casa u oficina del mismo, facilitando el acceso de este tipo de servicios a todos los usuarios. Esta enseña ofrece limpieza para diferentes tipos de vehículos y embarcaciones. Permite combinar la limpieza por zonas según necesite el cliente, ya sea el exterior, la tapicería o una limpieza integral.

Entre sus principales servicios encontramos la limpieza exterior e interior del vehículo; limpieza de la tapicería; pulido de los faros; tratamientos de ozono pulido de carrocería y limpieza de barcos, sofás, sillas y sillones.

Un servicio 100% Ecológico

Ecowash es una enseña consciente de que el agua es un recurso natural necesario y limitado. En 2002 crearon un método de limpieza ecológico y potente, convirtiéndoles en uno de los referentes del sector de la limpieza de vehículos sin la utilización de agua. Gracias a su método, son capaces de ahorrar entre 150-200 litros de agua en cada lavado.

La misión principal de esta franquicia es crear un futuro mejor para la sociedad. Su gama de productos de limpieza sin agua ha sido desarrollada con el criterio de biodegradabilidad establecido por el Reglamento (CE) 648/2004 sobre detergentes. Esta enseña trabaja por un consumo inteligente, un ahorro ecológico y una conservación energética óptima.



COSMETICAR

La franquicia que se adapta a ti

CosmetiCar es especialista en el lavado de automóviles para empresas. Utilizan métodos de lavado respetuosos con el medio ambiente. Por ello, son conscientes de la importancia del ahorro de agua en este sector y trabajan con tecnología que no utiliza agua.

Sin aerosoles ni productos tóxicos, los productos de CosmetiCar permiten lavar completamente un vehículo sin agua y sin riesgo de contaminación, a diferencia de los lavados tradicionales que necesitan más de 150 litros de agua con un resultado inferior en calidad.

Sin importar el tamaño

CosmetiCar es el socio ideal de las empresas que desean mantener sus flotas de automóviles en un estado imaculado y así mejorar su imagen corporativa. Operan con diferentes tamaños de flotas de vehículos, por lo que se adaptan perfectamente a cualquier empresa a nivel local o nacional.

Ofrecen sus servicios de limpieza a empresas de alquiler de vehículos. Además, preparan informes de los vehículos de las flotas para conocer el estado de las mismas regularmente.

También colaboran con concesionarios y con centros comerciales. En el caso de los concesionarios, CosmetiCar prepara la flota para la venta. Ofrecen servicios de limpieza para clientes de centros comerciales mediante un concepto único e innovador.



EASY FUEL

Gasolineras accesibles para todo el mundo

Esta enseña se denomina a sí misma como las "estaciones de servicio de Nueva Generación". No es para menos, pues forma parte de las franquicias de gasolineras con ofertas de proyecto "llave en mano" que están comenzando a entrar en el mercado.

Se trata de un negocio estable que ofrece un producto de alta demanda. Además, se trata de un negocio totalmente automatizado, por lo que requiere un menor tiempo de dedicación al mismo, mejorando la calidad de vida del franquiciador.

Proyectos "llave en mano"

Esta enseña se caracteriza por ofrecer soluciones a medida con las que los futuros inversores pueden comenzar su negocio en el mundo de las estaciones de servicio de una manera sencilla. Es una de las maneras más rápidas y óptimas para montar una gasolinera.

La inversión en la franquicia EasyFuel incluye 2 surtidores con cuatro calles, 4 lectores de tarjetas de crédito/débito, un aceptador de billetes con búnker de seguridad, una marquesina, un monolito donde mostrar los precios del carburante, una caseta para zona vending con zona de seguridad, una valla de información, un depósito de combustible de 60.000 litros, obra civil, etc.

Por supuesto, la seguridad es una de las claves en estos modelos de gasolinera, por ello, las estaciones de servicio EasyFuel cuentan con sistemas de vigilancia 24 horas.



CEPSA

Uno de los referentes en nuestro país

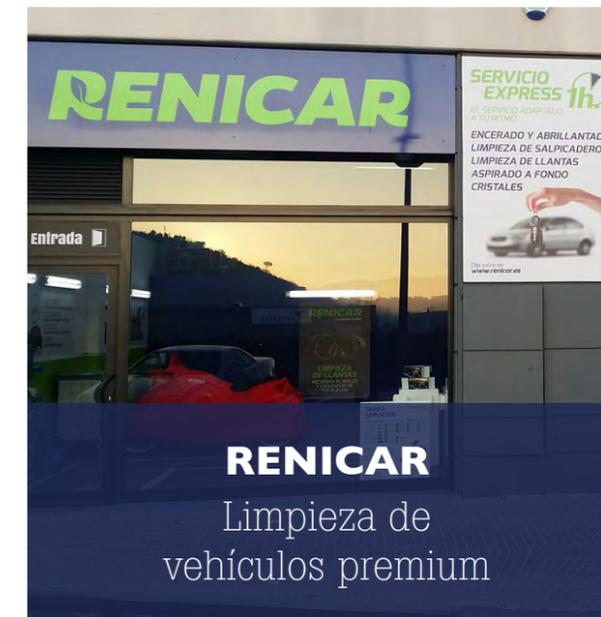
Cepsa, desde su creación en 1929 en Madrid, es uno de los referentes en el sector de las gasolineras y estaciones de servicio en España. Cuentan con más de 1.700 unidades de negocio repartidas a lo largo de nuestro país. Cepsa destaca por la calidad de sus instalaciones y por un excelente servicio de sus empleados. Su plantilla está formada por más de 11.000 profesionales que operan en Europa, Asia, África y América.

Desde el 2013, Cepsa mantiene un acuerdo con Carrefour Express mediante el cual se implantan tiendas de alimentación dentro de las estaciones de servicio. Esta alianza les ha permitido aumentar su volumen de negocio, posicionándole como una de las 35 mayores empresas del mundo en su sector. Además, se encuentra entre las 10 primeras en Europa en lo que a volumen de facturación se refiere.

Estaciones de servicio de primera

Su red de Estaciones de Servicio ofrece todas las soluciones a las necesidades que pueda tener el cliente o su vehículo. Rapidez, comodidad y un servicio profesional es lo que los usuarios pueden encontrar en sus puntos de venta en España y Portugal.

Sus gasolineras y estaciones de servicio ofrecen servicios adicionales como son áreas de restauración, mantenimiento del automóvil, paquetería, puntos oficiales de venta o alquiler de furgonetas. Cepsa es uno de los referentes, gracias a la calidad de sus instalaciones.



RENICAR

Limpieza de vehículos premium

La franquicia de lavado de automóviles Renicar utiliza métodos que actúan con efectividad en los focos de suciedad que puedan tener los coches, ofreciendo tratamientos específicos para las bacterias y los olores, como es el caso del tratamiento con ozono.

Cuentan con un sistema de limpieza denominado Eco Cosmetic, el cual ha sido diseñado para brindar a sus clientes una experiencia de servicio de alta calidad con excelentes resultados para su vehículo. Su sistema patentado se basa en una selección minuciosa de productos biodegradables que no dañan ni el vehículo ni el medio ambiente, los cuales van acompañados de la maquinaria de higienización más eficaz.

Tres tipos de franquicia

La franquicia Renicar cuenta con 3 modelos de franquicia distintos mediante los cuales se puede empezar a colaborar con esta enseña. En primer lugar, encontramos la franquicia local, pensada para usar en un local comercial con acceso de vehículos.

La franquicia exprés es la segunda opción de la enseña. Este modelo de franquicia está pensado para clientes de centros comerciales que disponen de poco tiempo y aprovechan sus compras, actividades laborales o tiempo de ocio para lavar su vehículo aprovechando al máximo ese tiempo. Por último, encontramos la franquicia unidad móvil, dirigida a personas autónomas con vehículo propio que se encuentran en zonas menos urbanas.

Un nuevo concepto de
PERFUMERÍA
 está revolucionando el mundo

Equivalenza, líder del sector con 750 tiendas,
 en Europa, América y África.



Equivalenza busca
 master franquiciados e inversores
 en los 5 continentes.
 Infórmese en expansion@equivalenza.com



DIRECTORIO

ALVATOWASH

Descripción Alvato Wash es mucho más que limpieza de coches. Alvato Wash pone a tu disposición toda su metodología futurista desde el momento de la firma de contrato, formación constante con un equipo de profesionales que te asesorará en todo momento para explicar y realizar servicios únicos. Alvato Wash, junto contigo, hace que tu negocio sea un éxito.

Inversión 55.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2011

Creación de Franquicia 2014

CENTROWASH

Descripción Empresa con más de 10 años realizando servicios de limpieza en Seco y protección de vehículos con productos desarrollados por su equipo de I+D. Su objetivo es que clientes-colaboradores usen correctamente los productos, para que puedan obtener el máximo rendimiento y la utilización de sus productos les permita ahorrar dinero y tiempo.

Inversión Desde 1.950 €

País de origen España

Creación de Empresa 2008

Creación de Franquicia 2013

COSMETICAR

Descripción Cosmeticar es la empresa líder en Europa en el lavado ecológico de coches a domicilio. Cosmeticar solo utiliza productos biodegradables que permiten lavar el vehículo sin agua y sin riesgo de polución, con el objetivo de un mayor cuidado del medio ambiente. El concepto Cosmeticar le ofrece la garantía de una inversión de calidad con el apoyo y el soporte de una red internacional.

Inversión Desde 6.000 €

País de origen Francia

Creación de Empresa 2003

Creación de Franquicia 2009

AUTONET&OIL

Descripción AutoNet&Oil es una franquicia de gasolineras quality low cost que ofrece al cliente combustible de calidad a muy buen precio. Sus gasolineras están siempre atendidas, dando seguridad y apoyo a sus clientes. Su servicio de entrega flexible, le garantiza una solución adaptada a sus necesidades, porque lo más importante para ellos es estar siempre a disposición de sus clientes.

Inversión 400.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2012

Creación de Franquicia 2014

CEPSA

Descripción Se trata de la primera compañía petrolera privada española. Cuenta con más de 10.000 empleados y tiene su sede en Madrid. Desde su creación en 1929, se ha posicionado como uno de los referentes del sector. Su red cubre todas las necesidades de sus clientes y sus vehículos. Cuentan con más de 1.700 centros de servicio en España y Portugal.

Inversión -

País de origen España

Creación de Empresa 1929

Creación de Franquicia -

EASY FUEL

Descripción Las franquicias Easy Fuel son estaciones de servicio de bajo coste donde todos los procesos están automatizados para ahorrar al cliente gastos y repercutirlo en el precio del carburante, es una oportunidad de negocio, porque hoy en día, a quién no le gustaría echar gasolina más barata. Ofrece soluciones llave en mano que permite la entrada de inversores de forma sencilla.

Inversión 290.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

BALLENOIL

Descripción Ballenoil es una franquicia de estaciones de servicio que nace de la enseña francesa La Ballena Azul, referente dentro del sector de los centros de lavado de vehículos. En Ballenoil cuentan con un concepto innovador basado en un suministro fácil y rápido de combustible de calidad a un precio asequible. Esta enseña entra dentro del rango de precios low cost.

Inversión -

País de origen España

Creación de Empresa 1962

Creación de Franquicia -

BP

Descripción Sus principales actividades son exploración y producción, refinado y marketing y energías alternativas. A través de estas actividades, BP provee combustible para el transporte, energía para calefacción y luz, lubricantes y productos petroquímicos para una variedad de aplicaciones. BP está comprometido con la seguridad, el respeto, la excelencia, el valor y un único equipo.

Inversión Desde 80.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1909

Creación de Franquicia 1990



DETAILCAR

Descripción Detailcar, el especialista en limpieza y renovación de coches sin agua te ofrece un servicio innovador de limpieza de tu coche. Su prioridad es considerar tu coche como a ti mismo, tu coche es tu imagen. Con su sistema no dañan la pintura de tu vehículo, sus profesionales le realizarán toda la limpieza a mano.

Inversión Desde 8.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2008

ECOLINE WASH

Descripción El afiliado, que es independiente y responsable, con una gran voluntad de éxito y crecimiento, inmediatamente empieza a formar parte de una red en la que se comparten ideas, información y posibles problemas. La voluntad de crecer y el deseo de desarrollar de la mejor manera y con satisfacción el trabajo propio representan el concepto y el modus operandi de su red.

Inversión 15.000 €

País de origen Italia

Creación de Empresa 2008

Creación de Franquicia 2011

ESTACIONES TAIGO

Descripción Estaciones Taigo es un concepto diferente de estación de servicio. Su principal característica es ofrecer el combustible a precios moderados, sin renunciar al trato con el cliente, y ofrecerles los servicios que espera encontrar en una gasolinera. El método de franquicia favorece una rápida expansión, así como un establecimiento firme de la marca, que ofrece seguridad al cliente.

Inversión Desde 180.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2012

Creación de Franquicia 2014

GASEXPRESS

Descripción Gasexpress la cadena de gasolineras automatizadas, es actualmente uno de los grandes operadores automatizados a nivel nacional y precursor de un novedoso formato de gasolineras, desarrolladas con la más alta tecnología y con la filosofía principal de ofrecer combustible de máxima calidad al mejor precio, las 24 horas del día de una forma rápida y sencilla.

Inversión Desde 350.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2014

Creación de Franquicia 2014

ECOWASH

Descripción Ecowash es la primera empresa de lavado en seco en España para todo tipo de vehículos, mobiliario y embarcaciones. Cuentan con más de 10 años de experiencia ayudando a sus franquiciados a alcanzar sus metas con una empresa sólida, innovadora y segura. Ecowash es un servicio más cómodo para el usuario y queda el coche más limpio que un autolavado.

Inversión 11.200 €

País de origen España

Creación de Empresa 2006

Creación de Franquicia 2006

FAST FUEL

Descripción Un modelo de gasolinera "low cost" que se caracteriza por ofrecer el mejor precio y la máxima calidad en los combustibles y con las mejores condiciones a niveles de inversión para sus franquiciados, permitiendo a sus franquiciados posicionarse en una situación de privilegio dentro del sector. Nace con el objetivo de ofrecer los mejores precios del mercado.

Inversión Desde 200.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2014

Creación de Franquicia 2015

LA BALLENA AZUL

Descripción La Ballena Azul cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector del lavado del automóvil. Su modelo de negocio se basa en ser rápido, económico y seguro. La tecnología que usan en los lavados de alta presión, permite rentabilizar cada gota de agua que se gasta, puesto que el cliente decide dónde y cómo hay que aplicar el chorro.

Inversión Desde 120.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1962

Creación de Franquicia 1994



ELEFANTE AZUL

Descripción Elefante Azul es una franquicia de centros de autolavado que cuenta con una imagen de marca de gran reconocimiento. Sus instalaciones se caracterizan por ser funcionales, prácticas y limpias. Una red de más 100 centros de lavado Elefante Azul está a tu disposición en España y otros 11 países europeos.

Inversión Desde 100.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1964

Creación de Franquicia 1989

LAVA LAVA EL DELFÍN

Descripción El concepto de Lava Lava el Delfín, está concebido para que usted mismo lave su vehículo, poniendo a su alcance toda la tecnología necesaria para lograr un perfecto acabado. La franquicia Lava Lava el Delfín, por su experiencia, conoce los factores a tener en cuenta para rentabilizar los centros de lavado. Su imagen, un divertido Delfín y su estructura de acero inoxidable.

Inversión Desde 360.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1995

Creación de Franquicia 2000

LIMPOINT

Descripción Limpoint es una empresa de limpieza ecológica que no utiliza ni gota de agua, especializada en la limpieza, higienización y desinfección de todo tipo de vehículos, alfombras, sofás, colchones bien de tela o de cuero, etc. Además de la limpieza de vehículos, tanto exterior como interior, limpian también caravanas, embarcaciones y aeronaves.

Inversión Sin coste de franquicia

País de origen España

Creación de Empresa 2010

Creación de Franquicia 2010



LIMPOMOBILE

Descripción Limpomobile ofrece servicios de limpieza ecológica a domicilio sin utilizar agua, con el objetivo de cuidar el medio ambiente. Entre sus servicios destaca la limpieza a domicilio de vehículos (tanto de forma exterior como interior) desinfección y la limpieza en el hogar, tapicería, embarcaciones y autocaravanas.

Inversión Sin coste de franquicia

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

NAFTÉ

Descripción Compañía nacida en Zaragoza en el año 2013, cuya misión es ofrecer una estación de servicio alternativa a las cadenas de distribución dominantes del sector, ofreciendo un producto de máxima calidad al mejor precio. Cuentan con gran experiencia en otros sectores relacionados con los derivados del petróleo y la energía. Su misión es ofrecer una estación de servicio alternativa al sector.

Inversión -

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2018-2019

PETROESPAÑA

Descripción Petroespaña provee un modelo cercano y muy rentable a inversores que no provienen del mundo de los carburantes. A partir de estos conceptos, ofrece a sus clientes los requisitos necesarios para abrir una gasolinera low cost. Esta fórmula ha permitido una reducción de los costes de una forma muy importante, revolucionando el sector de una manera imparable.

Inversión Desde 195.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1989

Creación de Franquicia 2013

OPTYME SELF SYSTEM

Descripción Optyme es la nueva referencia de las gasolineras del futuro. Es un negocio rentable para cualquier inversor, porque la tendencia del mercado de los carburantes es la de reconvertirse en estaciones de servicio como Optyme. Su modelo de negocio atiende los requisitos fundamentales que una estación de servicio ha de tener para ser rentable.

Inversión 275.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2013

Creación de Franquicia 2013

RENICAR

Descripción Convertido recientemente en franquicia, es un nuevo concepto de limpieza para vehículos, cuyo sistema nada tiene que ver con un lavadero tradicional. Además de hacerse totalmente a mano bajo un riguroso proceso de limpieza e higienización, está totalmente comprometido con el medio ambiente porque su sistema de limpieza es ecológico y no deja residuos contaminantes.

Inversión 19.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2012

Creación de Franquicia 2013

REPSOL

Descripción La compañía Repsol es una multinacional energética y petroquímica española, con sede social en Madrid, que fue fundada en octubre de 1987. Se trata de uno de los líderes en la venta de carburante a nivel mundial. Opera en más de 40 países y cuenta con más de 3.100 estaciones de servicio en España. Se caracterizan por contar con estaciones de servicio de calidad.

Inversión Desde 15.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 1927

Creación de Franquicia -

ROGOMÓVIL

Descripción En Rogomóvil ofrecen desde 1998 un servicio de altísima calidad en acondicionamiento y limpieza de vehículos para profesionales del sector, principalmente en concesionarios oficiales. Su misión es incrementar el valor del producto de sus clientes profesionales, gracias a una relación excepcional entre calidad y bajo coste, consiguiendo satisfacer las expectativas de sus clientes finales.

Inversión 16.420 €

País de origen España

Creación de Empresa 1998

Creación de Franquicia 2017

TOP CLEAR

Descripción Según cifras del sector, el mercado del lavado de vehículos en España puede cuantificarse alrededor de los 400 millones de lavados al año, de los cuales aproximadamente el 40% se hacen en lavados automáticos y el 60% restante los hacen los particulares ellos mismos, estos últimos usuarios son la población objetivo de Top Clear y en los que se fija la marca en sus acciones de marketing.

Inversión 10.000 €

País de origen España

Creación de Empresa 2007

Creación de Franquicia 2012

WASH & COFFEES

Descripción Es una empresa dedicada a la estética y reacondicionamiento del automóvil. Forman a todo su equipo para realizar las tareas eficazmente respetando los deseos del cliente. Respetan el medio ambiente mediante el uso de productos biodegradables y consumo optimizado de agua. Se trata de una franquicia de lavado de automóviles diferente y en continuo crecimiento.

Inversión Desde 9.900 €

País de origen España

Creación de Empresa 2015

Creación de Franquicia 2015

QUIÉN ES QUIÉN

ALVATOWASH



Responsable Alicia Coronel Campos
alicia.coronel@alvato.es
Establecimientos totales 38

AUTONET&OIL



Responsable Ricard Prats
marketing@autonet24.net
Establecimientos totales 15

CENTROWASH



Responsable Ginés Gómez Salinas
centrowash@centrowash.com
Establecimientos totales 5

COSMETICAR



Responsable Christian Petronin
madrid@cosmeticar.com
Establecimientos totales 2

DETAILCAR



Responsable Nicolas Kanngiesser
exito@detailcar.es
Establecimientos totales Más de 125

ECOWASH



Responsable Adrián Martel González
adrianmg@ecowash.es
Establecimientos totales 32

ELEFANTE AZUL



Responsable Ricard Prats
marketing@autonet24.net
Establecimientos totales 65

FAST FUEL



Responsables Marcos Tejeda / Diego López
marcos@fastfuel.es / diego@fastfuel.es
Establecimientos totales 13

GASEXPRESS



Responsable Jorge Pomar
jorge.pomar@gasexpress.es
Establecimientos totales 40

LIMPOINT



Responsable Iñigo González
inigo@limpoworld.com
Establecimientos totales 7

LIMPOMOBILE



Responsable Iñigo González
inigo@limpoworld.com
Establecimientos totales 7

PETROESPAÑA



Responsable Fernando Tomás Lorenzo
petroespana@petroespana.es
Establecimientos totales 3

RENICAR



Responsable Fernando Garcia Merino
montmelo@renicar.es
Establecimientos totales 4

ROGOMÓVIL



Responsable Mª de los Ángeles González
rogomovil@franquicia.info
Establecimientos totales 14

TOP CLEAR



Responsable David Gamindez
info@ceicar.es
Establecimientos totales 4

ÚNETE a la red de franquicias que triunfa EN TODO EL MUNDO



Dirige tu propio centro de enseñanza HELEN DORON ENGLISH

2.000.000 alumnos - 35 países - 900 centros - 4.500 profesores - 30 años de experiencia

Consulta todas las ventajas

Solicita más información

helendoron.es/franquicias

No te pierdas el
próximo número de
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:

Alberto Guerra

Andrés Álvarez

Diseño y Maquetación:

Mario Cabrero

Publicidad:

Ana Chouza

Gloria Periañez

con la colaboración de **Tormo Franquicias**

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.