

# ESPACIO <sup>14</sup> *franquicia*

Una publicación de  
**fh** franquiciashoy

## HOSTELERÍA & RESTAURACIÓN

**RESTAURACIÓN, EL BUQUE  
INSIGNIA DE LA FRANQUICIA**

### ◆ **REPORTAJE**

Conoce las 189 enseñas del sector que suman más de 7.000 unidades de negocio.

### ◆ **ENTREVISTAS**

Entrevistamos a diferentes personalidades de distintos grupos del sector como Rodilla, Restalia, Beer&Food y al Director de HIP.

### ◆ **¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL SECTOR?**

Conoce a los protagonistas de las franquicias de hostelería y restauración.

### ◆ **DIRECTORIO**

Descubre el directorio más completo de sector de restauración.

## — ÍNDICE —

### NOTICIAS

3

La actualidad más representativa del sector de hostelería y restauración.

### REPORTAJE SECTOR

6

El sector de hostelería y restauración está formado por diversos subsectores que tratamos en el amplio reportaje del interior, en el que también se analiza en profundidad la evolución de este segmento de la franquicia.

### CLAVES DEL SECTOR

21

Conoce las principales claves de éxito del buque insignia de la franquicia, el sector de hostelería y restauración.

### RANKING

22

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

### ENTREVISTAS

26

Entrevistamos a diferentes personalidades de distintos grupos del sector como Rodilla, Restalia, Beer&Food y al Director de HIP.

### REPORTAJES EMPRESAS

36

Echa un vistazo a esta sección y conocerás multitud de marcas del sector y sus oportunidades de negocio.

### ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL SECTOR?

42

Conoce a los protagonistas de las franquicias de hostelería y restauración.

### DIRECTORIO

48

Descubre el directorio más completo del sector de restauración.

## NOTICIAS

### DELIVEROO abre su primer restaurante físico en Hong Kong

#### El próximo paso del delivery

Deliveroo, la app móvil especializada en repartos de comida a domicilio, ha inaugurado el primer local físico de la compañía en la ciudad china de Hong Kong. La marca da un paso más en su estrategia de expansión con la apertura de este nuevo espacio culinario.

El nuevo establecimiento supone un nuevo hito para el sector delivery aspirando a convertirse en un espacio de trabajo compartido para cinco restaurantes locales por que, gracias a este proyecto tendrán presencia y formarán parte de este reto de Deliveroo para comprobar si tiene cabida dentro del mercado chino.

La tienda, bautizada como Deliveroo Food Market, acogerá a los restaurantes Beef and liberty, Linguini Fini, Pololi, Pizza express y Crystal Jade. Todos ellos ostentan un reconocimiento en la ciudad con lo que se espera que este modelo pueda resultar fácilmente replicable si resulta tener acogida por lo que esta oportunidad es muy valiosa para medir dichas posibilidades.

El valor añadido que el nuevo establecimiento otorgará a todos sus clientes será la posibilidad de mantener un concepto híbrido para todos sus comensales ofreciendo la posibilidad de disfrutar de una experiencia física o la oportunidad de pedir a domicilio a través de su app entre una gran variedad de opciones donde los fideos de Shanghai o el pescado hawaiano serán unos de los platos estrella.

Este nuevo concepto de Deliveroo ya se une al de otras grandes empresas, como Amazon o Alibaba quienes ya han afrontado este nuevo reto con las aperturas de sus primeras tiendas físicas desde hace un tiempo.

Con esta revolución, Deliveroo actualmente valorada en más de dos mil millones de euros y con presencia en más de trece países, ha iniciado la transición a una nueva tendencia en el mercado como son los restaurantes virtuales bajo una app móvil que permitirá a sus competidores una posibilidad de reinversión continua que sin lugar a dudas favorecerá al comensal.



EDUARDO TORMO

Fundador y Director General de Tormo Franquicias Consulting

#### ASPECTOS CLAVE PARA FRANQUICIAR UN NEGOCIO DE HOSTELERÍA

El sector de hostelería es uno de los más avanzados y desarrollados de la franquicia. También donde mayor competencia existe, pero donde mayores oportunidades hay. Estamos en un momento donde el sector de la restauración y hostelería se encuentra en nuestro país en un claro proceso de transformación. Los modelos de negocio anticuados y poco eficientes están dando paso a modelos más profesionalizados. En este entorno es importante destacar que el sector restauración requiere unos determinados condicionantes que es importante conocer.

- **Franquiciar sólo un negocio de éxito:** El éxito debe medirse en franquicia en una doble vertiente; en atracción de los clientes y en rentabilidad.
- **Diferenciación:** Un negocio de hostelería tiene que aportar diferenciación frente a otros negocios.
- **Proveedores homologados:** La gestión de determinados proveedores es la que asegura un adecuado suministro.
- **Calidad de producto, calidad de servicio:** Son fundamentales y deben garantizarse en todo momento.
- **Entorno y decoración:** En un negocio de hostelería es vital la ubicación y la experiencia del cliente es uno de los pilares del éxito del negocio.
- **Superficie del local:** Debemos estimar y analizar las necesidades mínimas de superficie en metros cuadrados para cada nuevo local.
- **Orientación al inversor o autoempleo:** Debemos definir previamente quién es nuestro cliente en el momento de expandirnos en franquicia.
- **Inversión a realizar:** Debe determinarse claramente y adaptarse en función del apartado anterior.
- **Formación y selección de franquiciados:** Es la base del éxito de todos aquellos franquiciadores.

En el sector de restauración además de las tradicionales enseñas se dan cita un número de grupos empresariales en constante crecimiento y búsqueda de nuevas marcas que incorporar en su portfolio.

## ESPACIO franquicia

Espacio Franquicia es la revista online de Franquicias hoy.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 Hostelería y Restauración.

## NACE ALSEA EUROPA

**Tras la adquisición de Grupo Vips y su integración con Zena-Alsea en España, Portugal y Andorra, Rafael Herrero es nombrado Director General de Alsea Iberia para consolidar la integración y desarrollo.**

Nace Alsea Europa. Su creación refleja la ambición del grupo de origen mexicano - quinto operador mundial de la restauración organizada multimarca y multimercado - de convertirse en el principal operador europeo apostando por su liderazgo y crecimiento en el continente.

### Construyendo las bases de Alsea en Europa

Con la compra de Zena en 2014 y Grupo Vips en 2018, se sientan las bases de un ambicioso proyecto europeo que, junto con la reciente adquisición de los derechos para operar Starbucks en Francia y Benelux, completan esta primera fase de operaciones estratégicas y afianzan la presencia del grupo en 7 mercados europeos (España, Portugal, Andorra, Francia, Países Bajos, Bélgica y Luxemburgo).

Alsea Europa gestiona un portfolio de 10 enseñas comerciales (Starbucks, Foster's Hollywood, VIPS, Domino's, Ginos, Burger King, Fridays, Cañas y Tapas, LAVACA y Wagamama), con más de 1.300 restaurantes y tiendas, da empleo directo a más de 23.000 colaboradores y alcanza una facturación superior a 1.000 millones de €.

Al frente de este proyecto se ha nombrado a Federico Tejado como CEO de Alsea Europa. Tejado ha desarrollado una amplia carrera dentro de la compañía desde 1.997, siendo uno de los artífices de su importante crecimiento y éxito en estas dos últimas décadas. Ha desempeñado cargos de máxima responsabilidad en Domino's Pizza México, Casual Dining de Alsea y Starbucks México.

Christian Gurría, hasta la fecha Director de Starbucks Francia, se pone al frente de la gestión de Starbucks para Francia y Benelux reportando a Federico Tejado desde la sede en París.

### Alsea Iberia, grupo líder de restauración organizada del mercado ibérico

Rafael Herrero forma parte de la compañía desde 2008. Ha sido Director Financiero hasta 2015, cuando pasó a asumir la Dirección de Zena tras la compra mayoritaria por parte de Alsea. Herrero estará al frente de Alsea Iberia con presencia en tres mercados (España, Portugal y Andorra) y dirigirá el portfolio de diez de las marcas comerciales de restauración más importantes del sector.

### Acerca de Alsea

Alsea es el operador de restaurantes líder en América Latina y España, con marcas de reconocimiento global dentro de los segmentos de Comida Rápida, Cafeterías, Comida Casual, Fast Casual y Restaurante Familiar. Cuenta con un portafolio multi-marcas integrado por Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Chili's, California Pizza Kitchen, P. F. Chang's, Italiani's, The Cheesecake Factory, Vips, Vips Smart, El Portón, Archies, Foster's Hollywood, LAVACA, Cañas y Tapas, Ginos, TGI Fridays y wagamama. La compañía opera más de 4.000 unidades y cuenta con más de 85.000 colaboradores en México, España, Argentina, Colombia, Chile, Francia, Portugal, Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo, Uruguay, Brasil y Andorra.

## TENDENCIAS Y RETOS en restauración para 2019

El sector de la hostelería en España está cambiando a buen ritmo y la evolución de la tecnología se empieza a notar en los negocios de restauración; los propietarios comienzan a darse cuenta de que la ayuda digital es beneficiosa tanto para la gestión de sus locales como para la captación de clientes o la fidelización de los que ya lo son.

Storyous el primer sistema de gestión y control de la información diseñado exclusivamente para restauración, da a conocer las principales tendencias del sector y cómo la tecnología influye en esta evolución.

- **Generación de experiencia en el comensal:** la hostelería, a día de hoy, tiene que apostar por la innovación para conseguir que el cliente viva una experiencia única. Además, los consumidores quieren saber cada vez más qué es lo que comen, de dónde provienen los alimentos, la ética de su procedencia, si generan impacto ambiental, si son ecológicamente responsables, etc.

- **Impulsar nuevos canales a través de la digitalización** que permitan a los propietarios de los establecimientos conectar con los consumidores a través de dispositivos móviles y de las redes sociales. Ya no solo se come "por la boca"; todo plato es susceptible de ser fotografiado y compartido en redes sociales, a veces más protagonistas que el propio restaurante.

- **Evolución tecnológica:** sin duda, la tecnología está ayudando a los restaurantes a mejorar la eficacia de sus negocios.

- **La gestión más eficiente de los recursos humanos;** gestión adecuada de los turnos, aprovechamiento de las capacidades de cada perfil, contratación de profesionales cada vez más formados y conocedores del sector.

En definitiva, el sector de la restauración se enfrenta a nuevas tendencias y la digitalización es una de las mejores vías para generar esos beneficios entre los propietarios de los negocios hosteleros.

### • Sobre Storyous

Storyous es un sistema TPV especialmente diseñado para hostelería, basado en un software de gestión integral del negocio y en un hardware de estético diseño.



PALOMA BUJ

**COMPAÑÍA DEL TRÓPICO**  
Directora de Marketing & Comunicación

La llegada de un nuevo año siempre va impregnada de nuevas tendencias y nuevos retos en el sector de hostelería y restauración. Su conocimiento es clave para mejorar cada día, diferenciarnos y destacar por encima de la competencia.

### LA EXPERIENCIA MÁS ALLÁ DEL PRODUCTO

El cliente no sólo quiere saborear un plato, sino también vivir una experiencia, su propia y especial aventura junto a la marca. Por ello, el éxito está en los detalles, desde un servicio impecable, un uniforme que llame la atención, una vajilla que cautive o un interiorismo que encante.

### CUIDARSE COMIENDO FUERA DE CASA

Salir a comer fuera y cuidarse parecía tarea imposible hasta hace unos años, pero lo saludable es tendencia. Las cartas de los restaurantes se llenan de ingredientes y superalimentos beneficiosos para la salud. En los últimos meses, Panaria ha introducido pokes, batido con açaí o tostas con aguacate que buscan cuidar al cliente sin dejar de lado el disfrutar y descubrir nuevos sabores.

### FORMACIÓN PARA MAXIMIZAR LA EXPERIENCIA DE MARCA

El personal es el principal estandarte de la marca, el altavoz de todo nuestro producto y un elemento clave para que el cliente tenga una experiencia positiva. Como consecuencia, su formación es fundamental, una formación práctica que se adapte a los problemas que surgen cada día en el restaurante para mejorar la atención al cliente y ser resolutivo.

### DELIVERY-A POR LA EXCELENCIA

El principal desafío del servicio delivery se sitúa, no sólo en la rapidez de entrega, sino en garantizar el estado óptimo, la calidad y la buena presentación de los alimentos. El producto debe ser exactamente igual si se consume en el local, en casa o en la oficina.

Sin duda, la principal tendencia y reto es conseguir la excelencia en satisfacer, sorprender y encantar a un cliente informado y exigente.

## LA FRANQUICIA CAÑAS Y TAPAS CELEBRA SU 20º ANIVERSARIO

La franquicia, perteneciente al Grupo Zena Alsea se encuentra de celebración por sus dos décadas de historia en el sector restauración. Para festejarlo, la marca ha preparado una serie de acciones especiales que se irán desarrollando a lo largo del presente año.

Las actividades y acciones a realizar tendrán el propósito de transmitir la esencia de la marca, además de poner en valor la cultura de la caña y el tapeo por medio de diversos concursos artísticos, gastronómicos y sociales que lo fomenten hasta acciones solidarias que contribuyan a potenciar los valores de Cañas y Tapas.

Posicionados como embajadores del tapeo a nivel nacional e internacional, la enseña operada por Zena Alsea, cuenta con 15 establecimientos repartidos por toda la geografía española además de contar con otros 2 locales situados en París y Lisboa.

## REPORTAJE del SECTOR

# Hostelería & Restauración

- EL SECTOR EN DATOS
- EL PAPEL DE LA FRANQUICIA
- TENDENCIAS DEL SECTOR
- LAS FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN

## RESTAURACIÓN, EL BUQUE INSIGNIA DE LA FRANQUICIA

A nivel de franquicia, el sector de hostelería y restauración representa uno de los principales focos de atención para todas las tipologías de público registradas en el mercado, pudiendo encontrar un alto nivel de oferta y demanda en comparación con otros sectores punteros. La consolidación del modelo de franquicia y el servicio delivery, han sido algunas de las principales claves que han favorecido este crecimiento que viene produciéndose de manera exponencial durante los últimos años.

### EL SECTOR EN DATOS

Durante el ejercicio 2018, el sector restauración en España cerró con un crecimiento del 2,1% respecto al período anterior. Aunque pueda generar la impresión de que es una cifra quizás, poco representativa, se traduce en un incremento de 36.736 millones de euros para este segmento, según la última investigación de mercado elaborada por el grupo NPD.

Según el mismo estudio, el tráfico de clientes registró un incremento del 1% respecto a 2017 suponiendo un total de más de 71 millones de visitas registradas hasta alcanzar los 7.450 millones. El gasto medio por comensal aumentó un 1,1% más, equiparándose a los registros alcanzados en 2008, antes del comienzo de la crisis, cuando el sector contaba con unos 4.93 € de media por cada visita.

---

**“Durante 2018 de manera directa e indirecta, especialmente a través de la restauración organizada se ha generado más de 88.000 nuevos puestos de empleo indirectos como consecuencia de las altas cifras de facturación del sector”.**

---

El informe también arroja resultados sobre los restaurantes de servicio rápido o QSR según sus siglas en inglés, que percibieron un crecimiento del 3% en ventas además de un 1,3% de tráfico más que el total de mercado mientras que, por otro lado, los restaurantes de servicio completo elevaron un 1,2% su facturación respecto al curso anterior, demostrando las tasas consolidadas del marco restauración.

La creación de empleo es otro de los puntos clave que ha visto favorecido su crecimiento durante 2018 de manera directa e indirecta, especialmente a través de la restauración

organizada generando más de 88.000 nuevos puestos de empleo indirectos como consecuencia de las altas cifras de facturación del sector o como los más de 3.000 millones alcanzados durante el curso pasado. Todo ello, ha generado un impacto final de 240.000 cargos entre ambos niveles, según el anuario de restauración organizada elaborado por KPMG. Por otra parte, el estudio concluye que las perspectivas para los próximos años, seguirán siendo positivas, lo que se traducirá en un aumento de la contratación.

### EL PAPEL DE LA FRANQUICIA

Según el último informe elaborado por Tormo Franquicias Consulting en este segmento de mercado operan 189 enseñas con un total de 7080 unidades de negocio. Todas estas franquicias han facturado un total de 4.300 millones de euros, situando a las insignias de comida rápida, como las que mayor registro han conseguido con una cifra de más de 959.502 € de facturación media frente a una inversión de 563.161 € en esta tipología de negocio.

La inversión total alcanzada por todo el sector ha sido de más de 1980 millones de €. Situando a las enseñas de Comida Rápida e Italianos como las que mayor nivel de inversión requieren con 901 y 244 millones respectivamente. La creación de empleo sitúa nuevamente al subsector de comida rápida como que mayor número de puestos de trabajo genera con un total de 17.440 empleos creados.

Según el mismo estudio, los subsectores que mayores registros han alcanzado en su facturación media son los restaurantes en red de franquicias con 795.550 € y los italianos con 780.235 € frente a una inversión de 336.701 y de 546.591 respectivamente.

### TENDENCIAS DEL SECTOR

Algunas de las claves que han definido el ecosistema de la restauración y hostelería pueden enmarcarse dentro de un sector donde impera la alta competitividad, vislumbrando insignias y redes ampliamente estructuradas que compiten entre sí, por ofrecer un valor añadido al consumidor final, quedando plasmado en nuevos modelos de negocio.

Los restaurantes temáticos o saludables, el servicio delivery o la inclusión de nuevas experiencias culinarias como las presentadas en los food truck o freestanding, han gestado una fuerza creciente en el mercado gastronómico español estando en boga de todos los emprendedores vinculados al sector.

### • Delivery & healthy food

A medio-largo plazo las perspectivas de innovación que podremos encontrar en el sector Horeca según los expertos, son diversas, focalizando varias macrotendencias a nivel internacional pero que también tendrá presencia en nuestro país, por una parte, la omnicanalidad a través de servicios como el take away y el delivery se verán más consolidados generando gran cuota de mercado. En Reino Unido ya han desarrollado nuevos conceptos como las Dark Kitchen donde los restaurantes carecen de camareros con el objetivo de ampliar sus cocinas de forma exclusiva para el servicio delivery.

---

**Las Dark Kitchen son restaurantes que carecen de camareros con el objetivo de ampliar sus cocinas de forma exclusiva para el servicio delivery.**

---

La influencia de la comida saludable entre los consumidores es una tendencia ya arraigada en su carta de pedidos incluso estando dispuestos a pagar un porcentaje superior si se trata de un servicio delivery saludable. Según una encuesta realizada por My Cuistot, empresa especializada en la elaboración de comidas saludables, un 35% de los españoles estaría dispuesto a pagar un 20% por productos “Healthy” que no ofrezcan sus proveedores habituales.

Cualquier momento es bueno para pedir comida a domicilio, según el último gastrómetro elaborado por Just-Eat la principales situaciones en la que acudimos a un servicio de comida domicilio van desde estar de planes con amigos (26%), los días lluviosos (25%), citas con la pareja (23%); viendo un partido de fútbol (9%) o alguna serie (8%) además de cuando se está de exámenes (5%) o incluso en el trabajo (4%).

### • Redes Sociales

Las redes sociales han definido una nueva pauta a seguir para toda enseña de restauración, convirtiéndose en una necesidad de gran calado para la promoción de todos los negocios. La reputación social va en aumento y cada vez más, los consumidores requieren de una referencia sea a través de las opiniones de otros usuarios o líderes de opinión que les incentive a consumir un determinado producto.

Según el último anuario de KPGM y NPD sobre Restauración Organizada en España indica que el 24% de los directivos de marcas de restauración señalan la creciente influencia de las redes sociales y, especialmente los comentarios de otros clientes como un factor de influencia en la transformación digital de la empresa.

---

**KPGM y NPD indican que el 24% de los directivos de marcas de restauración señalan la creciente influencia de las redes sociales.**

---

### • Digitalización

Otra de las líneas que podremos dilucidar tendrá que ver con el potenciamiento de la Inteligencia Artificial aportando una customización a nivel usuario hasta ahora no detectada. Cada vez encontramos más próximo un futuro alusivo al film Minority Report donde la personalización en base al estilo y gustos del usuario estén presentes los 7 días de la semana las 24 horas al día.

La implementación de tecnologías como el Big Data es ya una realidad latente en numerosas empresas del sector,

con el propósito de adelantarse a las necesidades del cliente, así como de la optimización de sus recursos traduciéndose como no, en un aumento considerable de sus ventas, reputación e innovación frente al modelo tradicional.

La capacidad que brinda el análisis de datos para cualquier estrategia de negocio, genera una oportunidad de diseñar experiencias más personalizadas para cada cliente, desde la creación de nuevos platos o cartas en función del rendimiento generado, a mejorar la estrategia comercial y modelo de negocio que garantice unos índices superiores a los marcados por la competencia.

Un claro ejemplo de cómo el uso de la tecnología puede ayudar en el día a día de una cadena de restaurantes puede ser el tratamiento del desperdicio de alimentos. España es el séptimo país de la UE en desperdicio de alimentos y gracias a herramientas de gestión de inventario como NBO MenuLink de NCR permiten al empresario reducir el número sobrantes de alimentos, así como valorar factores como la climatología y cómo esta afecta al número de platos vendidos. De esta manera, a nivel de franquicia o de restaurante independiente se contribuirá a mejorar sus capacidades y recursos con el fin de reinvertirlos en beneficio de su propia empresa.

### • Eatment

Este concepto proveniente de Reino Unido, se ha introducido ya en varios centros comerciales del país permitiendo potenciar la experiencia del comensal fusionando la gastronomía con el ocio, a través de una oferta donde el restaurante permite a sus clientes tras la cena, bailar, cantar en karaoke, tomar copas o realizar divertidos juegos en el mismo establecimiento. Así mismo, esta tipología de locales se identifica por disponer de espacios destinados para los instagramers donde puedan dar rienda suelta a su creatividad food.

La tendencia va encaminada a ofrecer en determinadas tipologías de restaurantes, “menos comida” y aportar más experiencia al cliente a través de comida multisensorial o narrativa siendo un concepto gratamente valorado por muchos comensales haciendo referencia a los grandes restaurantes de Estrella Michelin.

### • Conciencia Medio Ambiental

La preocupación por el cambio climático representa cada día más un decisor definitivo para un alto porcentaje de consumidores, queriendo conocer la procedencia, impacto medioambiental o responsabilidad social de cada enseña. Por ello, ya son muchos los grupos empresariales, que remodelan su filosofía empresarial con el objetivo de formar parte de este cambio que contribuya a revertir en la medida de lo posible esta catástrofe medioambiental.

---

**La tendencia es menos comida y más experiencia.**

---

### • Modelo Kid Friendly

Tras perfilar algunas de las posibles tendencias de mercado orientadas a la personalización y adaptación de la marca al cliente no dejamos pasar por alto una que, para algunos expertos del sector, se vislumbra como una de las tendencias que más peso obtendrá. Hablamos del modelo Kid Friendly.

El público infantil, se verá afectado de manera positiva especialmente por los restaurantes temáticos donde encontrarán los elementos de entretenimiento, menús y protocolo adaptado a la medida de este pequeño público logrando fidelizar a su entorno familiar.

Dentro del entorno de la hostelería y restauración, podemos diferenciar hasta 8 sectores principales que aglutinan el grueso de empresas del sector. A continuación, detallamos las claves y estado actual de situación:



## LAS FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN REAFIRMAN SU CRECIMIENTO EN EL SECTOR

El sector restauración, se conforma como una de las apuestas más seguras a nivel de franquicia con un crecimiento constante. A día de hoy son 189, las principales enseñas que operan en él, englobando más de 7080 unidades de negocio que en conjunto alcanzan más de 4.301 millones de € en facturación y generan más de 56.856 puestos de trabajo. El nivel de confianza por parte del emprendedor se ha visto consolidado y como consecuencia de ello, comprobamos los nuevos conceptos de negocio generados entre los diferentes subsectores de la restauración.

Uno de los cambios vislumbrados durante estos años ha sido la reinención dentro de muchos modelos tradiciona-

les que han encontrado en la franquicia una nueva vía de conectar y crecer de forma exponencial con el consumidor final quien ha día de hoy demanda de forma recurrente nuevas experiencias, sabores y creatividad a nivel culinario como consecuencia de esta oferta.

Esta transición de negocio se ha visto favorecida por múltiples tendencias del sector, como el auge del sector delivery o el inicio de las Dark Kitchen por medio de las nuevas aplicaciones móviles. A nivel de compañía, la digitalización y el uso de las nuevas tecnologías definirán las nuevas herramientas de cara a los próximos años como la estrategia y nueva hoja de ruta a seguir por las enseñas.

El objetivo que cada franquicia debe tratar de alcanzar en este mercado, es saber otorgar un valor añadido al cliente final además de transmitir su know-how a nivel de compañía. Por un lado, la responsabilidad social corporativa supondrá uno de los valores y filosofía más directa de conexión con el cliente final. El uso de nuevas tecnologías dentro del establecimiento se convertirá en el nuevo aliado de todo negocio de restauración. Herramientas como Storyus facilitan al empresario la posibilidad de conocer toda la gestión del local, cliente y almacén con el fin de tener un control total de su negocio.

### SITUACIÓN DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA EN ESPAÑA

Sector	Redes	Establecimientos	Facturación	Inversión	Empleo
Comida Rápida	21	1.600	1.535 M. de €	901 M. de €	17.440
Hamburgueserías	11	184	86 M. de €	24 M. de €	1.525
Cervecerías y Tapas	26	1.053	565 M. de €	229 M. de €	8.213
Restaurantes	16	495	394 M. de €	181 M. de €	4.464
Italianos	8	446	348 M. de €	244 M. de €	5.129
Pizzerías	15	989	662 M. de €	191 M. de €	8.110
Asiáticos	9	114	57 M. de €	24 M. de €	513
Cafeterías	35	574	160 M. de €	58 M. de €	3.961
Panaderías-Pastelerías	19	815	250 M. de €	75 M. de €	3.586
Yogurterías	7	300	68 M. de €	16 M. de €	1.151
Heladerías	22	510	176 M. de €	37 M. de €	2.764

# Preparamos tu negocio de hostelería para que puedas crecer a través de franquicias

**+ de 100**

Proyectos de hostelería en franquicia

**+ de 800**

Aperturas

**+ de 20**

Años de experiencia

Tanto si posees una empresa de restauración temática o especializada, fast food, cafetería, heladería o cualquier otro concepto, te asesoramos sobre la mejor manera de franquiciar tu negocio.

Contacta con nosotros en el teléfono **911 592 558**

y en el email [lacosta@tormofranquicias.es](mailto:lacosta@tormofranquicias.es)

**TORMO**  
**FRANQUICIAS**  
Consulting

# Comida Rápida

Las franquicias de comida rápida concentran un gran porcentaje dentro del sector de la hostelería y restauración. Su crecimiento y representación es constante, además de ser la tipología de negocio con mayor facturación afectando positivamente a la creación de empleo.

El subsector fast food lidera la tercera posición del crecimiento dentro del mercado de la Hostelería y Restauración, aunando las cadenas de mayor competitividad de todo el mercado. Así mismo, es el subsector que mejores cifras de facturación y crecimiento ha obtenido durante y después de la crisis.

Aglutina 21 enseñas y más de 1600 establecimientos generando una facturación media de 959.502 € frente a

una inversión de 563.161 € además de ser el que más puesto de trabajo crea con más de 17.440. según el último estudio publicado por Tormo Franquicias Consulting.

La restauración organizada, acapara el mayor porcentaje de las visitas, concentrándose en las grandes ciudades de forma mayoritaria. Las ventas de la restauración organizada crecieron a un ritmo superior al 8% durante 2018

según declaraciones de Carlos Pérez Tenorio, presidente de Marcas de restauración España.

Principalmente, los grandes grupos son los que controlan la mayor cuota de mercado entre los que podemos mencionar a Zena Alsea, Am Rest, Res-talia; Eat Out Group o Compañía del Trópico, por ejemplo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Anatolia kebabs y pizzas	9	Desde 40.000 €
Arepa Mia	1	Desde 27.300 €
Arepaole	12	45.000 €
Bocalamar	1	20.000 €
Brasa Away	4	Desde 15.990 €
Burger King	440	600.000 €
Don G	13	350.000 € (Canon de entrada)
Freiduría Fish&go!	1	59.000 €
Fresc&Co	13	24.000 € (Canon de entrada)
Guacamole Mexican Food	1	31.800 €
Kentucky Fried Chicken	67	600.000 €
KOC, The King Of Chicken	1	Desde 26.000 €
Mc Donald's	503	900.000 €
Nachos Tomasa	3	Desde 60.000 €
Nostrum	126	68.000 € + Obra
Pans & Company	190	Canon + Local
Rodilla	98	300.000 €
Subway	54	130.000 €
Taco Bell	50	Desde 1.090.000 €
Tako-Away	12	Desde 12.000 €
WyCo Restaurants	1	85.000€ /120m <sup>2</sup>

Fuente: Tormo Franquicias



# Hamburgueserías

Un sector que viene gestando un crecimiento constante en los últimos años. Las franquicias de hamburguesas han puesto gran énfasis en cada uno de sus productos, tratando de ofrecer al cliente la mejor gama, con un gran valor añadido que satisfaga todos los paladares aumentando su estatus culinario.

Las franquicias de hamburgueserías continúan siendo uno de los subsectores con mayor crecimiento a nivel gastronómico y con un amplio número de aperturas en nuestro país durante los últimos años. Su facturación media ronda los 693.361 € frente a una inversión de 195.661 € según el último informe de Tormo Franquicias Consulting. A nivel de servicio a domicilio, se sitúa como el segundo producto más demandado, según datos del último congreso de Orece organizado por AECOC.

Desde que se produjera el desembarco de las grandes enseñas americanas en España con la introducción de Five Guys, en 2017 o Carl's Jr. el pasado

2018 por ejemplo, ha significado la consolidación de una cultura entorno a un producto considerados por muchos "gourmet" apareciendo de este modo un sin fin de nuevas enseñas que a día de hoy son un referente de visita obligatoria para los amantes de la carne, tales como: Sublime, Steak Burger o The Black Turtle entre otras.

Los fondos de inversión también han visto un filón por el que apostar descubriendo así los casos más sonados de este panorama protagonizados por la adquisición del fondo L. Catterton de Goiko Grill por 150 millones de € o del propio Amrest de la cadena de hamburguesas Bacoa.

La introducción de la figura de reconocidos Chefs en este subsector, es una tendencia cada día más en alza por muchas de las antiguas referencias de las franquicias de hamburguesas quienes ven en estos líderes gastronómicos las nuevas líneas de la innovación de este producto tan codiciado.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Carl's Jr	8	Desde 600.000 €
Goiko Grill	60	Sin especificar
Home Burger	5	260.000 €
La Pepita Burger Bar	7	De 900 a 1.300 €
Peggy Sue's	11	Desde 100.000 €
Steak Burger	7	200.000 €
SteaknShake	1	500.000 €
Sublime Dreams Food	7	700-900€/m <sup>2</sup>
Tate's Burger	13	70.000 €
The Black Turtle	8	Mínima de 190.000 €
The Good Burger	140	Local + Canon

Fuente: Tormo Franquicias





# Mejor HAMBURGUESERÍA GOURMET

unida al mundo  
**FITNESS**



Franquicia invitada en  
**La Arnold Classic Europe 2018**

(Arnold Schwarzenegger también comió una hamburguesa Sublime).

Ya tenemos 7 restaurantes abiertos: en Madrid (2), en Murcia (1) y Badajoz (1). Próximas aperturas Alcalá de Henares (Madrid), Valencia y Alicante.

franquicias@sublimedreamsfood.es

## Cervecerías y Tapas

Un sector llamativo para los inversores debido a la alta tradición, demanda y consumo de la tapa en nuestro país. Los iniciadores de este segmento en la franquicia fueron Lizarrán, o Cañas y Tapas, luego se incorporaría 100 Montaditos y la Sureña consiguiendo un crecimiento exponencial durante los años de la crisis.

El subsector de las franquicias de cervecerías y tapas es un mercado casi consolidado ocupando la segunda posición por número de redes en el sector restauración. Cuenta con 26 enseñas principales que aúnan más de 1053 unidades de negocio. Así mismo, es el subsector que más empleo genera después del de Comida Rápida.

El consumo de cerveza fuera de casa ha aumentado un 2% respecto al año

2017, un 5,5% el consumo de las bebidas refrescantes y un 3% la demanda de bebidas frías. Así mismo, la cerveza, se encuentra presente en una de cada cinco visitas del consumidor al sector restauración en España incluyendo el consumo de al menos una cerveza. Una casuística que se duplica en los bares de tapas donde la bebida representa casi la mitad de las consumiciones por comensal, según el estudio de NPD Group.

Según el mismo estudio, la referencia de la cerveza en España simboliza una de las principales consumiciones por usuario de nuestro país representando más del 40% de las solicitudes en los bares de cervecería y tapas y un 30% en los restaurantes de servicio completo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
100 Montaditos	390	C. Entrada + C. Adecuación
Al-Andalus Tapas	14	50.000 €
BaRRa de Pintxos	5	80.000 €
BeerShooter	12	Desde 25.000 €
Cañas y Tapas	15	350.000 €
Casa Camu	5	150.000 €
Central de Pintxos - Malacaña	2	62.000€ (Canon incluido)
Cervecería Tapas Andalucía	1	22.200 €
D´Tablas	7	15.000 €
Dehesa Santa María	13	12.000 €
El Puñaíto	2	25.000 €
Karakol Cervecerías	4	60.000 € (Canon Incluido)
Krunch	27	Desde 330.000 €
Kubo King	6	Desde 50.000 €
Kurz & Gut	13	260.000 €
La Andaluza	67	40.000 €
La Garriga	7	Desde 1.300 €/m <sup>2</sup>
La Sureña	110	Local + canon
Lizarran	235	Desde 110.000 €
Más Vermut: Aperitivos y Tapas	1	62.000 € (Canon Incluido)
MasQMenos	30	Desde 140.000 €
Patio San Eloy	10	180.000 €
Taberna del Volapié	60	Desde 140.000 €
Taberna El Papelón	12	Desde 130.000 €
Taco Way	1	26.500 €
Tapaoilé	4	80.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

**ENSEÑAS**  
26

**UNIDADES**  
1.053

**INVERSIÓN**  
229 M. de €

**FACTURACIÓN**  
565 M. de €

**EMPLEO**  
8.213

**FACTURACIÓN MEDIA**  
536.173 €

**INVERSIÓN MEDIA**  
217.892 €

# Restaurantes

Este segmento ostenta un estatus muy importante a nivel franquicia justo después de las enseñas de comida rápida y de cervecerías. Las insignias de este sector priman por su adaptación a la demanda de consumo, ya sea a nivel delivery, take away o por su oferta a cliente final convirtiéndolo en un objetivo atractivo para los inversores.

España ostenta con el título de mayor número de establecimientos por habitantes del mundo. Dispone de "un bar por cada 175 personas" según datos recopilados por la empresa de investigación de mercados Nielsen. La estadística aporta un fiel reflejo de la amplia oferta a la que puede optar el consumidor evidenciando la sana relación que se encuentra en este mercado.

En estos momentos el segmento de restaurantes lo conforman un total de

16 enseñas principales y un total de 495 establecimientos según los datos del último informe de restauración de Tormo Franquicias Consulting.

La facturación media de los restaurantes alcanza los 795.550 € situando a este subsector como el 2º posición del sector de la hostelería y restauración frente a una inversión media de 336.701 €

El modelo de la restauración organizada, registró un crecimiento del 11% durante el pasado año según la última investigación de mercado presentada por NPD Group frente al mercado independiente demostrando que el inversor sigue apostando por el modelo franquicia convirtiéndolo en la opción más consolidada entre los emprendedores.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Abrasador	36	12.000 €
Brasayleña	27	400.000 €
Cantina Mariachi	67	5.000 € - 250.000 €
Fishop	5	200.000 €
Foster's Hollywood	142	525.000 €
La Chelinda	7	Desde 980 €
La Mary Restaurant	36	380.000 €
La Mordida	8	150.000 €
La Tia Juana	2	88.000 €
My Crepe	3	38.000 €
Ñam Restaurante&Bar	7	90.000 €
Pasta City	11	Desde 150.000 €
Ribs, La casa de las Costillas	35	Canon + Local
Skalop	9	18.000 €
Sorsi e morsi	4	150.000 €
Vips Cafeterías	96	Desde 483.000 €

Fuente: Tormo Franquicias



# Italianos

Uno de los sectores líderes en la restauración temática en España. Algunos de los factores que inciden en su popularidad son los precios asequibles, variedad de oferta, utilización de productos frescos unido a la decoración acogedora encontrada en la gran mayoría de las enseñas, conformando así una de las claves de éxito en este subsector.

Las cadenas de restauración italianas son otro de los pilares de los que dispone la restauración siendo el producto más demandado por los servicios de delivery contando con un total de 8 redes principales de franquicia y más de 446 unidades de negocio. Prevalcen los formatos de grandes dimensiones entorno a los 250-300 m2 y una facturación media de 780.235 € frente a inversión media de 546 mil € una de las más altas del sector restauración.

El volumen de facturación alcanzado, ha logrado más de 348 millones de € generando un total de 5.129 empleos, siendo uno de los subsectores que más contribuye a este propósito.

Las franquicias de restauración temática, ofrecen un marco y propuesta gastronómica que genera una buena aceptación por toda clase de público, las cartas inspiradas en la cocina mediterránea típica de Italia a través de sus

pastas, pizzas o carnes por ejemplo son opciones ya consolidadas en nuestra cocina reflejando una respuesta favorable para todos los paladares.

Algunas enseñas, como Ginos, La Piemontesa, La Tagliatella o la Mafía se Sienta a la mesa han podido disponer de una estrategia de expansión favorable por todo el territorio nacional gracias a la buena gestión de su oferta garantizando nivel en relación a la calidad, precio y experiencia aportada al cliente.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Cambalache	14	520.000 €
Ginos	105	410.000 €
La Mafía se Sienta a la Mesa	39	340.000 €
La Nicoletta	9	Desde 250.000 €
La Piemontesa	23	521.000 €
La Tagliatella	212	719.060 €
Muerde la Pasta	24	Desde 500.000 €
O Mamma Mia	24	Desde 150.000 €

Fuente: Tormo Franquicias



# Pizzerías

Las franquicias italianas fueron las precursoras en alcanzar óptimos resultados convirtiendo el modelo de restauración tradicional en un modelo de éxito. Principalmente, una de sus claves es la posibilidad de proporcionar al consumidor un producto de primera calidad a un precio apto para todos los bolsillos, generando una alta demanda a cualquier hora del día.

Las franquicias de pizzerías surgen como consecuencia de los clásicos restaurantes italianos que grande éxitos han cosechado en nuestra gastronomía durante las últimas décadas. Es un modelo de negocio escalable y que permite generar un menor riesgo al emprendedor bajo el modelo de franquicia, donde puede obtener el mejor asesoramiento en todas las áreas de negocio.

Cuenta con una red de 15 franquicias que aúnan más de 989 unidades de negocio alcanzando la segunda mayor

facturación de todo el sector con 662 millones de € además de ser la tercera categoría que más puestos de empleo generan.

Algunos ejemplos de franquicia que han visto favorecido su consolidación y éxito son Low Cost Pizza, Papizza o Roman Pizza entre otros que gozan de alta reputación en su sector. El futuro emprendedor puede encontrar tres tipologías de pizzerías que definen las características de mercado; reconociendo por un lado a las franquicias

de pizzas Low Cost, caracterizadas por su estilo take away y ubicadas en pequeños emplazamientos, a las enseñas especializadas en el corte de la pizza y por último se encuentran aquellas insignias de pizzas clásicas especializadas en un estilo tradicional y gourmet.

Todas ellas se han visto gratamente favorecidas tras la consolidación del modelo delivery a través de las nuevas plataformas móviles.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Cien Pizzitas	8	58.700 €
Domino's Pizza	92	360.000 €
Le Kiosque à Pizzas	1	120.000 €
Low Cost Pizza	4	Desde 90.000 €
Papizza	30	Desde 70.000 €
Pielogy	1	Desde 120.000 €
Pizza Al Cuadrado	4	120.000 €
Pizza Buona	4	Desde 50.000 €
Pizza Hut	22	350.000 €
Pizza Móvil	67	Desde 250.000 €
Pizzería Carlos	59	250.000 €
Pomodoro	89	Desde 80.000€
ProntoPizza	1	Desde 36.000 €
Roman Pizza	12	43.500 €
Telepizza	596	Desde 180.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

ENSEÑAS  
15

UNIDADES  
989

INVERSIÓN  
191 M. de €

FACTURACIÓN  
662 M. de €

EMPLEO  
8.110

FACTURACIÓN MEDIA

669.461 €

INVERSIÓN MEDIA

193.209 €

ROMAN  
— PIZZA —

Feel the difference

Certificado firmado por chefs internacionales:

- Pedro Subijana (Akelarre, Guipuzkoa)
- Pierre Romeyer (Maison de Bouche à Hoeilaert)
- Hoeilaert y Paul Bocuse (L'Auberge du Pont de Collonges, Francia)

Consigue tu franquicia desde

50.000€

# Asiáticos

El exotismo de la comida asiática ha favorecido el crecimiento de las franquicias de este subsector debido a la alta demanda por probar nuevas recetas carentes en nuestro mercado. Hace unos años fueron los woks y la quinoa y ahora el sifu, ramen o poke son los nuevos reyes de la oferta.

La cultura asiática está implícita en muchas áreas de nuestra vida cotidiana y la gastronomía no es una excepción. Las franquicias de restauración asiática han registrado un gran aumento del número de aperturas de restaurantes temáticos especializados en cocinas de diversos países durante los últimos años.

El poke, los baos o el sushi se han convertido en las nuevas tendencias culinarias que concentran un alto porcentaje de demanda a nivel de franquicia, especialmente en las grandes ciudades como Madrid o Barcelona pero con especial interés en el resto de provincias a nivel nacional.

En estos momentos, las franquicias asiáticas en España la componen un total de 9 enseñas operando y más de 114 número de establecimientos. Así mismo, la facturación media que puede conseguir esta tipología de restaurantes es de 503.277 € frente a una inversión media de 210.225 €

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Aloha Poke	9	Sin especificar
Go Sushi	7	Desde 50.000 €
Lemon Grass	8	185.000 €
Makitate	6	Desde 30.000 €
Miu Japonés	35	Desde 390.000 €
Pure Cuisine	4	Desde 80.000 €
Sanuk	1	50.000 €
Sushimore	7	39.950 € + IVA
Tasty Poke Bar	3	33.200 €
Udon	57	250.000 €

Fuente: Tormo Franquicias



# Cafeterías

Un modelo de negocio que goza de merecida fama en nuestro país como lugar de reunión y de encuentro. Se trata de un concepto con un producto atemporal y sin estacionalidad, lo que hace que sea una oportunidad de inversión. Por otra parte, se han generado nuevas fórmulas de negocio como transición del modelo tradicional hacia los nuevos Bakery Coffee introduciendo nuevas carteras de productos y espacios únicos para el cliente.

El sector, está compuesto a día de hoy por más de 35 redes de franquicias, alcanzando una facturación de 160 millones de euros según el último informe elaborado por Tormo Franquicias

situándose como el primer subsector de restauración por número de redes. El futuro emprendedor, podrá encontrar registros positivos para apostar por esta opción de negocio la cual es

óptima de rentabilizar según los datos aportados en el informe, donde se obtiene una facturación media de 319.654 € frente a una inversión de 115.725 €.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Bora Bistro Café	3	45.000 €
Café & Té	60	Desde 60.000€
Café de Indias	65	180.000 €
Café Melbourne	8	165.000 €
Cafés Panchito	2	Desde 46.000 €
Canel Rolls	5	88.000€ + Obra Civil
Central Café	5	200.000 €
Central Perks	2	62.500 €
Cereal House	1	32.100 €
Cereal Hunters Café	9	30.000 €
Cereal Monkey's Café	1	39.000 €
Charlotte	39	49.500 €
Chocolates Valor	30	Desde 100.000 €
Coffee & Cookies	7	35.785 €
Conrado's Cafe	2	63.000 €
Cosechas	1.205*	25.000 €
Costa Coffee	25	250.000 € - 300.000 €
Don Gofre	5	Desde 26.000 €
Dunkin' Coffee	61	Desde 150.000 €
Federal café	3	120.000 €
Frutal	6	42.500 €
Gallofa & Co	30	Desde 200.000 € Según local
Goofretti	15	Según modelo de negocio
H2O Juice Bar & Vegan Café	1	19.000 €
Il Caffè di Roma	47	108.000 €
Ingredients: Café	10	85.000 €
Juicy Avenue	3	50.100 € + Obra Civil
La Croissanteria Paris	4	Desde 15.990 €
La Rollerie	6	Desde 210.000€ + obra civil
Loops and Coffee	28	32.000 €
Moopis & Coffee	3	35.000 €
Rawcoco	2	Desde 75.000 €
Roscoking	13	75.000 €
Starbucks	Más de 10.000*	Sin especificar
Tim Hortons	4.600*	Sin especificar

Fuente: Tormo Franquicias

\*Internacionales





# CeREAL monKey's CAFÉ

¡Especialistas en  
**CEREALES!!**

**Y MUCHAS MÁS COSAS**

**Un espacio con un diseño salvaje y atrevido para comer, beber, reír y jugar**



Para más información: 911 592 558 [bsanchez@tormofranquicias.es](mailto:bsanchez@tormofranquicias.es)

## Panaderías y Pastelerías

Un modelo de negocio que ha visto transformado su concepto tradicional, adaptándose a las nuevas demandas de cliente, integrando espacios más amplios, aumentando su franja horaria, así como incorporando el formato Bakery Coffee, lugares destinados no sólo a tomar el café, sino establecimientos donde poder comer, merendar o tomar un zumo de frutas.

A día de hoy son 19 las principales redes de franquicia que operan en el mercado disponiendo de más de 815 unidades de negocio. Es un sector cuya facturación alcanzó un total de 250 millones de euros y más de 3.586 puestos de trabajo.

Al igual que ocurre con el subsector de Cafeterías las Panaderías y Pastelerías han evolucionado de un concepto tradicional a una nueva versión de negocio donde impere la demanda de cliente ofreciendo un producto de primera calidad elaborado de forma

artesanal además de incorpora una gama de productos adecuada a los diferentes nichos de mercado como bajos en grasas, azúcares o aptos para celíacos, por ejemplo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Bertiz	42	Desde 100.000 €
Clendy	8	Desde 22.000 €
El Molí Pan y Café	12	79.000 €
El Molí Vell	178	120.000 €
Granier	114	Desde 72.000 €
Horno Sanbrandan	45	120.000 €
La Colegiala	40	Desde 78.000 €
La Vitoriana	46	Desde 50.000 €
Levadura Madre	17	Desde 60.000 €
O Rei das Tartas	18	Desde 60.000 €
Pan Chef	3	40.000 €
Pan y Chocolate	3	60.000 €
Panaria	55	80.000 €
Panishop	40	Desde 60.000 €
Pannus	53	Desde 60.000 €
SantaGloria	80	Desde 140.000 €
Todo bueno	9	26.000 €
Tradicionarius	17	Desde 98.000 €
Uvepan	35	100.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

ENSEÑAS  
19

UNIDADES  
815

INVERSIÓN  
75 M. de €

FACTURACIÓN  
250 M. de €

EMPLEO  
3.586

FACTURACIÓN MEDIA  
307.130 €

INVERSIÓN MEDIA  
91.647 €

# Heladerías y Yogurterías

Dos subsegmentos que han logrado despuntar en el mercado estos últimos años revolucionando el concepto tradicional del helado hacia nuevas demandas adaptadas a las preferencias de los consumidores integrando así productos 100% naturales, sin azúcares o prebióticos logrando transformar la oferta gastronómica del sector.

Dos subsegmentos que han logrado despuntar en el mercado estos últimos años, revolucionando el concepto tradicional del helado hacia nuevas demandas adaptadas a las preferencias de los consumidores integrando así productos 100% naturales, sin azúcares o prebióticos logrando transformar la oferta gastronómica del sector.

Ambos sectores demuestran ser nichos con alta rentabilidad. Las franquicias de heladerías están compuestas por una red de 22 enseñas alcanzando una facturación media de 345.299 € frente a una inversión de 73.421 €.

Por otro lado, las enseñas de Yogurtería las componen 7 redes principales generando una facturación media de 226.910 € frente a 52.531 € según el

último informe de Restauración de Tormo Franquicias Consulting.

España representa uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento para el sector de heladerías a nivel mundial. además de situándose en el décimo lugar del ranking por consumo a nivel mundial según el informe Insight View de Iberinform.

Esta evolución positiva vinculada proviene de múltiples factores vinculados a las características del consumidor. En primer lugar, los factores de productos saludables, tendencia de productos Premium o la innovación a nivel de sabores por parte de las grandes compañías o por ejemplo la introducción del movimiento snacking con formatos más pequeños, ha contribuido a que se convierta en un segmento con bas-

tante peso. Así mismo, cabe mencionar la influencia de nuevas tipologías de helados artesanales como aquellos con inspiración asiática elaborados por grandes enseñas como IceCobar, cremerías como Martonela o heladerías creativas como Malvy's Shake.

Las franquicias de yogurt se encuentran en alza en España, una tendencia heredada de EE.UU. donde las yogurterías autoservicio están asentadas y obtienen la aceptación del público. El cliente tiene la posibilidad de elegir su sabor preferido y completarlo con un topping a elegir para así finalmente pesarlo y pasarlo por caja con la seguridad de estar consumiendo un producto bajo en grasas y apto para todas las edades. Smöy o Llaolao son algunos ejemplos de grandes enseñas asentadas en nuestro país.

## HELADERÍAS

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Amorino	12	120.000 €
Ben & Jerry's	36	Desde 80.000 €
Cónico	9	40.000 €
Dolce Pecatto	7	74.400 €
Farggi	58	Desde 200.000 €
Ferretti	13	65.000 €
Fluffy Fruits	2	30.100 €
Gelatiamo	14	Desde 50.000 €
Häagen-Dazs	75	Desde 80.000 €
Heladerías Carte d'or	42	Desde 60.000 €
Ice Wave	28	Desde 55.000 €
IceCoBar	6	Desde 32.000 €
Jijonenca	1.100	40.000 €
Malvy's Shakes	1	23.900 €
Mamá Goye	10	Desde 50.000 €
Mamma Luisa	6	64.000 €
Martonela	4	51.900 €
Moody	3	Desde 20.000 €
Panna & Fragola	4	45.000 €
Wowble!	11	35.000 €
Yooglers	2	227.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

## YOGURT HELADO

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Llagurt	25	Desde 30.000 €
Llaolao	104	Desde 55.800 €
Smöoy	111	55.000 €
Yogurissimo	16	38.000 €
Yogurteria Danone	28	68.000 €
Yogurtlandia	5	Desde 23.000 €
Yoyogurt	16	Desde 38.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

### HELADERÍAS



### YOGURTERÍAS





## Heladería ICECOBAR

Revoluciona la forma de servir Helados y Gofres.

- Helados en rollos hechos al minuto sobre una plancha fría a -20°C.
- Gofres con burbujas rellenas de sabores.
- Excelentes Smoothies

Y siempre con  
**auténtico helado de nata**  
sin aditivos



Y todo con nuestra propia  
patente de maquinaria.

Amortización de la inversión en  
**menos de un año.**

(Inversión: 39.000 € IVA para un local de 40m<sup>2</sup>)

Nuestros establecimientos  
son un sueño.

**¡¡¡Monta el tuyo!!!**

Ponte en contacto con nosotros:  
franquicia@icecobar.com



## CLAVES DEL SECTOR

### DINAMISMO E INNOVACIÓN

El sector de hostelería y restauración se caracteriza por ser un sector dinámico que se va adaptando a los cambios que la sociedad y el consumidor va marcando. Este dinamismo provoca que el sector crezca de forma importante debido al desarrollo continuo de nuevos productos y conceptos.

### DIGITALIZACIÓN

Uno de los retos a los que se enfrenta el sector de la hostelería es la digitalización. Una tendencia que se ha convertido en clave para el sector y que cobra especial importancia dentro de este segmento de la franquicia. Los consumidores son cada vez más exigentes y están más digitalizados lo que hace que la restauración organizada tenga que adaptarse a estos nuevos hábitos, con lo que no sirve que innoven en productos y conceptos solamente sino en los procesos también. Ahora el sector está cada vez más presente en redes sociales como medio para satisfacer las necesidades del consumidor. Las empresas de restauración actualizan sus webs para que se pueda realizar la reserva en sus restaurantes de forma online, algo que más que una tendencia es un hecho. Actualmente es una modalidad muy extendida sobre todo entre el público joven. También destacan los esfuerzos para ofrecer los servicios de delivery.

### VENTA A DOMICILIO

Los jóvenes en España han activado una tendencia que ya es un hecho y que está a la orden del día. Se trata de la comida a domicilio y sobre todo la petición de comida desde plataformas. Se ha convertido en un nuevo canal de ventas cada vez más representativo para las empresas del sector.

### EXPERIENCIA DE USUARIO

Las empresas del sector de restauración están cada vez más involucradas en crear una experiencia de usuario a los consumidores. Ya no se mira tanto el precio y la comida si no que el producto y el lugar sea en sí una experiencia. El consumidor se interesa en el producto y la calidad, pero también en los intangibles como el entorno.



# RANKING



Únete a nuestra  
Familia de  
**AREPALOVERS!!**



La nueva  
tendencia  
**STREET FOOD**

**100% SABOR**  
**100% FRESCO**

**EAT HAPPY**  
**LIVE HAPPY**

**Inversión inicial  
desde 27.300 euros!!**

- servicio de apoyo y asesoramiento continuo
- formación personal
- suministro de productos



- expansion@tormofranquicias.es - 911592558 -

## COMIDA RÁPIDA

MÁS EXPANDIDAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS
Mc Donald's	503
Burguer King	440
Pans & Company	190
Nostrum	126
Rodilla	98
Kentucky Fried Chicken	67
Subway	54
Taco Bell	50
Don G	13
Fresc&Co	13

MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Tako-Away	Desde 12.000 €
Brasa Away	Desde 15.990 €
Bocalamar	20.000 €
Fresc&Co	24.000 € (canon de entrada)
KOC, The King Of Chicken	Desde 26.000 €
Arepa Mía	Desde 27.300 €
Guacamole Mexican Food	31.800 €
Anatolia Kebabs y Pizzas	Desde 40.000 €
Arepaole	45.000 €
Freiduría Fish&Go!	59.000 €

## HAMBURGUESERÍAS

MÁS EXPANDIDAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS
The Good Burger	140
Goiko Grill	60
Tate's Burger	13
Peggy Sue's	11
Carl's Jr.	8
The Black Turtle	8
La Pepita Burger Bar	7
Steak Burger	7
Sublime Dreams Food	7
Home Burger	5

MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Sublime Dreams Food	700-900 € /m2
La Pepita Burger Bar	De 900 a 1.300 €
Tate's Burger	70.000 €
Peggy Sue's	Desde 100.000 €
The Black Turtle	Mínima de 190.000 €
Steak Burger	200.000 €
Home Burger	260.000 €
SteaknShake	500.000 €
The Good Burger	Local + Canon
Carl's Jr.	Desde 600.000 €

## CERVECERÍA Y TAPAS

MÁS EXPANDIDAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS
100 Montaditos	390
Lizarran	235
La Sureña	110
La Andaluza	67
Taberna del Volapié	60
MasQMenos	30
Krunch	27
Cañas y Tapas	15
Al-Andalus Tapas	14
Dehesa Santa María	13

MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Dehesa Santa María	12.000 €
D'Tablas	15.000 €
Cervecería Tapas Andalucía	22.200 €
El Puñaíto	25.200 €
BeerShooter	Desde 25.000 €
Taco Way	26.500 €
La Andaluza	40.000 €
Al-Andalus Tapas	50.000 €
Kubo King	Desde 50.000 €
Barra de Pintxos	80.000 €

## RESTAURANTES

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Foster's Hollywood	142	Abrasador	12.000 €
Vips Cafeterías	96	Skalop	18.000 €
Cantina Mariachi	67	My Crepe	38.000 €
Abrasador	36	Ñam Restaurante&Bar	90.000 €
La Mary Restaurant	36	La Mordida	150.000 €
Ribs, La casa de las costillas	35	Pasta City	Desde 150.000 €
Brasayleña	27	Sorsi e Morsi	150.000 €
Pasta City	11	Fishop	200.000 €
Skalop	9	La Mary Restaurant	380.000 €
La Mordida	8	Brasayleña	400.000 €

## ITALIANOS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
La Tagliatella	212	O Mamma Mia	Desde 150.000 €
Ginos	105	La Nicoletta	Desde 250.000 €
La Mafia se sienta a la Mesa	39	La Mafia se sienta a la Mesa	340.000 €
Muerde la Pasta	24	Ginos	410.000 €
O Mamma Mia	24	Muerde la Pasta	Desde 500.000 €
La Piemontesa	23	Cambalache	520.000 €
Cambalache	14	La Piemontesa	521.100 €
La Nicoletta	9	La Tagliatella	719.060 €

## PIZZERÍAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Telepizza	596	ProntoPizza	Desde 36.000 €
Domino's Pizza	92	Roman Pizza	43.000 €
Pomodoro	89	Pizza Buona	Desde 50.000 €
Pizza Móvil	67	Cien Pizzitas	58.700 €
Pizzería Carlos	59	Papizza	Desde 70.000 €
Papizza	30	Pomodoro	Desde 80.000 €
Pizza Hut	22	Low Cost Pizza	Desde 90.000 €
Roman Pizza	12	Pizza Al Cuadrado	120.000 €
Cien Pizzitas	8	Le Kiosque à Pizzas	120.000 €
Low Cost Pizza	4	Pielogy	Desde 120.000 €

## ASIÁTICOS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Udon	57	Makitake	Desde 30.000 €
Miu Japonés	35	Tasty Poke Bar	33.200 €
Sushimore	7	Sushimore	39.950 € + IVA
Lemon Grass	8	Sanuk	50.000 €
Go Sushi	7	Go Sushi	Desde 50.000 €
Makitake	6	Pure Cuisine	Desde 80.000 €
Pure Cuisine	4	Lemon Grass	185.000 €
Tasty Poke Bar	3	Udon	250.000 €
Sanuk	1	Miu Japonés	Desde 390.000 €

## CAFETERÍAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Cosechas	1.205*	La Croissanteria Paris	Desde 15.990 €
Café de Indias	65	H2O Juice Bar & Vegan Café	19.000 €
Dunkin'Coffee	61	Cosechas	25.000 €
Café & Té	60	Don Gofre	Desde 26.000 €
Starbucks	50	Cereal Hunters Café	30.000 €
Il Caffè di Roma	47	Loops and Coffee	32.000 €
Charlotte	39	Cereal House	32.100 €
Chocolates Valor	30	Moopis & Coffee	35.000 €
Gallofa & Co	30	Coffee & Cookies	35.785 €
Loops and Coffee	28	Cereal Monkey's Café	39.000 €

\*Internacionales

## PANADERÍAS Y PASTELERÍAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
El Molí Vell	178	Clendy	Desde 22.000 €
Granier	114	Todo Bueno	26.000 €
SantaGloria	80	Pan Chef	40.000 €
Panaria	55	La Vitoriana	Desde 50.000 €
Pannus	53	Panishop	Desde 60.000 €
La Vitoriana	46	O Rei das Tartas	Desde 60.000 €
Horno Sanbrandan	45	Levadura Madre	Desde 60.000 €
Bertiz	42	Pannus	Desde 60.000 €
La Colegiala	40	Pan y Chocolata	60.000 €
Panishop	40	La Colegiala	Desde 78.000 €

# — RANKING —

## HELADERÍAS

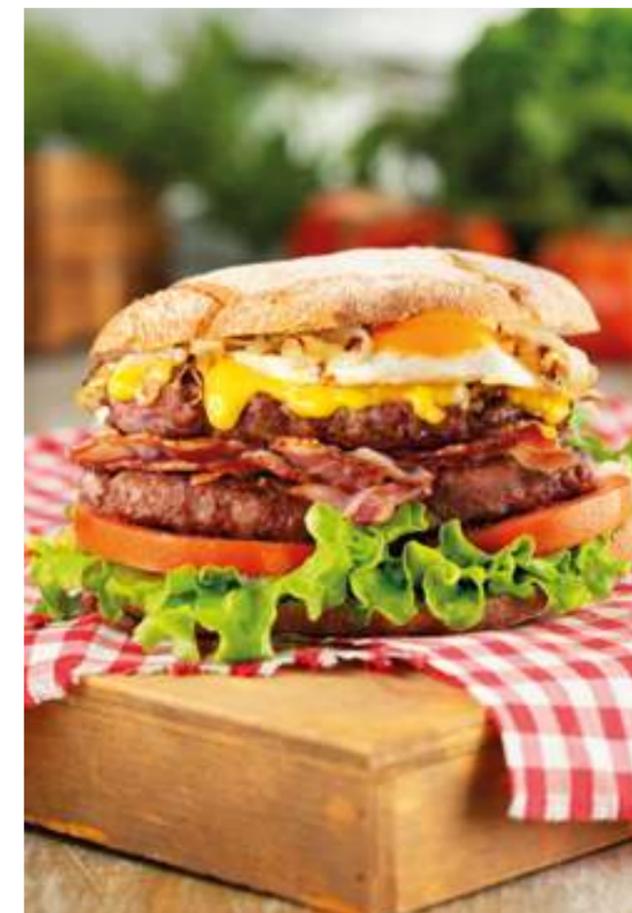
MÁS EXPANDIDAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS
Jijonenca	163
Häagen-Dazs	75
Farggi	58
Heladerías Carte d'or	42
Ben & Jerry's	36
Ice Wave	28
Gelatiamo	14
Ferretti	13
Amorino	12
Wowble!	11

MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Waffle Bubble	18.000 €
Moody	Desde 20.000 €
Malvy's Shakes	23.900 €
Fuffly Fruits	30.100 €
IceCoBar	Desde 32.000 €
Wowble!	35.000 €
Jijonenca	40.000 €
Cónico	40.000 €
Panna & Fragola	45.000 €
Martonela	51.900 €

## YOGURTERÍAS

MÁS EXPANDIDAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS
Smöoy	111
Llaollao	104
Yogurtería Danone	28
Llagurt	25
Yogurissimo	16
Yoyogurt	11
Yogurtlandia	5

MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Yogurtlandia	Desde 23.000 €
Llagurt	Desde 30.000 €
Yogurissimo	38.000 €
Yoyogurt	Desde 39.000 €
Smöoy	55.000 €
Llaollao	Desde 55.800 €
Yogurtería Danone	68.000 €



LA MARCA QUE ESTÁ  
REVOLUCIONANDO  
EL SECTOR

EMPRENDE CON UN NEGOCIO DE ÉXITO.  
ÚNETE AL LÍDER EN FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN.

INFÓRMATE SIN COMPROMISO



900 102 869  
expansion@comessgroup.com  
www.comessgroup.com

# ENTREVISTAS

- ◆ MANUEL BUENO DIRECTOR HIP HORECA PROFESIONAL EXPO
- ◆ JAVIER CARABOT DIRECTOR DE EXPANSIÓN DE GRUPO RODILLA
- ◆ PAZ SERRANO REponsable DE FRANQUICIAS DE GRUPO BEER&FOOD
- ◆ BELEN MARTÍN DIRECTORA GENERAL GRUPO RESTALIA

## MANUEL BUENO DIRECTOR HIP HORECA PROFESIONAL EXPO

“La hostelería española vive un gran momento, consolidando su posición como uno de los grandes motores de crecimiento de nuestro país”



Manuel Bueno diplomado en Dirección Hotelera por la UAB ha desarrollado su carrera en Marriott (EEUU) en el departamento de F&B, en Aspro Parks como Director Regional de Restauración, en Fira Barcelona como Director de GastroFira y como Director de Ventas de varios salones industriales. En 2015 se incorpora a Nebext como COO además de Event Director de HIP el mayor evento de innovación HORECA.

**El sector Horeca es uno de los más importantes de la economía española, ¿Cómo afronta el futuro el sector y cuáles son las expectativas a corto plazo?**

La hostelería española vive un gran momento, consolidando su posición como uno de los grandes motores de crecimiento de nuestro país.

Existen grandes oportunidades para los empresarios que quieran liderar la transformación de un sector que está evolucionando de forma muy rápida. Gracias a nuevos modelos de negocio muy vinculados a los cambios de hábitos de consumo y a las nuevas tecnologías, ha eclosionado el mundo del delivery o se está acelerando la fusión entre los sectores horeca y retail a través de nuevos conceptos que los une.

Nuestro país es y debe seguir siendo referente a nivel mundial en el desarrollo de nuevos conceptos y modelos de negocio en hostelería, así como de gestión de los mismos. Es por ello que cada día tenemos más inversores extranjeros interesados tanto en invertir en España como exportar nuestros conceptos a otros países.

Por tanto, tenemos un gran reto por delante y una gran oportunidad de liderar a nivel mundial un sector tan importante para la economía de nuestro país. Desde HIP seguiremos trabajando de la mano de todos los players del sector y aportando nuestro granito de arena para conseguirlo.

**¿Cuáles son los principales problemas a los que ha tenido o tiene que hacer frente el sector? ¿Cómo acoge el sector las principales innovaciones?**

En todos los ámbitos de nuestro día a día estamos conectados al mundo online. Los procesos digitales y tecnológicos forman parte de nuestra manera de trabajar, y más en el sector Horeca. Debemos ver la digitalización como una ventaja u oportunidad en lugar de un obstáculo.

En el sector de la hostelería la tecnología y digitalización se han democratizado permitiendo a pequeños y medianos empresarios acceder a soluciones tecnológicas que hace unos años estaban totalmente limitadas a las grandes compañías del sector.

Todos los negocios de hostelería tienen que incorporar estas nuevas tecnologías y digitalizarse tanto en la parte de backoffice (gestión, producción, compras...) como en el frontoffice (ventas, interacción con el cliente, redes sociales...).

Nuestro país es y debe seguir siendo referente a nivel mundial en el desarrollo de nuevos conceptos y modelos de negocio en hostelería, así como de gestión de los mismos.

**El sector Horeca suele estar en constante cambio por las diferentes tendencias y/o posturas que toma la demanda, ¿Cómo ha sido esa evolución?**

El sector de la hostelería es uno de los que está más cerca del cliente, esto permite conocer las tendencias y exigencias de este. Estamos en la "experience economy" o economía de la experiencia, con lo que el cliente busca más que sólo ir a comer, busca nuevos estímulos en un restaurante, ya sea a través del "storytelling", la temática del local, la cocina o la mezcla de sentidos. Ir a un restaurante hoy en día va más allá de lo gastronómico. Al mismo tiempo encontramos nuevos actores, como el delivery, o tendencias, como el consumo de comida healthy.

**Como experto en el sector Horeca ¿Qué factores debe tener en cuenta un emprendedor en este sector?**

Primero de todo tener una formación básica en hostelería y rodearse de buenos profesionales del sector. Asimismo, realizar un buen estudio y plan de negocio, ya que es gran parte del futuro éxito del negocio. Hay grandes ideas que

han fracasado por tener una mala gestión o business plan. Si hablamos de una franquicia, es muy importante analizar las opciones y alternativas que tiene uno a su alcance para escoger la mejor inversión y la que mejor encaje con la idea de negocio que tiene.

**La restauración organizada es uno de los principales segmentos de la franquicia, ¿Qué importancia tiene este modelo de negocio dentro del sector Horeca?**

La restauración organizada crece más año tras año y 2018 no ha sido una excepción. Actualmente, las franquicias de hostelería y restauración generan más de 60.500 puestos de trabajo, las de restauración en concreto facturan el 3,9% del PIB, lo que supone en torno a los 25.000 millones de euros al año.

Actualmente, las franquicias de hostelería y restauración generan más de 60.500 puestos de trabajo, las de restauración en concreto facturan el 3,9% del PIB, lo que supone en torno a los 25.000 millones de euros al año.

En España la restauración se está profesionalizando cada vez más, y esto hace que se creen nuevas cadenas o grupos de restauración que crecen a lo largo del territorio. Estamos en un país de PYMES y pequeños hoteleros.

**EXPOHIP 2019 ha contado con numerosas novedades respecto a años anteriores, ¿Cuáles son vuestras expectativas para esta edición?**

Nuestro objetivo es ser el evento de innovación pura para el sector al que acuden todos los empresarios y directivos que realmente quieren crecer, evolucionar y transformar sus negocios de hostelería. Asimismo, hacer que Madrid sea capital del sector Horeca una vez al año.

En esta última edición, HIP ha ampliado el espacio expositivo a 3 pabellones y 30.000m2 de innovación por parte de más de 400 marcas expositoras.

Respecto a contenido, la programación del congreso ha vuelto a ser de máximo nivel gracias a los más de 400 expertos a nivel internacional que han estado presentes, sus 10 auditorios y 14 agendas por segmento y perfil profesional.

TU PORTAL DE FRANQUICIAS DESDE CUALQUIER LUGAR



# JAVIER CARABOT

## DIRECTOR DE EXPANSIÓN DE GRUPO RODILLA

“Contamos con una imagen actual en constante evolución, estamos afianzando nuestra expansión geográfica, ya conectamos con un público más joven, la innovación en productos y servicios es constante.”



Más de veinte años dedicados a la expansión de diferentes modelos de negocio y en especial a la restauración organizada. Cada proyecto me ha ayudado a crecer personal y profesionalmente. Valoro por encima de todo a las personas, su amistad, la dedicación y compromiso en el trabajo y la honestidad. Son las claves de cualquier éxito, que hace que el esfuerzo merezca la pena. Estoy en este proyecto porque reconozco estos valores en la empresa y comparto su entusiasmo.

**Si tuvieseis que resumir 80 años de la enseña en los 280 caracteres que permite Twitter ¿Cómo describirías a Rodilla?**

Rodilla, referente de la restauración organizada en España, nace en Callao en 1939 introduciendo en España el concepto del sándwich. En los años 90 apuesta por la expansión a través de nuevas aperturas y del modelo de franquicia. En 2019 celebramos su 80 aniversario con 154 locales.

**Hemos podido conocer que todo el dinero recaudado durante el evento celebrado hace unos días en Rodilla Serrano, 41 irán destinados a la Fundación “A la Par” además de trabajar mano a mano por la apertura del primer Rodilla con personas con discapacidad intelectual este año. ¿Cómo surge esta idea? ¿Qué espera aportar Rodilla?**

Al igual que Rodilla, la Fundación A LA PAR lleva más de 70 años de andadura. Trabajan por los derechos y la participación de las personas con discapacidad intelectual en nuestra sociedad. El año pasado se pusieron en contacto con nosotros para plantearnos la posibilidad de que un equipo de chicos y chicas con discapacidad se formaran con nosotros y operaran un restaurante Rodilla en Madrid. Nos encantó la idea. A lo largo de nuestra historia, Rodilla ha colaborado y colabora con distintas causas de interés, además de contribuir con la recaudación de fondos para distintas organismos y asociaciones. Esta iniciativa entronca con uno de los pilares de nuestra estrategia de RSC: la inserción laboral de colectivos desfavorecidos.

**¿Cuáles han sido las mayores dificultades a las que habéis hecho frente el curso pasado?**

En España el mercado de restauración mostró señales progresivas de fatiga en 2018, aunque mantuvo el crecimiento del +1.8% a cierre de año, con un contexto macroeconómico positivo con el PIB en torno al 3% e incremento de empleo sostenidos (Fuente: NPD, Q4 2018).

“Contamos con una imagen actual en constante evolución, estamos afianzando nuestra expansión geográfica, ya conectamos con un público más joven”

Al descomponer las ventas en tráfico y gasto, tenemos una buena referencia de la deriva actual del mercado hacia una deceleración evidente del tráfico, acompañada de incrementos relevantes en el gasto medio, síntomas claros de estabilización del crecimiento (Fuente: NPD, Q4 2018).

**Rodilla Revolution, nuevo concepto y filosofía para la marca ¿Qué valores van asociados a esta nueva imagen?**

Los valores históricos de la marca Rodilla son: Calidad, Servicio, Artesanía y Cercanía. Fruto de este último, en el 2019, año que cumplimos 80, queremos mirar hacia el futuro, gracias a nuestros clientes y empleados. Rodilla Revolution es el firme compromiso con nuestros clientes de evolucionar

nuestro concepto hasta donde ellos nos quieran llevar. Este compromiso dirigirá nuestras acciones futuras y los aterrizamos en un Nuevo Manifiesto de marca a través de diferentes puntos, como: primar la cercanía con el cliente, el uso de ingredientes frescos y naturales como por ejemplo elaborando nuestras recetas sin usar aceite de palma.

Así mismo, ofrecemos una amplia variedad de recetas para que encuentres lo que te gusta, además de elaborar nuestra carta de manera artesanal. Queremos que el cliente saboree el tiempo, cualquier día a cualquier hora. Cuidamos todos los detalles para que disfrutes de tu tiempo, en todos los sentidos donde puedes contarnos tus sugerencias.

Estamos orgullosos de nuestro equipo. Todos los miembros son tratados de la misma forma. Con las mismas consideraciones y el mismo respeto. Además, nuestra filosofía es mejorar constantemente para seguir sorprendiéndote.

“Los valores históricos de la marca Rodilla son: Calidad, Servicio, Artesanía y Cercanía. Fruto de este último, en el 2019, año que cumplimos 80, queremos mirar hacia el futuro, gracias a nuestros clientes y empleados”

**¿En qué lugar se encuentra Grupo Rodilla dentro del sector de la restauración y cómo crees que evolucionará el mismo en el futuro?**

Rodilla, referente del sector de la Restauración Organizada, puede ser considerado como un híbrido entre un concepto de cafetería y de restaurante con libre servicio. Según el último informe de NPD, Rodilla es la única marca que lleva 5 años consecutivos en lo que ellos denominan “cuadrante de crecimiento sólido”, es decir, en la zona en la que los conceptos, año tras año, obtienen tanto un crecimiento por tráfico como por ticket medio.

Nuestra intención seguirá siendo la del crecimiento sostenible, evolucionando el concepto, pero siempre siendo fiel a nuestros principios. Apostamos por la alimentación sana y por la calidad en sus productos y procesos, reforzando nuestra elaboración artesanal y diaria en tienda. Por otro lado, aseguramos la atención, cercanía y proximidad con los clientes, ofreciendo servicios adaptados a las necesidades y gustos del consumidor.

Seguimos apostando por la innovación, mediante una amplia variedad de productos únicos como sándwiches, focacias, ensaladas, desayunos y bebidas además de comprometernos también con los empleados y con el entorno social donde opera la cadena.

**¿Qué Planes de expansión tenéis previstos a corto-medio plazo?**

Respecto a nuestra expansión regional, Rodilla cuenta actualmente con 154 restaurantes repartidos por toda la geografía española. Nuestra estrategia comercial nos ha llevado a abrir en los últimos años establecimientos en ciudades como Valladolid, Santander, Barcelona, Valencia, Pamplona, Coruña, Santiago, Vigo, Málaga, Tenerife y Zaragoza. La marca se está consolidando fuera de Madrid, y nuestros próximos pasos pretenden acercar Rodilla a nuevas regiones y reforzar nuestra presencia en los mercados.

**¿Qué objetivos tenéis previstos cumplir este 2019?**

Nuestros objetivos para 2019 pasan por seguir creciendo de una manera sostenible, por encima del mercado, como en los últimos 5 años.

**¿Cuál es el mensaje que transmitirías al futuro emprendedor de Rodilla?**

Que apuesten por Rodilla. Tenemos una visión clara de lo que queremos hacer y nos comprometemos al máximo para conseguirlo. Esta filosofía nos lleva funcionando desde hace más de 80 años. Rodilla es un negocio consolidado que, sin embargo, no deja de crecer. Contamos con una imagen actual en constante evolución, estamos afianzando nuestra expansión geográfica, ya conectamos con un público más joven, la innovación en productos y servicios es constante. Todo esto y la estabilización del crecimiento del sector de la restauración, son unos buenos motivos para emprender con nosotros.

Además, trasladarles que en Rodilla cualquier franquiciado cuenta en todo momento con el apoyo de nuestros departamentos: Operaciones, Logística, Compras, Calidad, Innovación, Marketing... Existe un comité de franquiciados elegidos democráticamente cada dos años que valida las acciones de marketing mensualmente.



# cosechas

franquicia

## líder mundial

bebidas naturales en

+ de **1.200** tiendas  
en **13** países

Súmate a la franquicia referente mundial en  
bebidas naturales por una inversión de sólo

**30.000 €**



Para más información: 911 592 558 bsanchez@formofranquicias.es

## PAZ SERRANO RESPONSABLE DE FRANQUICIAS DE GRUPO BEER&FOOD

“Nos encontramos en un momento donde las nuevas tendencias gastronómicas y de consumo están transformando el sector. Es imprescindible escuchar con atención las nuevas demandas del consumidor, sus necesidades de consumo y sus expectativas, para lograr el éxito”



Paz Serrano trabaja como Responsable de Franquicias de Beer&Food desde febrero de 2018. Titulada en Derecho y Máster en Asesoría de Empresas cuenta con una amplia experiencia en franquicias. Ha trabajado en empresas como Brasa Y Leña como adjunta a la dirección general, en Tommy Mels como directora de expansión y franquicias o en Grupo Vips también como responsable de franquicias entre otros grandes grupos.

**Actualmente, Beer&Food cuenta con más de 400 establecimientos de las diferentes marcas en España. Cuéntenos cómo es mantenerse y crecer en un grupo de restauración con estas dimensiones.**

Beer&Food es uno de los grupos más importantes del sector. Contamos con grandes marcas de la talla de Tony Roma's, Carl's Jr., La Chelinda, Casa Gambrinus o Tomy Mel's, todas ellas con una gran potencial de crecimiento, y hemos apostado por formar un equipo de profesionales de primer nivel, con gran experiencia en el sector de la restauración, la franquicia y el consumo.

Gracias a esto, podemos afirmar que nos encontramos en el inicio de una nueva etapa para nosotros, donde queremos consolidarnos como una de las mayores plataformas multi-marca de restauración de nuestro país.

Formar parte de este proyecto en estos momentos es toda una oportunidad. Si hay algo en lo que somos expertos es en hacer grandes compañías y hacerlas crecer de forma sólida y rentable.

**Uno de vuestros lemas es JUNTOS ES MEJOR, ¿Cómo elegís a vuestros compañeros de viaje?**

Se trata de algo más que un lema. “Juntos es Mejor” es nuestra filosofía, y forma parte intrínseca de nuestros valores corporativos. Nos gusta mantener una relación estrecha no sólo

con nuestros franquiciados, sino con todos los que de alguna manera forman parte de Beer&Food, como empleados, clientes, proveedores y partners.

Aquí hablamos de una elección mutua. Ellos vienen a nosotros, interesados en formar parte de nuestro proyecto, y nosotros le ofrecemos todo lo que está en nuestra mano para hacer crecer nuestras marcas a su lado, compartiendo juntos un espíritu de equipo, para que nos acompañen en este apasionante reto.

**¿Suelen ser de perfil inversor o autoempleo, o ambos?**

No nos gusta hablar de un perfil en concreto, porque cada caso es diferente. Sin embargo, todos tienen algo en común: tienen espíritu emprendedor, capacidad de gestión e inversión, e ilusión y disposición para superar retos formando parte de un gran equipo.

**¿Qué significa, para el emprendedor, pertenecer a Beer&Food?**

Supone formar parte de uno de los grandes grupos de restauración, con gran experiencia en el sector y más de 400 establecimientos.

Ofrecemos al empresario la oportunidad de convertirse en un franquiciado multimarca, con enseñas líderes en su sector, y diferentes tipos de inversiones y público objetivo, con la confianza de abordar una inversión rentable y sostenible a largo plazo.

### ¿Cuáles son vuestros objetivos de expansión para este 2019?

Estamos inmersos en un ambicioso plan de expansión a nivel nacional, con el objetivo de alcanzar las 35 aperturas en 2019, y 250 nuevos restaurantes en los próximos 5 años.

### A día de hoy, ¿Cómo valora la situación del sector de restauración en la franquicia?

El sector se encuentra en un momento de mucha actividad, movimientos y cambios. Se están produciendo grandes operaciones de los grandes grupos, y las nuevas tendencias están marcando la hoja de ruta del mercado.

En Beer&Food somos optimistas, y estamos convencidos de que tenemos por delante años positivos para el sector, con grandes oportunidades de crecimiento y desarrollo, siempre que tengamos claros los objetivos y la estrategia.

### ¿Qué tendencias están adquiriendo más importancia dentro del sector?

Nos encontramos en un momento donde las nuevas tendencias gastronómicas y de consumo están transformando el sector. Es imprescindible escuchar con atención las nuevas demandas del consumidor, sus necesidades de consumo y sus expectativas, para lograr el éxito.

---

Estamos inmersos en un ambicioso plan de expansión a nivel nacional, con el objetivo de alcanzar las 35 aperturas en 2019, y 250 nuevos restaurantes en los próximos 5 años.

---

En primer lugar, resaltar las nuevas tendencias alimentarias que cada vez están ganando más peso en la sociedad española. Es esencial apostar por una oferta variada, que recoja opciones adaptadas a los diferentes gustos, dietas y estilos de vida.

Además, nos encontramos ante un consumidor mucho más exigente, que no sólo busca el mejor producto, sino experiencias de ocio completas, que vayan mucho más allá de la pura propuesta gastronómica. Otro gran reto para las cadenas, que debemos cuidar todo lo que forma parte de esa experiencia de consumo, incluyendo diseño y ambiente de locales, servicio, producto, etc.

A esto hay que sumarle que también hay nuevos momentos de consumo y nuevas franjas horarias que hay que cubrir: desayunos, aperitivos, comidas, meriendas, afterwork y cenas, que suponen una excelente oportunidad para las cadenas para aumentar el ticket medio del restaurante. Debemos ampliar nuestra oferta para ofrecer las mejores propuestas en todos estos momentos.

Y no sólo hablamos del consumo en el restaurante, sino también en el domicilio, con un fenómeno como el delivery que ha marcado por completo el sector en 2018, consolidándose como una de las categorías de mayor crecimiento, y que suponen además un incremento medio entre el 10% y el 15% de ventas añadidas.

---

Nos encontramos ante un consumidor mucho más exigente, que no sólo busca el mejor producto, sino experiencias de ocio completas, que vayan mucho más allá de la pura propuesta gastronómica.

---

### Se ha celebrado recientemente EXPOHIP2019, ¿Cómo de importante es la innovación y la digitalización para el sector?

Estamos hablando de dos de los grandes pilares de la restauración moderna. No se puede entender la evolución del sector sin una apuesta por la innovación y la digitalización, tanto de puertas para fuera, es decir, de cara al consumidor y al franquiciado, como a nivel interno.

Como he comentado antes, el consumidor actual demanda una experiencia auténtica. Por ello es fundamental apostar por la innovación que nos permita crear productos, servicios y ambientes únicos. Y esa experiencia debe ser omnicanal, es decir, transversal a todos los puntos de encuentro y canales que las marcas tenemos con el cliente: no sólo en el establecimiento, sino también a través de aplicaciones móviles, páginas web, redes sociales, etc.

A nivel interno, la apuesta por la digitalización y la innovación contribuye a la optimización de los recursos, la mejora de procesos, la integración de sistemas, y toda una serie de avances que nos ayudan a ser más eficaces y competitivos, algo lógicamente clave para el negocio.



La asesoría para rebeldes del papeleo con la que ahorras tiempo y dinero

#TuLadoRebelde

¡Conócenos!

openges.es

900 730 037

## 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

dp donpiso

FRANQUICIA INMOBILIARIA

# BELÉN MARTÍN

## DIRECTORA GENERAL GRUPO RESTALIA



”La compañía se caracteriza por la creación de marcas de restauración de creación propia. Restalia no compra enseñanzas de terceros, y eso es un valor en alza en un sector donde lo habitual es justamente lo contrario.”

**Belén Martín es Licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III. Se especializó en el ámbito mercantil y societario y ha estado desarrollando su carrera como Directora legal en Carrier España, Prometheus Electronic y Martín Abogados, donde fue socia-directora, antes de incorporarse a Restalia como Directora Jurídica en 2014.**

### Define Restalia en 140 caracteres como si fuera un tweet.

Una empresa nada típica entre las típicas cadenas de comida. Dirigida por un emprendedor y desarrollada por cientos. Productos sencillos de calidad a precios imbatibles.

### La última parada de Restalia ha sido Francia con la apertura de un 100 montaditos en Lyon, ¿Cuál será el próximo destino?

A nivel internacional, la próxima parada prevista en el calendario es Ecuador, un país que está trabajando intensamente para construir un ambiente más favorable a la inversión y el emprendimiento. Cuenta con una población muy joven; el promedio de edad apenas llega a los 27 años, y eso es muy positivo. También tenemos previsto aterrizar en Perú. En general, 100 Montaditos tiene muy buena acogida en Latinoamérica, pues representa la marca y cultura españolas. Por supuesto, llevamos productos 100% nacionales, como el jamón o el queso, pero también en función del país incorporamos productos locales. Es el caso, por ejemplo, de México donde la carta cuenta con la popular cochinita pibil.

### Además de expandirse en número de locales ¿tiene pensado Restalia expandirse a nuevos nichos de mercado?

Es un proyecto que llevamos trabajando desde hace tiempo y que muy pronto verá la luz. Hemos detectado que existe un sector de la población con unas necesidades de consumo muy concretas. Se trata de gente dinámica, con un día a día muy exigente y que requiere de su espacio para poder hacer un alto en el camino y recargar pilas. La compañía está inmersa en los preparativos de lanzamiento de una nueva marca de

restauración organizada dirigida de lleno a estas personas. La nueva enseña, que se presentará formalmente el 11 de abril, lleva claramente el ADN de Restalia, en tanto que introduce una nueva forma de beber novedosa en España.

### ¿Cuáles son las principales fortalezas de Restalia?

Una de ellas, yo diría que la más importante, es la originalidad de sus conceptos. La compañía se caracteriza por la creación de marcas de restauración de creación propia. Restalia no compra enseñanzas de terceros, y eso es un valor en alza en un sector donde lo habitual es justamente lo contrario. La innovación es uno de los pilares de la compañía.

A nivel internacional, la próxima parada prevista en el calendario es Ecuador.

Otra fortaleza del grupo es que se ha ganado la confianza de la gente. Contamos con verdaderos seguidores, que nos animan y guían a seguir mejorando cada día. Un ejemplo de ello es la nueva carta de TGB: es un reflejo de las sugerencias de nuestros clientes.

### ¿Qué balance hacéis de estos casi 20 años de trayectoria?

Muy positivo. En un sector donde parecía que apenas había espacio para la originalidad y la motivación, Restalia ha sabido revolucionar la forma de consumo, apoyándose en ideas sencillas. Las cien variedades de montaditos que ofrece nuestro buque insignia (100 Montaditos), los famosos cubos de

Cervecería La Sureña y la burger con actitud de TGB son ejemplos vivos de que las marcas que contribuyen a descomplicar los momentos de consumo son marcas ganadoras.

### A nivel de sector, en este tiempo ¿han cambiado mucho los gustos y demandas de los consumidores?

Los gustos se han ido enfocando hacia productos más honestos y auténticos. Prueba de ello es la demanda creciente de una alimentación fresca y de proximidad. En este sentido, las enseñanzas de Restalia están plenamente adaptadas a la tendencia del mercado. El 85% de nuestros proveedores son españoles y tanto 100 Montaditos como Cervecería La Sureña son un elogio a la comida de toda la vida. En el caso de TGB, todas las burgers contienen carne 100% vacuno. La carta cuenta con opciones interesantes como la burger Slim -con apenas 290 kcalorías y pan de cristal, lo que la convierte en una de las opciones más ligeras del mercado en esta categoría- o la Beyond, elaborada a raíz de vegetales como la remolacha o la planta de guisante.

### El sector de restauración está muy ligado a los gustos de los clientes y más ahora que ha crecido mucho el gusto por los platos estéticos ¿Cómo os afectan estas tendencias?

Si además de bueno, está bien presentado aquello que se tiene delante seduce doblemente. Esta realidad se podría

aplicar a otros ámbitos de la vida y creo que es bueno que desarrollemos esta sensibilidad. Ahora bien, considero que el cliente está lo suficientemente experimentado como para distinguir entre el ornamento y el contenido; entre lo superficial y lo auténtico. En este sentido, de nada sirve deconstruir alimentos o presentarlos en formato miniatura si se falla en el objetivo principal de cualquier comida. La satisfacción aparece cuando resolvemos nuestro apetito, por supuesto, pero también cuando pasamos un rato agradable compartiendo mesa y con nuestro grupo de amigos o seres queridos. Comemos para alimentarnos, pero sobre todo para liberarnos del estrés y sentirnos vivos.

### ¿Hacia dónde se dirige el sector en los próximos años?

La restauración organizada en España aún tiene recorrido, si tenemos en cuenta que su grado de penetración aún está por debajo de la media europea. A pesar de que hay margen de crecimiento, no me imagino un sector con más de tres o cuatro operadores de referencia. Por otro lado, los consumidores seguirán rompiendo las reglas: las franjas para alimentarse serán cada vez más abiertas, y los establecimientos tendrán que prepararse para ser una extensión de las cocinas y salones de los hogares. Espacios preparados para trabajar, convivir o estar un rato a solas.

¿Rentabilidad?  
¿Calidad?  
¿Éxito?

Descubre la franquicia que aúna estos 3 conceptos, con la mínima inversión. Sushimore.

Forma parte de nuestro equipo

(34) 662 52 07 45  
www.sushimore.com  
expasion@sushimore.com

sushimore

## TENDENCIAS 2019:



EVA BALLARÍN

### HEALTHY - GLOBAL - FOODTERTAINEMENT

En el horizonte 2020, nuevos modelos de negocio surgen a partir de las nuevas tendencias. Primará la gestión con herramientas digitales, la diferenciación del negocio, el interiorismo estratégico y experiencial para los negocios "brick & mortar" y la capacidad de online engagement. Nuevos modelos centrados en la demanda de experiencias, personalización e integración con el plano Digital.

Estos modelos se alinearán con la evolución de las sociedades modernas, que abrazan un estilo más holístico de salud y la ultra-personalización, lo que nos lleva al auge de la cocina de proximidad, consumo de plant based food y una nueva sensibilidad al desperdicio alimentario y el waste en las cocinas profesionales.

Todo ello para satisfacer al Global Experiencial Citizen, el ciudadano cosmopolita, viajero y nómada laboral, hiperconectado e hiperinformado que compone la nueva sociedad. En ella, por primera vez, conviven SEIS generaciones de consumidores a quienes servir propuestas hiper-segmentadas en tipo de experiencia y oferta gastronómica. Establecimientos basados en la tecnología para generar experiencias, espacios de entretenimiento con la gastronomía como reclamo y atractivo central (food courts urbanos, cabaret dining...), negocios ultra-convenience y la transformación del restaurante en cook room con el delivery como meta, la última gran disrupción del sector.

Se avecina una era apasionante. En este nuevo escenario, un sector trabajando unido avanzará más rápido.



cómo publicar tu franquicia en **fh franquiciashoy**

registra tu franquicia en **3 pasos**

**1** Entra en el portal [franquiciashoy.es](http://franquiciashoy.es) y pincha en la pestaña "registra tu franquicia".

**2** Rellena los datos económicos sobre la franquicia y los datos de contacto.

**3** Sube las fotos de la enseña y empieza a disfrutar de las ventajas de estar en nuestro portal.

Formar parte de uno de los locales nocturnos de moda en España es ahora posible



- ...Atractivo
- ...De Éxito
- ...Rentable
- ...Sencillo
- ...Serio pero divertido



Monta tu propio Taco Way por sólo

**26.000€**

y sé referente en tu zona



Si quieres formar parte de Taco Way ponte en contacto con nosotros y te informaremos.

644 59 70 73

[brunariva81@gmail.com](mailto:brunariva81@gmail.com)

# REPORTAJE

## ENSEÑAS DEL SECTOR

- ◆ MALVY'S SHAKES
- ◆ ROMAN PIZZA
- ◆ COSECHAS
- ◆ TACO WAY
- ◆ GUACAMOLE
- ◆ ICECOBAR
- ◆ SUBLIME DREAMS FOOD
- ◆ BRASA Y LEÑA
- ◆ KURZ&GUT
- ◆ MARTONELA



**MALVY'S SHAKES**  
La tentación más dulce

Cerca de la calle Fuencarral en Madrid, exactamente en la calle Onofre Nº 6 ha nacido un concepto de restauración que destaca por su imagen y sus productos. Su oferta está basada en elaboraciones artesanales que han triunfado en otros países. Se trata de Malvy's Shakes. Su dueña, Yolanda, decidió importar esta idea tras viajar por ciudades como Nueva York, Japón o Londres. "Malvys surgió viajando. Cuando viajas descubres que aún hay un millar de maravillosas ideas por traer a nuestro país. Intento traer un trocito de cielo dulce de otros lugares del mundo a nuestro país y parece que por ahora lo estoy consiguiendo" asegura su fundadora.

En su carta podemos encontrar batidos, bollería o helados 100 % veganos. Pero además de por sus productos elaborados de forma artesana, Malvy's Shakes llama la atención del público por la presentación de sus productos; como sus Crazy Shakes, batidos adornados con múltiples formas y diferentes toppings en los bordes del vaso. Es famoso también su taiyaki, conocido popularmente como un pez de masa de gofre relleno de helado y otros productos, o los Black Scones y Cottons Candy de Londres.

En 2018, este concepto decidió expandirse bajo la fórmula de franquicia y para iniciar ese recorrido, esta enseña requiere una inversión de 23.900 €. Malvy's Shakes se define como una franquicia de operativa sencilla que cuenta con productos artesanos. Tanto su imagen como sus productos son una auténtica tentación.



**ROMAN PIZZA**  
De asador a pizzería

Con el objetivo de ofrecer al cliente un producto artesano y diferente nace Roman Pizza. Un concepto de negocio que mezcla pizzería y obrador y que cuida todos los detalles de la elaboración de su carta de pizzas consiguiendo satisfacer los paladares más exigentes.

Su negocio familiar inicial era un restaurante asador que con su horno de leña cocinaba todo tipo de platos, desde asados hasta arroces, panes e incluso postres. De ahí comenzaron a plantear una carta muy personal en la que destacara su masa y ahí se iniciaron en la pizza habiendo conseguido a día de hoy, crear una pizza con identidad propia.

Roman Pizza cuenta con 12 establecimientos abiertos. "Nuestro objetivo de expansión se basa en sentar unas buenas bases a nivel de todo el territorio de Catalunya. Tanto a nivel de marca, calidad, logística y desarrollo. Una vez logrado esto, empezar a expandirnos por todo el territorio nacional. Centrándonos inicialmente en poblaciones dentro de las comunidades de Madrid, Zaragoza y Valencia" asegura Diego Roman, CEO de Roman Pizza.

Una de las características más destacadas de Roman Pizza son sus ingredientes. Diego Roman asegura que quieren ofrecer "al cliente productos que verdaderamente sean de calidad. A día de hoy, parte de la industria alimentaria está muy "adulterada". Pretendemos entonces poder ofrecer una pizza que esté elaborada con productos de proximidad y calidad". Todo esto, más su saber hacer, hacen que la masa de Roman Pizza sea única en el mercado y con personalidad propia.

# GUACAMOLE

MEXICAN - FOOD

La PRIMERA franquicia especializada en

## MED-TEX

Con los ingredientes más frescos del Mediterráneo y con el auténtico sabor de México



Desde sólo **40.000€**

Para más información [rvfoodsgroup@gmail.com](mailto:rvfoodsgroup@gmail.com)



### COSECHAS

La franquicia de bebidas saludables

Es líder en preparación de bebidas saludables en Latinoamérica, nació en 2008 en Costa Rica y su éxito se basa en los batidos de frutas y hortalizas de gran calidad compradas en origen y a productores locales, además de su atención al cliente.

Cosechas nace con la idea de ofrecer al cliente un producto saludable, fresco, preparado de forma rápida y que se pudiera llevar. Actualmente, Cosechas ofrece al cliente una amplia gama de productos entre los que se encuentran smoothies, zumos con frutas en agua, batidos basados en leche (Milkshake, con helado o yogur), batidos de frutas exóticas y funcionales en agua.

La franquicia Cosechas es reconocida en Latinoamérica y cuenta con más de 1.200 puntos de venta repartidos en 13 países como Estados Unidos, México, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Panamá, Colombia, Brasil, Perú, República Dominicana, Vietnam, Bolivia y Portugal.

Su operativa es sencilla y está contrastada. La inversión que requiere es de 25.000 € sin pagos mensuales ni royalties. Con una baja inversión, tiene una rápida recuperación de lo invertido por lo que es un negocio muy apto para el autoempleo. Tampoco requiere demasiados costes operativos y su producto está adaptado a cualquier franja horaria y a todo tipo de clientes.



### TACO WAY

Coctelería y buen ambiente

La hostelería y el ocio nocturno son las claves de la franquicia Taco Way, una enseña donde se pueden disfrutar de los mejores cócteles y bebidas de primeras marcas. Su ambiente animado, su atención única y la alta calidad de sus productos hacen que Taco Way sea el lugar de referencia para el público en Tarifa, lugar donde está instalada esta franquicia.

Margaritas, Daiquiris, Caipirinhas, Mojitos, Tequilas, una exclusiva carta de cervezas, copas, ginebras Premium, cócteles sin alcohol... son algunos de los productos que se pueden encontrar en Taco Way.

La decoración del local de Taco Way es desenfadada y divertida. Está inspirada en México, en sus símbolos y colores. Con ella el cliente se olvida de sus preocupaciones y disfruta de su visita a Taco Way.

Actualmente Taco Way se encuentra desarrollando su expansión por todo el territorio nacional siguiendo el formato de franquicia. Para abrir un Taco Way es necesario una inversión de 26.500 € y entre sus ventajas están los excelentes márgenes económicos para el franquiciado, acuerdos con proveedores, cursos de formación, baja inversión y rápida amortización, negocio de fácil gestión, acuerdos de financiación, soporte y ayuda para encontrar el local adecuado y sobre todo un negocio diferente y atractivo.



### **GUACAMOLE** Franquicia de Mexican Food

Basado en la comida Tex Mex, Guacamole es un concepto de hostelería que ofrece comida mexicana elaborando productos frescos y saludables. Burritos, quesadillas, tacos... y mucho más podemos encontrar en esta enseña que comenzó su expansión como franquicia en 2017 con elaboraciones a precios muy competitivos.

La luz y comodidad destacan a sus locales que cuentan con una decoración azteca.

Guacamole ofrece servicio en la mesa, pero también de "take away". Y entre las ventajas de franquiciar su negocio se encuentra el gran margen comercial que genera, el alto reconocimiento de la imagen de la marca, una inversión baja y por debajo de la competencia, y un plan de marketing y publicidad de forma continua y excelentes acuerdos con proveedores.

Franquiciar un establecimiento de Guacamole supondría una inversión de 43.800 € y sólo es necesario un local de 60 metros cuadrados sin apenas obra civil ya que su implantación es muy sencilla.

Se trata de un negocio testado, seguro y adaptado a todo tipo de franquiciados, desde un perfil de autoempleo hasta un perfil inversor. Con una dilatada experiencia, para cualquier emprendedor y/o inversor que quiera emprender un excelente negocio en el mundo de la hostelería, Guacamole Mexican Food le apoyará en todo lo necesario para convertir su decisión en una excelente oportunidad de negocio, presentando una inversión más que asequible.



### **ICECOBAR** El helado con show

La franquicia IceCoBar es un negocio de helados a la plancha cuya idea surgió tras un viaje a Tailandia. Benjamin Gomes residía en París y después de acabar los estudios emprendió un viaje que le llevaría a instalarse en España hace dos años y crear IceCoBar. "Después de terminar mi Master Business Administration en París y en plena búsqueda de concepto para emprender, viajé a Tailandia y me encuentro con unos puestos callejeros de helados muy originales. Hechos al minuto en una plancha fría a -20 grados, totalmente natural y riquísimo. Este espectáculo me llamó mucho la atención y decidí traerlo a España para montarlo en Franquicia y conquistar todo el territorio" nos cuenta el fundador de esta enseña Benjamin Gomes.

IceCoBar comenzó su expansión en junio de 2018 y ahora tiene 9 tiendas funcionando. "El objetivo factible es contar con 30 tiendas en España para el año 2020 y validar el inicio de nuestra expansión europea, empezando con Portugal y Francia donde tenemos candidatos claros y avanzados" señala el fundador de IceCoBar.

Con su rompedora forma de servir el helado, IceCoBar hace de sus helados una obra de arte y decidieron franquiciar debido a la gran expectación "y la clientela nos pedía abrir más tiendas y estar más presente en muchos sitios de España. Además, IceCoBar es un concepto copiable con una gestión sencilla, así que la oportunidad de expandirse era clara" asegura Benjamin Gomes.

Para franquiciar IceCoBar es necesaria una inversión desde 32.000 €.



### **SUBLIME DREAMS FOOD** La hamburguesa fitness

Sus hamburguesas son conocidas y famosas. Sublime Dreams Food tiene una oferta de hamburguesas diferentes y originales que han elevado al Top 10 a las hamburguesas de este negocio creado con pasión y esfuerzo por parte de Raúl, Juan y Fran. Tres soñadores que han apostado por una oferta gastronómica diferente en el centro de Madrid. Francisco, uno de los fundadores lo define como una "efervescente y refrescante propuesta gastronómica que emerge en el corazón de Madrid. Tienes una fantástica oportunidad de saborear excelentes hamburguesas y comida cien por cien saludable en cualquiera de sus restaurantes"

Sublime nace de la unión de sus 3 socios que dentro de sus inquietudes en el mundo empresarial deciden dar rienda suelta a sus inquietudes y montar un restaurante tan auténtico como ellos mismos. "Godino, cocinero con amplia experiencia y varios restaurantes a sus espaldas, apasionado de la cocina y del fitness, Raúl pollero con una amplia gama de hamburguesas desgrasadas con gran aceptación en el mundo del fitness y del culturismo, y Fran, ingeniero informático especializado en el marketing online y con amplio conocimiento del público del culturismo" señala Francisco. Con este escenario los tres unen fuerzas y así surge Sublime Dreams Food.

Sublime Dreams Food es el primer restaurante fitness. Pero no sólo está enfocado a este target, se dirige a todo tipo de público. Para abrir una franquicia de Sublime Dreams Food es necesario una inversión de entre 700 y 900€ por metro cuadrado. Comenzaron a franquiciar en 2018 y actualmente tienen 4 establecimientos.



### **BRASA Y LEÑA** Churrasquería Rodizio

La franquicia Brasa y Leña es una cadena de churrasquería de estilo rodizio donde se puede disfrutar de la carne cocinada al estilo brasileño.

En los establecimientos de Brasa y Leña, los churrasqueros pasan constantemente por las mesas con un rollo de carne asada. Los comensales pueden probar la carne y repetir las veces que deseen. De esta manera prueba diferentes carnes y distintos cortes. Brasayleña ofrece también una amplia y variada carta de bebidas y coctelería, para disfrutar junto con las carnes asadas al estilo rodizio brasileño.

La franquicia Brasa y Leña se definen como un negocio único a nivel internacional con acuerdos con los mejores proveedores que les permiten ofrecer la mejor calidad a precios competitivos. Otra de las ventajas de Brasa y Leña es que se trata de un grupo de restauración que invierte permanentemente en la cadena, siendo el propietario del 65% de los establecimientos. También ofrece asistencia en la gestión y en el Know-how. Además asegura que el plazo medio de amortización de la inversión es de 3 años.

Para abrir una franquicia de Brasa y Leña es necesario una inversión de 400.000 €. Brasa y Leña se constituyó en 2008 y actualmente Brasa y Leña cuenta con 27 locales.

## Participa en nuestro **Club de Inversión en Franquicias de Restauración**

## CROWDFUNDING EN RESTAURACIÓN

- Distintos proyectos
- Diversificación
- Últimas novedades del sector de la hostelería y restauración
- Nuevos modelos de negocio

Ponte en contacto con nosotros e incorpórate al Club de Inversión en Franquicias de Restauración.



### **KURZ&GUT** Un concepto con 20 años de experiencia

Kurz&Gut es corto y bueno en alemán. Comenzaron como un modelo de cervecería-salchichería alemana pero derivó en la creación de una cadena de restaurantes de comida de calidad. Su actividad comenzó en 1995 y actualmente cuentan con 13 locales.

Se trata de un concepto de restauración orientado a un público muy diverso y que cubre todas las franjas horarias ofreciendo productos con una excelente calidad-precio. Cuenta con dos décadas de experiencia en el sector y la franquicia y con un gran equipo de profesionales que hace que abrir un Kurz&Gut sea emocionante y sin incertidumbres. La enseña Kurz&Gut ofrece ayuda para buscar el mejor local y también asesoramiento y apoyo durante todo el proyecto. Para emprender una franquicia Kurz&Gut no es necesario disponer de experiencia previa y es necesaria una inversión de 260.000 €.

Sus productos estrella son las salchichas y la cerveza, aunque tiene todo tipo de platos y productos como bocadillos, hamburguesas, tapas, platos combinados, ensaladas entre otros. Su carta fue renovada recientemente y han dado la bienvenida a nuevos platos. Tienen en su carta 17 tipos de salchichas que se adaptan a los gustos de todos los consumidores. Además, cuentan con nuevas especialidades como codillo asado. Todo ello sin olvidar su gran variedad de cervezas.



### **MARTONELA** La primera Cremería Slow del mundo

Originaria de Málaga, Martonela es la primera Cremería Slow del Mundo. Este concepto de negocio surge por tres jóvenes emprendedores provenientes de una familia de tradición heladera quienes reinventan el concepto de heladería tradicional.

Martonela que sólo utiliza ingredientes 100% naturales en cada una de sus recetas, es la primera tienda-obrador de España, elaborando productos como helados, crepes, gofres o tortitas de forma artesanal al instante, por medio de un innovador sistema de producción que todo cliente puede observar en directo dentro de cada una de sus tiendas.

La enseña apoya el esfuerzo de los productores locales, elaborando su carta con las mejores materias primas e ingredientes 100% naturales de temporada y cuya procedencia provenga de entornos próximos tales como la fruta o la leche de granja empleada. Además, sus helados están formulados con un 25% menos de azúcar con el propósito de obtener una textura lo más cremosa posible.

Este concepto de negocio sigue la línea de su filosofía Slow-cream, término proveniente de Italia y con el que han querido envolver el modelo de la Martonela.

Fundada en 2017, la franquicia dispone actualmente de 4 establecimientos, todo aquel perfil interesado deberá realizar una inversión de 59.000 € para abrir su establecimiento.

# Don Gofre®

Únete al movimiento *Don Gofre*



Consigue tu franquicia Don Gofre desde 25.000 €



- ✓ Diferentes formatos adaptados a todo tipo de ubicaciones.
- ✓ Negocio rentable los 365 días del año.
- ✓ Más de 10 años de experiencia en el sector.
- ✓ Modelo de fácil gestión, ideal para autoempleo.
- ✓ Altos márgenes económicos de producto para el franquiciado.
- ✓ Baja inversión.
- ✓ Apoyo y asesoramiento por parte de la central.

## ¿Quién es Quién?

100 MONTADITOS



RESPONSABLE  
María Eugenia Tundidor  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
390

ANATOLIA KEBABS Y PIZZAS



RESPONSABLE  
Miguel Fuentes  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
9

BERTIZ



RESPONSABLE  
Jaime Sáez Pérez-Soler  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
42

BOCALAMAR



RESPONSABLE  
Mª José Rodríguez Salvado  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
1

BRASA Y LEÑA



RESPONSABLE  
Diego Gil  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
27

CAFÉ & TÉ



RESPONSABLE  
María José  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
60

CANEL ROLLS



RESPONSABLE  
David Sainz  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
5

CANTINA MARIACHI



RESPONSABLE  
Virginia Donado  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
67

CARL'S JR



RESPONSABLE  
Paz Serrano  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
8

CEREAL MONKEY'S CAFÉ



RESPONSABLE  
Ruben Robles  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
1

COSECHAS



RESPONSABLE  
Jesús Moreno Torres  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
1.205

DEHESA SANTA MARÍA



RESPONSABLE  
Ana López  
ESTABLECIMIENTOS TOTALES  
13

# ¿Quién es Quién?

# ¿Quién es Quién?

DON G



**RESPONSABLE**

Sebastián Martínez

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

13

DON GOFRE



**RESPONSABLE**

Juan Francisco Llorens

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

5

FOSTER'S HOLLYWOOD



**RESPONSABLE**

Quentin Selva

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

142

GINOS



**RESPONSABLE**

Dpto. de franquicias

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

105

JIJONENCA



**RESPONSABLE**

Azahara Flores

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

163

KARAKOL CERVECERÍA



**RESPONSABLE**

Rocío

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

4

KENTUCKY FRIED CHICKEN KFC



**RESPONSABLE**

David López

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

67

KOC, THE KING OF CHICKEN



**RESPONSABLE**

Raúl

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

1

GOOFRETTI



**RESPONSABLE**

Gonzalo Mateos

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

15

FRESCCO



**RESPONSABLE**

Ana López

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

13

GRANIER



**RESPONSABLE**

Dpto. de franquicias

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

114

GUACAMOLE MEXICAN FOOD



**RESPONSABLE**

Alejandro Ruíz Moreno

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

1

KURZ&GUT



**RESPONSABLE**

Jose Luís Fernández

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

13

LA ANDALUZA



**RESPONSABLE**

Rocío C. García

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

67

LA CHELINDA



**RESPONSABLE**

Paz Serrano

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

7

LA PIEMONTESA



**RESPONSABLE**

Edgar Sarabia

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

23

H2O JUICE BAR & VEGAN CAFE



**RESPONSABLE**

Sarah Maude

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

1

HÄAGEN-DAZS



**RESPONSABLE**

Miguel León

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

75

ICECOBAR



**RESPONSABLE**

Benjamín Gomes

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

6

INGREDIENTS: CAFÉ



**RESPONSABLE**

Guillermo

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

10

LA SUREÑA



**RESPONSABLE**

María Eugenia Tundidor

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

110

LA TAGLIATELLA



**RESPONSABLE**

Alberto Monedero

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

212

LA TÍA JUANA



**RESPONSABLE**

Francisco Martínez

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

2

LIZARRAN



**RESPONSABLE**

Virginia Donado

**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**

235

# ¿Quién es Quién?

# ¿Quién es Quién?

LLAGURT



**RESPONSABLE**  
Glòria Salomó Bosch  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
25

LLAOLLAO



**RESPONSABLE**  
Sara Pastor  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
104

LOW COST PIZZA



**RESPONSABLE**  
Nuria Alfonso  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
4

MAKITAKE



**RESPONSABLE**  
Alejandra Martín  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
6

PIZZERÍA CARLOS  
LA PIZZA QUE RECORDABAS



**RESPONSABLE**  
Dpto. de Expansión  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
59

RIBS, LA CASA DE LAS COSTILLAS



**RESPONSABLE**  
Ana López  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
35

ROMAN PIZZA



**RESPONSABLE**  
Diego Román  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
12

SANTAGLORIA



**RESPONSABLE**  
Jose Luis Fernández  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
80

MALVY'S SHAKES



**RESPONSABLE**  
Yolanda Labella Molina  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

MÁS VERMUT: APERITIVOS Y TAPAS



**RESPONSABLE**  
Hanne Dyrup  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

MASQ MENOS



**RESPONSABLE**  
Augusto Méndez de Lugo  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
30

MAZZAPAN



**RESPONSABLE**  
José Miguel Serna  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

SMÖÖY



**RESPONSABLE**  
Miguel Capitán  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
111

SUBLIME DREAMS FOOD



**RESPONSABLE**  
Fran, Raúl y Juan  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
7

TABERNA DEL VOLAPIÉ



**RESPONSABLE**  
Augusto Méndez de Lugo  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
60

TAGO WAY



**RESPONSABLE**  
Bruna Riva  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

PAN CHEF



**RESPONSABLE**  
Félix Romero Osoro  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
3

PANS & COMPANY,  
BOCADILLERÍAS



**RESPONSABLE**  
Ana López  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
190

PAPIZZA



**RESPONSABLE**  
Augusto Méndez de Lugo  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
30

PIEOLOGY



**RESPONSABLE**  
Sebastián Martínez  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

TELEPIZZA



**RESPONSABLE**  
Sandra Ramos  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
596

THE BLACK TURTLE



**RESPONSABLE**  
Fran Baena  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
8

THE GOOD BURGER



**RESPONSABLE**  
María Eugenia Tundidor  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
140

TIM HORTONS



**RESPONSABLE**  
Fernando Medina  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
20

# ¿Quién es Quién?

TONY ROMA'S



**RESPONSABLE**  
Paz Serrano  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
34

YOGURTERÍA DANONE



**RESPONSABLE**  
Sin especificar  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
28

WAFFLE BUBBLE



**RESPONSABLE**  
Borja Gómez  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
4

WYCO RESTAURANTS



**RESPONSABLE**  
Vanessa Ordóñez  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
1

VIPS



**RESPONSABLE**  
Dpto. de Franquicias  
**ESTABLECIMIENTOS TOTALES**  
96





## DON GOFRE

**Descripción:** Cuenta con más de diez años de experiencia y su valor diferencial está en la gran variedad de servicios, desde su pan recién hecho, bollería, tortitas o zumos.

**Inversión total:** Desde 26.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2012

**Creación de la franquicia:** 2012

[www.dongofre.es](http://www.dongofre.es)



## FOSTER'S HOLLYWOOD

**Descripción:** Cadena de comida americana localizada en España que heredó el mejor espíritu americano.

**Inversión total:** 525.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1971

**Creación de la franquicia:** 1971

## FRESCCO

**Descripción:** Apuesta por ofrecer una alimentación saludable, natural y equilibrada basada en los valores de la dieta mediterránea. Todo ello bajo el concepto de "Buffet de Mercado".

**Inversión total:** Inversión + Canon de entrada + Coste de adecuación del local.

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1991

**Creación de la franquicia:** 1998

## GELATIAMO

**Descripción:** Concepto de heladería + cafetería + bistro, que propone, además de excelentes gelatos, crepes y cafés, platos italianos clásico.

**Inversión total:** Desde 50.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1989

**Creación de la franquicia:** 2008

## GINOS

**Descripción:** La central asegura que optar por la franquicia Ginos es elegir una marca de restaurantes italianos consolidada.

**Inversión total:** Desde 410.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1969

**Creación de la franquicia:** 2009

## GRANIER

**Descripción:** Es la cadena de referencia del sector de la panadería de proximidad, caracterizándose por su pan de calidad y su amplia variedad de producto.

**Inversión total:** Desde 72.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2006

**Creación de la franquicia:** 2011

## GOIKO GRILL

**Descripción:** Se trata de una de las marcas revelación del ámbito de la gastronomía nacional en general y de las hamburguesas en franquicia en particular.

**Inversión total:** Sin especificar

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2013

**Creación de la franquicia:** 2013

## HÄAGEN-DAZS

**Descripción:** Cadena de tiendas con presencia mundial que proporciona a nuestros clientes el mejor y más famoso helado.

**Inversión total:** Desde 80.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1976

**Creación de la franquicia:** 1992

## HELADERÍAS CARTE D'OR

**Descripción:** Sumándose al proyecto de las Heladerías Carte d'Or, el franquiciado accederá a una de las marcas de helados más conocidas.

**Inversión total:** Desde 60.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1992

**Creación de la franquicia:** 2001

## HORNO SANBRANDAN

**Descripción:** Ofrece la oportunidad a los emprendedores de servir a sus clientes una variedad de productos gallegos recién horneados.

**Inversión total:** 120.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1967

**Creación de la franquicia:** 1995

## ICE WAVE

**Descripción:** Una heladería que destaca por su producto: helados presentados en rollo, a diferencia del estilo tradicional de la competencia.

**Inversión total:** Desde 55.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2015

**Creación de la franquicia:** 2016

## IL CAFFE DI ROMA

**Descripción:** La cadena de franquicias de cafeterías Il Caffè di Roma está especializada en la venta y degustación de café, té y chocolate.

**Inversión total:** 108.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1994

**Creación de la franquicia:** 1999

## INGREDIENTS: CAFÉ

**Descripción:** Un coffee shop nacido para transmitir la cultura del café. Partimos del deseo de ofrecerte los más extraños y exquisitos cafés del mundo.

**Inversión total:** 85.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2007

**Creación de la franquicia:** 2009

## KENTUCKY FRIED CHICKEN KFC

**Descripción:** KFC es la cadena más grande de restaurantes especializados en recetas de pollo.

**Inversión total:** 600.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1952

**Creación de la franquicia:** 1971

## KUBO KING

**Descripción:** Son bares donde disfrutar de cubos fríos llenos de botellines de cerveza acompañados de suculentas raciones.

**Inversión total:** Desde 50.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2012

**Creación de la franquicia:** 2013

## H2O JUICE BAR & VEGAN CAFÉ

**Descripción:** H2o Vegan es un concepto de hostelería de comida vegana con una amplia y exclusiva oferta de platos completamente veganos.

**Inversión total:** 19.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2015

**Creación de la franquicia:** 2019



## ICECOBAR

**Descripción:** IceCoBar es una original franquicia de helados naturales elaborados a la plancha y que se sirven al momento en forma de rulo.

**Inversión total:** Desde 32.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2016

**Creación de la franquicia:** 2017

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



## LA JIJONENCA

**Descripción:** Ofrece a los emprendedores la oportunidad de franquiciar uno de sus establecimientos emblemáticos de heladería artesana, con más de 40 años de tradición.

**Inversión total:** 40.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1968

**Creación de la franquicia:** 1920

[www.jijonenca.es](http://www.jijonenca.es)



## LA CHELINDA

**Descripción:** La Chelinda es la propuesta gastronómica especializada en auténtica cocina mexicana del grupo Beer&Food.

**Inversión total:** Desde 980.000 € - metro cuadrado.

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2016

**Creación de la franquicia:** 2016

## LA MAFIA SE SIENTA A LA MESA

**Descripción:** Restaurante italiano de referencia. Actualmente ha superado la treintena de establecimientos en España y continúa con su expansión.

**Inversión total:** 340.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2000

**Creación de la franquicia:** 2002

## LA NICOLETTA

**Descripción:** La Nicoletta es una franquicia de restaurantes especializados en gastronomía italiana de alta calidad.

**Inversión total:** Desde 250.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2004

**Creación de la franquicia:** 2013

## GOOFRETTI

**Descripción:** Creps, gofres, helados, cafés... Una gama amplia de productos de fabricación propia y una sistema de venta único.

**Inversión total:** Según modelo de negocio.

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2010

**Creación de la franquicia:** 2013

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



## GUACAMOLE MEXICAN FOOD

**Descripción:** Guacamole Mexican Food es un concepto de hostelería basado en comida Tex Mex, elaborada con productos frescos y saludables.

**Inversión total:** 31.800 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2016

**Creación de la franquicia:** 2017



## KARAKOL

**Descripción:** Cervecería Karakol es una franquicia de hostelería de inversión reducida que destaca por la calidad de su servicio y sus productos.

**Inversión total:** 60.000 € canon incluido

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1993

**Creación de la franquicia:** 2018



## KOC, THE KING OF CHICKEN

**Descripción:** KOC es una red para la venta de una amplia variedad de productos especiales y delicatessen Fitness Food, elaborados a partir de pollo de corral certificado.

**Inversión total:** Desde 26.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1979

**Creación de la franquicia:** 2018

[www.thekingofchicken.es](http://www.thekingofchicken.es)



## KURZ&GUT

**Descripción:** Es un concepto de restauración orientado a un público diverso que sabe lo que quiere, por ello dispone de una gran oferta gastronómica.

**Inversión total:** 260.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1995

**Creación de la franquicia:** 1997

[www.kurz-gut.com](http://www.kurz-gut.com)



## LA ANDALUZA

**Descripción:** Una de las franquicias de restauración con más éxito en España, pertenece a El Grupo Empresarial La Andaluza, que tiene más de 15 años de experiencia.

**Inversión total:** 40.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2013

**Creación de la franquicia:** 2013

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



## LA PIEMONTESE

**Descripción:** Concepto de negocio basado en restaurantes de cocina italiana de calidad, de fácil gestión y alta rentabilidad.

**Inversión total:** 521.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2013

**Creación de la franquicia:** 2013

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



## LA TIA JUANA

**Descripción:** La Tía Juana es una franquicia de restaurantes mexicanos, 100% auténticos, con una gastronomía y un ambiente diferencial, que genera una alta rentabilidad.

**Inversión total:** 88.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2014

**Creación de la franquicia:** 2018

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



## LA SUREÑA

**Descripción:** Cervecería La Sureña nace para ofrecer la mejor gastronomía del Sur en raciones y acompañada de cubos de botellines de cerveza.

**Inversión total:** Local + canon

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2004

**Creación de la franquicia:**

2010

## LA TAGLIATELLA

**Descripción:** Cadena de restaurantes especializados en gastronomía italiana de alta calidad, integrada en el grupo empresarial Restauravia Food.

**Inversión total:** 719.060 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1985

**Creación de la franquicia:**

2001

## LE KIOSQUE À PIZZAS

**Descripción:** Es franquicia de restauración muy económica y rentable, que ofrece un concepto de comida rápida a través de pequeños kioscos diseñados para la venta de pizzas artesanales.

**Inversión total:** 120.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2001

**Creación de la franquicia:**

2001

## LIZARRAN

**Descripción:** Marca española líder del sector y nombrada la mejor franquicia de restauración de Europa en 2018. Tiene presencia en más de 14 países

**Inversión total:** 110.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2006

**Creación de la franquicia:**

2007

## LLAOLLAO

**Descripción:** Gran calidad y sabor de su producto estrella: el yogurt artesanal. Se sirve recién elaborado.

**Inversión total:** Desde 55.800 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2009

**Creación de la franquicia:**

2009

## LOOPS AND COFFEE

**Descripción:** Oferta de rosquillas o Loops de diferentes aromas, sabores y colores, acompañados con nuestros cafés, batidos, helados, zumos, etc.

**Inversión total:** 32.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2011

**Creación de la franquicia:**

2012

## LLAGURT

**Descripción:** Es un proyecto que se inició en 2010 en Girona llevado a cabo por dos chicas gerundenses con los valores de calidad, esfuerzo, proximidad y trato humano.

**Inversión total:** Desde 30.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2010

**Creación de la franquicia:** 2011

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



## LOW COST PIZZA

**Descripción:** Es una franquicia de comida rápida que centra su modelo de negocio en la elaboración y distribución de pizzas a un precio altamente competitivo.

**Inversión total:** Desde 90.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2016

**Creación de la franquicia:** 2018

[www.lowcostpizza.es/](http://www.lowcostpizza.es/)



## MAKITAKE

**Descripción:** Surge de la necesidad en el mercado español de un nuevo concepto de comida rápida japonesa a domicilio

**Inversión total:** Desde 30.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2017

**Creación de la franquicia:**

2015

## MAMÁ GOYE

**Descripción:** La franquicia Mamá Goye es una empresa dedicada a la elaboración de helados, chocolates, pasteles, bollería y postres.

**Inversión total:** Desde 50.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1999

**Creación de la franquicia:**

2002

## MALVY'S SHAKE

**Descripción:** En la franquicia Malvy'S Shakes contamos con una gran variedad de sabores para nuestros batidos y los acompañamos de una estupenda bollería artesana.

**Inversión total:** 23.900 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2017

**Creación de la franquicia:** 2018

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



## MÁS VERMUT: APERITIVOS Y TAPAS

**Descripción:** En Más Vermut han creado una marca que apuesta por la producción artesanal y la utilización de productos naturales para la elaboración de sus creaciones.

**Inversión total:** Desde 62.000 € (Canon incluido)

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2017

**Creación de la franquicia:** 2019



## MC DONALD'S

**Descripción:** Máxima representación de una cadena de restauración fast food. Especializada en hamburguesas.

**Inversión total:** 900.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1981

**Creación de la franquicia:**

1955

## MAMMA LUISA

**Descripción:** Es una marca única dentro del sector de la pequeña restauración ya que aúna con éxito varios conceptos: heladería, venta de polos y yogurtería.

**Inversión total:** 64.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1985

**Creación de la franquicia:**

2009

## MASQMENOS

**Descripción:** Nuevo concepto de cafetería-restaurant que nace para satisfacer las necesidades de hoy. Buen producto, inmejorable relación calidad-precio y rapidez.

**Inversión total:** Desde 140.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2017

**Creación de la franquicia:** 2017

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



## MAZZAPAN

**Descripción:** Es un concepto de hostelería que mezcla cafetería, pastelería y panadería con un producto de calidad, único y de gran sabor.

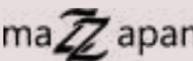
**Inversión total:** 89.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2018

**Creación de la franquicia:** 2018

[www.mazzapan.es/](http://www.mazzapan.es/)



## MARTONELA

**Descripción:** Es la primera cadena de cremerías 'slow' del mercado, un negocio que combina heladería y crepería artesanal, con toques cosmopolitas y creativos.

**Inversión total:** 51.900 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 2017

**Creación de la franquicia:**

2018

## MUI JAPONÉS

**Descripción:** Sirve en bandeja un negocio de hostelería atractivo, basado en la cocina tradicional japonesa y con altos márgenes operativos para sus franquiciados.

**Inversión total:** Desde 390.000 €

**País de origen:** España.

**Creación de la empresa:** 1958

**Creación de la franquicia:**

2011

## MUERDE LA PASTA

**Descripción:** Muerte de la Pasta es una franquicia de restaurantes italo-mediterráneos que destaca por su original concepto de buffet a precio cerrado.  
**Inversión total:** Desde 500.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2007  
**Creación de la franquicia:** 2007

## NOSTRUM

**Descripción:** Productos caseiros y naturales. Gran variedad de deliciosos platos equilibrados y a precios convenientes.  
**Inversión total:** 68.000 € + Obra  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1998  
**Creación de la franquicia:** 1999

## ÑAM RESTAURANTE&BAR

**Descripción:** Se caracteriza por espacios acogedores, diseñados en un ambiente moderno e innovador, para que el cliente pueda disfrutar de nuestros platos.  
**Inversión total:** 90.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2016

## O MAMMA MIA

**Descripción:** Cocina italiana. El modelo que ofrecemos a los franquiciados está muy rodado y estudiado para fomentar una rentabilidad alta y rápida.  
**Inversión total:** Desde 150.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1972  
**Creación de la franquicia:** 2015

## PANARIA

**Descripción:** Es una panadería donde el cliente puede escoger entre más de veinte variedades distintas de pan de autor.  
**Inversión total:** 80.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2015

## PAN CHEF

**Descripción:** Transforma el concepto de los Coffee & Bakery con un estilo propio, basado en el valor del producto, la calidad y la rentabilidad de sus centros.  
**Inversión total:** 40.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2017  
**Creación de la franquicia:** 2018  
[www.panchef.com](http://www.panchef.com)



## PANISHOP

**Descripción:** Panishop es una franquicia de venta de productos de panadería, bollería, pastelería y piccolabis con espacio de degustación.  
**Inversión total:** Desde 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1993  
**Creación de la franquicia:** 1994

## PAPIZZA

**Descripción:** Ofrecemos la mejor pizza al taglio, con dos tipos de masa (siciliana y romana), elaborada con ingredientes de primera calidad y con la receta tradicional.  
**Inversión total:** Desde 70.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2015  
[www.papizza.es](http://www.papizza.es)



## PANNA & FRAGOLA

**Descripción:** Es la franquicia revolucionaria que combina el auténtico helado artesanal al estilo italiano con el yogur helado.  
**Inversión total:** 45.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2007  
**Creación de la franquicia:** 2015

## PANUS

**Descripción:** Es la única franquicia integral en su sector; una franquicia de éxito garantizado. En Pannus nos preocupamos por seguir con la tradición artesana.  
**Inversión total:** Desde 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2011  
**Creación de la franquicia:** 2012

## PANS & COMPANY, BOCADILLERÍAS

**Descripción:** Compañía líder en el mercado español de bocabillería, que apuesta por una nueva dimensión en el concepto de restauración rápida de calidad.  
**Inversión total:** Inversión + Canon de entrada + Coste de adecuación del local.  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1991  
**Creación de la franquicia:** 1993

## PIELOGY

**Descripción:** Es una marca para los amantes de la pizza. Ofrece pizzas californianas 100% personalizables con ingredientes ilimitados y millones de combinaciones posibles.  
**Inversión total:** Desde 120.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2011

## PIZZA BUONA

**Descripción:** Equipo joven y muy preparado. Nuestras condiciones exclusivas conseguirán rentabilizar tu negocio desde el primer día.  
**Inversión total:** Desde 50.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2009  
**Creación de la franquicia:** 2012

## PIZZA HUT

**Descripción:** Es una marca de reconocido prestigio mundial con más de 13.000 franquicias. Forma parte de Grupo Yum.  
**Inversión total:** 350.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1955  
**Creación de la franquicia:** 1980

## PIZZA MÓVIL

**Descripción:** Nos centramos en la calidad de nuestros productos y servicio. Somos la única cadena que trabaja con masa fresca.  
**Inversión total:** Desde 250.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1989  
**Creación de la franquicia:** 1990

## PURE CUISINE

**Descripción:** Es un nuevo concepto de restaurantes fast good de comida asiática y take away que se presenta como un showcooking ante al cliente.  
**Inversión total:** Desde 80.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2012  
**Creación de la franquicia:** 2016

## PIZZERÍA CARLOS, LA PIZZA QUE RECORDABAS

**Descripción:** Es un negocio de restaurantes familiares, acogedores, jóvenes y dinámicos, que centra su carta en pizzas elaboradas artesanalmente.  
**Inversión total:** 250.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2009  
**Creación de la franquicia:** 2010  
[www.pizzeriascarlos.com/](http://www.pizzeriascarlos.com/)



## RIBS, LA CASA DE LAS COSTILLAS

**Descripción:** Auténtica experiencia americana: una marca representativa y con gran potencial de crecimiento, que destaca por la continua innovación y originalidad.  
**Inversión total:** Inversión + Canon de entrada + Coste de adecuación del local.  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1991  
**Creación de la franquicia:** 1991

## ROMAN PIZZA

**Descripción:** Es un concepto de pizzería-obrador artesano que nace del impulso y la ilusión de ofrecer un producto diferente.  
**Inversión total:** 43.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2018  
[www.romanpizza.net/](http://www.romanpizza.net/)



## SANTA GLORIA

**Descripción:** Forma parte del grupo Foodbox, una innovadora plataforma de restauración multimarca que ha nacido para liderar la restauración organizada española.  
**Inversión total:** Desde 140.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2015  
[www.santagloria.com](http://www.santagloria.com)



## SMÖÖY

**Descripción:** Smöoy es una franquicia española que fabrica y vende yogurt helado, con más de 150 establecimientos y presencia en 14 países de 4 continentes.  
**Inversión total:** 55.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2010

## RODILLA

**Descripción:** Fundada en 1939 por Antonio Rodilla, cuenta con más de 100 locales por España y está orientada completamente a las necesidades del consumidor.  
**Inversión total:** 300.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1939  
**Creación de la franquicia:** 1995

## STEAK'N SHAKE

**Descripción:** Steak'n Shake es una red de restaurantes estadounidense especializada en hamburguesas, batidos y patatas fritas.  
**Inversión total:** 500.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1934  
**Creación de la franquicia:** 1934

## STARBUCKS

**Descripción:** Lleva operando más de 10 años en nuestro país gracias a la Joint Venture acordada con el Grupo Vips.  
**Inversión total:** Sin especificar  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1991  
**Creación de la franquicia:** 1971

## SUBWAY

**Descripción:** Supone la fórmula perfecta para rentabilización de nuevos locales, con poca necesidad de personal y espacio disponible.  
**Inversión total:** 130.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1965  
**Creación de la franquicia:** 1974

## SUSHIGO

**Descripción:** La franquicia SUSHIGO es un restaurante especializado en productos de sushi de alta calidad y servidos únicamente a domicilio y take away.  
**Inversión total:** Desde 50.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2010

## SUSHIMORE

**Descripción:** Supone la fórmula perfecta para rentabilización de nuevos locales, con poca necesidad de personal y espacio disponible.  
**Inversión total:** 39.950 € + IVA  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2011

## TACO BELL

**Descripción:** La franquicia Taco Bell, es una franquicia de fast food que se dedica a la venta de comida de estilo mejicano.  
**Inversión total:** Desde 1.090.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1962  
**Creación de la franquicia:** 1962

## SUBLIME DREAMS FOOD

**Descripción:** Especializada en hamburguesas donde los clientes preocupados por su salud, puedan disfrutar de nuestros platos, sin renunciar al sabor.  
**Inversión total:** 90.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2016  
**Creación de la franquicia:** 2018  
[www.sublimedreamsfood.es](http://www.sublimedreamsfood.es)



## TABERNA DEL VOLAPIÉ

**Descripción:** Concepto de restauración andaluza, que mezcla originalidad, calidad de productos y arte por todas sus rincones.  
**Inversión total:** Desde 140.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2015  
[www.foodbox.es](http://www.foodbox.es)



## TACO WAY

**Descripción:** Taco Way es una franquicia de ocio nocturno y hostelería donde se disfrutan los mejores cocktails y bebidas, elaboradas con mimo y primeras marcas.  
**Inversión total:** 26.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2018



## THE BLACK TURTLE

**Descripción:** El concepto The Black Turtle nace en España con el propósito de recuperar, con toque street food, las clásicas hamburguesas americanas.  
**Inversión total:** Mínima de 190.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2015  
**Creación de la franquicia:** 2013  
[www.theblackturtle.es](http://www.theblackturtle.es)



## TACO-AWAY

**Descripción:** Compañía de restauración cuya especialización es la comida Tex Mex ha empezado a expandirse a través de franquicia  
**Inversión total:** Desde 12.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2014  
**Creación de la franquicia:** 2014

## TASTY POKE BAR

**Descripción:** Tasty Poke Bar se ha convertido en el nuevo templo de Poke en Madrid siendo una referencia en toda dieta healthy por su completo equilibrio nutricional.  
**Inversión total:** 33.200 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2017  
**Creación de la franquicia:** 2018

## TATE'S BURGUER

**Descripción:** Es una hamburguesería española que presenta este plato de la cocina norteamericana fusionado con los sabores de la gastronomía nacional.  
**Inversión total:** 70.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2009  
**Creación de la franquicia:** 2014

## TELEPIZZA

**Descripción:** Telepizza es pionera en el reparto de comida a domicilio en España. Desde sus inicios, ha sido líder en el sector del delivery español.  
**Inversión total:** Desde 180.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1988  
**Creación de la franquicia:** 1989

## THE GOOD BURGUER

**Descripción:** Hamburguesería donde se atrae al cliente por la calidad de sus productos.  
**Inversión total:** Local + Canon  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2004  
**Creación de la franquicia:** 2013

## TIM HORTONS

**Descripción:** Actualmente la marca cuenta con más de 4.600 establecimientos a lo largo del mundo. Desde el año 2018 la franquicia entró a España.  
**Inversión total:** Sin especificar  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1964  
**Creación de la franquicia:** 1967

## TODO BUENO

**Descripción:** Todo Bueno es una cadena de panaderías enfocada a la venta de pan de alta calidad y bollería de altísima calidad de marca reconocida a nivel nacional.  
**Inversión total:** 26.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2017  
**Creación de la franquicia:** 2017

## TONY ROMA'S

**Descripción:** Comprometidos a ofrecer a nuestros clientes las mejores costillas que se pueden encontrar. Utilizando nuevos estilos de costilla y sabores de salsas.  
**Inversión total:** Desde 500.000 €  
**País de origen:** EEUU  
**Creación de la empresa:** 1972  
**Creación de la franquicia:** 2001

## TRADICIONARIUS

**Descripción:** La franquicia Tradicionarius es un negocio de panadería y cafetería, anclado en una tradición centenaria que ahora han profesionalizado.  
**Inversión total:** Desde 98.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 1996  
**Creación de la franquicia:** 2013

## UDON

**Descripción:** Referente en gastronomía asiática con una oferta inspirada en las tabernas tradicionales japonesas a precio competitivo.  
**Inversión total:** 250.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 2004  
**Creación de la franquicia:** 2009

## VIPS

**Descripción:** La cadena de cafeterías-restaurantes VIPS es un concepto líder en su segmento en España y está avalada por más de 45 años de experiencia.  
**Inversión total:** Desde 483.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 1969  
**Creación de la franquicia:** 2013

## VIPS SMART

**Descripción:** VIPS Smart combina lo mejor de un restaurante VIPS con lo mejor del "Fast Food".  
**Inversión total:** 400.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 1969  
**Creación de la franquicia:** 2013

## WOGABOO

**Descripción:** Franquicia Wogaboo es un concepto con un eco social muy potente. Original, moderno e informal con diferentes premios a la decoración y por concepto.  
**Inversión total:** 263.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2010

## WOWBLE!

**Descripción:** Trae a España el boom de los bubble drinks, adaptándolo al mercado español y convirtiendo el concepto en una coctelería sin alcohol, sana y divertida.  
**Inversión total:** 35.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2013

## WAFFLE BUBBLE

**Descripción:** Es una compañía creada por empresas de éxito en el sector hostelería, construcción y marketing.  
**Inversión total:** 18.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2017  
**Creación de la franquicia:** 2018  
[www.wafflebubblecompany.com](http://www.wafflebubblecompany.com)



## WYCO RESTAURANTS

**Descripción:** Lugar de referencia donde reunirte con amigos o familiares y disfrutar de una variada oferta gastronómica American Food a precios económicos.  
**Inversión total:** 85.000€ /120m2  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 2016  
**Creación de la franquicia:** 2018

## YOGURTERÍA DANONE

**Descripción:** Tres pilares esenciales nos han ayudado a evolucionar nuestra oferta de productos y nuestra marca desde 1919, manteniendo el auténtico yogur Danone.  
**Inversión total:** 68.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 1919  
**Creación de la franquicia:** 2012

## YOGURTLANDIA

**Descripción:** Sano como el yogurt, bueno como el helado. Esta es la franquicia de yogurtería 100% italiana que revoluciona este emergente sector.  
**Inversión total:** Desde 23.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 1995  
**Creación de la franquicia:** 1996

## YOYOGURT

**Descripción:** Son pequeños establecimientos de hostelería, especializados en yogurt helado, que necesitan una inversión reducida.  
**Inversión total:** Desde 39.000 €  
**País de origen:** España  
**Creación de la empresa:** 2001  
**Creación de la franquicia:** 2001

# CONSULTA TODOS LOS NÚMEROS DE **ESPACIO FRANQUICIA** Y más...



Es una publicación de  
**Franquiciashoy.es 2019**

C/ del Poeta Joan Maragall , 38  
28020, MADRID  
Tel.: 911 592 106  
[www.franquiciashoy.es](http://www.franquiciashoy.es)  
[info@franquiciashoy.es](mailto:info@franquiciashoy.es)

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

**Dirección:**

Selina Olmedo

**Redacción y Colaboradores:**

Judith García-Cuevas

Sergio Darias

Andrés Álvarez

**Diseño y Maquetación:**

Scherezade De los Santos

**Publicidad:**

Gloria Periañez

con la colaboración de **Tormo Franquicias**

# ESPACIO franquicia

© Franquiciashoy.es 2019

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.