

# ESPACIO 15 *franquicia*

Una publicación de  
**fh** franquiciashoy

## REPORTAJE

Conoce las claves y tendencias latentes del sector

## ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL SECTOR?

Identifica todas las enseñas del sector de las tiendas especializadas y sus responsables

## ENTREVISTAS

Amazing Jewelry, EurekaKids y SQRUPS! nos desvelan su visión y previsión de futuro en este sector

## DIRECTORIO

Descubre el directorio más completo del sector de tiendas especializadas

# TIENDAS

# ESPECIALIZADAS

LA ESPECIALIZACIÓN RENTABLE EN FRANQUICIA

# ÍNDICE

## NOTICIAS

4

La actualidad más representativa del sector de tiendas especializadas.

## ENTREVISTAS

21

Entrevistamos a diferentes personalidades de distintos grupos del sector como Amazing Jewelry, EurekaKids o SQRUPS!.

## REPORTAJE SECTOR

6

El sector de tiendas especializadas 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.

## REPORTAJES EMPRESAS

30

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

## CLAVES DEL SECTOR

16

Conoce las principales claves de éxito del buque insignia de la franquicia, el sector de tiendas especializadas.

## ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL SECTOR?

34

Conoce a los protagonistas de las franquicias de tiendas especializadas.

## RANKING

17

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

## DIRECTORIO

35

Descubre el directorio más completo del sector tiendas especializadas.

## ESPACIO franquicia

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

## TU PORTAL DE FRANQUICIAS DESDE CUALQUIER LUGAR





**MANUEL PÉREZ GÓMEZ**  
Sales Manager de Be Lover

Hace años nadie hubiera previsto que las tiendas de productos eróticos repuntarían como lo están haciendo. Y lo demuestran los cinco mil millones de dólares que se espera que mueva el sector para 2020. El juguete erótico era considerado como un producto básicamente dirigido a hombres, independientemente de su orientación sexual, pero las olas de movimientos feministas promulgando la libertad de la mujer para decidir también lo que quiere en la cama, han conseguido abrir un nuevo horizonte. Las marcas centran esfuerzos en conseguir llegar al bolsillo de las féminas con un producto que no puedan rechazar.

La clave está en la especialización de los productos, que combinan la última tecnología, la modernización de los materiales y una cuidadísima presentación. Y precisamente eso es lo que ofrecemos en Be Lover Erotik Market, además de un asesoramiento profesional y personalizado en un espacio de más 200 metros cuadrados con tendencias revolucionarias en lo que a juguetes eróticos se refiere.

El abaratamiento de las baterías de litio ha permitido que surjan mejores motores vibradores, y la carga USB ha mejorado la experiencia de cliente exponencialmente.

La capacidad programable de los nuevos juguetes abre un mundo infinito de posibilidades de diversión, que no pasan desapercibidas tampoco para el negocio on-line.

Be Lover Erotik Market ofrece los mejores artículos y experiencias a sus clientes, apuesta por la calidad, y aporta como valor añadido un asesoramiento profesional sobre juguetes y productos eróticos.



## 6 CALLES ESPAÑOLAS SE CUELAN EN EL TOP TEN DE LAS MÁS TRANSITADAS DE EUROPA

Así lo ha recogido el último informe de Tráfico peatonal y CCP de las calles comerciales europeas elaborado por TC Group.

6 calles españolas se cuelan dentro del top 10 europeo como las más transitadas del continente, así lo ha recogido el último informe de Tráfico peatonal y CCP de las calles comerciales europeas elaborado por TC Group. Toda una oportunidad para la expansión de franquicias y que todo emprendedor debe tener en cuenta para obtener el mayor alcance.

La Gran Vía de Madrid, las catalanas Pelai, Portaferriera y Portal d'Àngel, ocupan los puestos 3,4,5,6 del ranking seguida de la vía sevillana Tetuán y la calle Preciados de la capital española. encontrándose en los los puestos 7 y 8 respectivamente.

En el mismo informe, las calles europeas a destacar son las londinenses Carnaby Street y Brompton Road quienes ocupan las dos primeras posiciones de la lista, seguidas de la vía portuguesa Rua do Loreto de Lisboa, y la napolitana Via Toledo.

Carnaby Street liderando el ranking, acoge como media diaria, el tránsito de unas 19.532 personas frente a las 18.688 viandantes de la sucesiva Brompton Road que se encuentra en 2º posición. A nivel nacional nos encontramos con la afluencia de 16.741 personas diarias en la Gran Vía de Madrid, 14.034 o en la catalana Pelai; 13.420 peatones.

Cabe destacar que no se encuentra ninguna relación existente entre las calles más caras recogidas en el informe, frente al precio por m2 de las españolas ya mencionadas anteriormente. La vía europea que lidera las listas como la más cara para abrir un negocio, es la milanesa Montenaполеone donde el precio medio por m2 puede llegar a alcanzar los 13.500 € el año, seguidas de la francesa Rue de Saint Honoré con 9.573 € anuales y Carnaby Street con 6.135 € el m2.



## EL RETAIL EN ESPAÑA CONTARÁ CON MÁS DE 260.000 M² ESTE 2019

El retail en España se encuentra en continuo crecimiento, así lo afirma el último informe de la consultora Savills Aguirre Newman.

El retail en España se encuentra en continuo crecimiento, así lo afirma el último informe de la consultora Savills Aguirre Newman el cual señala el aumento registrado en la superficie de la industria comercial sumando más de 260.524 metros cuadrados a la superficie bruta alquilable para finalizar el presente año. Asimismo, se define una previsión de diez nuevos centros comerciales durante 2019 suponiendo una gran oportunidad para toda franquicia en expansión e inmobiliarias.

El "proyecto Lagoh", ubicado en Sevilla con más de 100.000 m2 es uno de los principales proyectos para este año que incluyen elementos enfocados al ocio junto al otro referente "X-Madrid" por su fuerte apuesta por la diferenciación. En específico, este último proyecto pretende reinventar la experiencia de compra a través de una oferta tecnológica urbana y anti-comercial donde primará un gran número de actividades vinculadas a la moda, deporte, arte urbano, cultura y ocio indoor y outdoor.

Aguirre Newman también ha identificado que los productos de inversión más relevantes durante este año serán los centro "no prime" ubicados cercanos a parques comerciales, carteras de hipermercados o centros dominantes en ubicaciones secundarias.



## ..... EL SHAZAM PARA EL RETAIL .....

Cada vez más cerca de la mano de Amazon

La todopoderosa Amazon viene a revolucionar el sector retail a través de StyleSnap, su nuevo software con el que sumergirá al cliente dentro del producto permitiendo encontrar una prenda a partir de una fotografía.

A comienzos de junio de este año, Amazon presentó StyleSnap, con nuevas características fundamentadas en la inteligencia artificial e integradas en su aplicación dando la posibilidad a los clientes de subir una fotografía de un look de moda para que la plataforma pueda buscar dentro de su propia web artículos con características similares que permitirán realizar una sugerencia al usuario.

Esta nueva herramienta apodada el "Shazam de la moda" hace un guiño a la conocida app para reconocer canciones y ha abierto la puerta a múltiples interpretaciones para el sector retail generando la oportunidad de readaptación para múltiples entorno online y offline que incrementen la experiencia de compra del usuario, de hecho, Asos o Target ya están trabajando en ello.

StyleSnap empleará las tecnologías de deep learning junto a la visión artificial para poder identificar cualquier prenda con tan sólo una imagen estando inspirada sus funcionalidades en el cerebro humano. Según anunció Amazon en su comunicado a la prensa, las redes neuronales es posible simular el entrenamiento de millones de redes neuronales artificiales conectadas entre sí para poder reconocer imágenes que se puedan interconectar entre sí.

El siguiente paso que llevará a cabo el gigante de internet será continuar el desarrollo de Prime Wardrobe, un servicio de "prueba" de la prenda antes del proceso de compra bajo una línea de marcas privadas del sector de la moda. Asimismo, las posibilidades que se generarán para el sector retail están aún por llegar sin encontrar un techo para su desarrollo.

# REPORTAJE DEL SECTOR

## TIENDAS ESPECIALIZADAS

- EL SECTOR EN DATOS
- EL PAPEL DE LA FRANQUICIA
- EL SECTOR RETAIL
- TENDENCIAS DEL SECTOR
- LAS FRANQUICIAS DE TIENDAS ESPECIALIZADAS

## LA ESPECIALIZACIÓN, RENTABLE EN FRANQUICIA

Las tiendas especializadas se enmarcan como un sector multidisciplinar a nivel de franquicia por su diversa y plural oferta a nivel de emprendedor y usuario. En líneas generales encontramos una tipología de enseña definida bajo una especialización destinada a un perfil de consumidor muy específico. Dentro de esta industria podemos identificar ocho subsegmentos principales como son las franquicias de deporte, juguetes, ópticas; eróticas, de regalos originales, bisutería y online.

### EL SECTOR EN DATOS

Las previsiones de crecimiento para todo el sector son optimistas, la tienda física aún tiene mucho que aportar al cliente que una experiencia online no pueda gestionar ya sea a través del marketing olfativo o sensitivo. Las previsiones para el presente año estiman que un 68% de los retailers planea abrir más establecimientos que el año pasado, así lo afirma el estudio "El futuro del retail intelligence" elaborado por Geoblink, de hecho, el número de locales abiertos en la ciudad de Madrid ha crecido un 6% desde 2013 según recoge un informe de JLL sobre el retail en España.

La ubicación es un elemento fundamental para garantizar el éxito del negocio, así lo afirma el 87% de los retailers según Geoblink, seguido de la recopilación de datos transaccionales (79%), sociodemográficos (71%) y peatonales (57%) cómo los factores más importantes.

El entorno online es otro de los puntos a considerar por un alto porcentaje de los retailers, quienes casi 3 de cada 4 han abierto su propia tienda online. Este ámbito ofrece la omnicanalidad que todo emprendedor o franquicia debe llevar a cabo para conectar con todo el ciclo de vida de cliente además de hacer frente a la posible "amenaza" de que pueda afectar a las tiendas físicas. De hecho, un 65% se ha sentido amenazado por el comercio electrónico y por ello un alto número ha decidido apostar por esta vía para su crecimiento y expansión.

### EL PAPEL DE LA FRANQUICIA

Según el último informe elaborado por Tormo Franquicias Consulting en este segmento de mercado operan 85 enseñas con un total de 5370 unidades de negocio. Todas estas franquicias han facturado un total de 2.032 millones de euros, situando a las insignias de ópticas, como las que mayor registro han conseguido con una cifra de más de 612 M. de € como facturación total frente a una inversión total de 141 M. de € en esta tipología de negocio.

La inversión total alcanzada por todo el sector ha sido de más de 432.879 millones de €. Situando a las enseñas de tiendas especializadas y ópticas como las que mayor nivel de inversión requieren con 127 y 141 millones respectivamente. La creación de empleo sitúa nuevamente al subsector de tiendas especializadas como que mayor número de puestos de trabajo genera con un total de 6.207 empleos creados.

Según el mismo estudio, los subsectores que mayores registros han alcanzado en su facturación media son las redes de bisutería, joyería y complementos con 515.181 € y las ópticas con 491.872 € frente a una inversión de 99.067 € y de 113.131 € respectivamente.

### EL SECTOR RETAIL

El Sector Retail en España se encuentra en una situación de estabilidad, no teme a la venta "online" y la mayoría abrirá las mismas tiendas que el curso anterior. Así lo afirma el último informe "El futuro del retail intelligence" donde un 88% de los retailers entrevistados prevé abrir el mismo número de establecimientos que en 2018. De hecho, casi un 70% prevé abrir mayor número de tiendas este curso.

**“Un 70% de los retailers prevé abrir mayor número de tiendas este curso”**

Un patrón aceptado por los encuestados, es la ubicación. Un 87% afirma que se trata de un factor clave. Además de ello, existen otros factores que todo empresario debe tener en cuenta para que los establecimientos físicos puedan aportar al consumidor un valor añadido. Un ejemplo de este factor diferenciador puede ser ofrecer experiencias de marcas inmersivas, aplicar el marketing olfativo sintiendo el producto e interactuando con los defensores de una marca. Así lo afirma Jasmine Glasheen una de las principales líderes de opinión en el sector retail.

En cuanto al comercio online se refiere, el informe destaca que el 72% de los retailers han abierto sus propias tiendas en el canal online aportando de esta manera una necesidad extra en sus clientes.

El informe anual "El Futuro del Retail Intelligence", de la empresa de Location Intelligence, Geoblink, señala que, aunque los centros comerciales buscan estrategias para convertirse en algo más que un sitio donde ir a comprar, el retail no teme al comercio online. De hecho, el 72 % de los retailers entrevistados afirma haber abierto su propia tienda online, y la mitad reconoce la efectividad que conservan las tiendas físicas como punto de venta.

Según un informe recopilado por Randstad Research en base a datos de crecimiento publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) el sector retail ha mantenido un crecimiento sostenido durante los últimos cinco años.

### ¿QUÉ TENDENCIAS ENCONTRAREMOS EN EL SECTOR RETAIL?

Las tiendas físicas han mantenido una evolución constante estos últimos años con las integraciones en el punto de venta, de múltiples tendencias que han estado vigentes en el sector y especialmente a nivel de franquicia. A muchos, ya nos resulta cada vez más familiares aquellos conceptos, como "pop up stores", "showrooms" etc... sin embargo, han sido una de tantos hitos a nivel retail que se han presenciado para hacer frente a los negocios online que han calado íntegramente en el ciudadano de a pie.

A día de hoy, nos encontramos con un consumidor mucho más exigente y familiarizado con el comercio electrónico, por ello la tienda física debe aportar un paso más, hacia un proceso de digitalización. De esta manera, el empresario

podrá aplicar las últimas novedades y herramientas tecnológicas para medir todo lo que sucede en su establecimiento y así anticiparse a las próximas conductas del consumidor además de continuar su relación con la una vez haya abandonado su establecimiento.

Conocer el ciclo de vida del cliente, ayudará al retailer a optimizar mucho más su establecimiento y como consecuencia incrementar las ventas o reducir costos. Actualmente se usa mucho el término omnicanal donde la experiencia de compra en tienda física debe trasladarse el entorno online.

La integración de nuevas herramientas de registro en tienda como los sensores 3D, Wifi y térmicos, se convertirán en otro gran aliado de los retailer permitiendo conocer todas las zonas calientes en tienda, así como los puntos de interés internos y externos del establecimiento con los que cuantificar y conectar con sus clientes potenciales.

Algunas grandes enseñas como Pull and Bear ya han introducido cajas autoservicio que mejoran la experiencia de compra del cliente reduciendo los tiempos de espera en la misma. Otro ejemplo que encontramos al alza, son la introducción de espacios de recogida en tienda para las compras realizadas de forma electrónica.

En resumen, 2019 no será quizás un momento de cambio radical sino más bien nos encontraremos con la extensión de una estrategia que ha estado presente estos últimos años.

## ● LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS UN SECTOR QUE NO TOCA TECHO ●

Las Tiendas especializadas representan un alto porcentaje de las franquicias localizadas en torno a los grandes centros comerciales y suponen una excelente oportunidad para el autoempleo, debido en gran parte a la facilidad de acceso para un emprendedor encontrando inversiones totales a partir de los 5.000 €.

A día de hoy son 85, las principales enseñas que operan en él, englobando más de 5370 unidades de negocio que en conjunto alcanzan más de 2.032 millones de € en facturación y generan más de 19.780 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 las tiendas especializadas.

La experiencia de compra del cliente y los procesos de digitalización representarán los principales retos del sector a los que toda enseña deberá centrar su atención. La implementación de las herramientas necesarias dentro de la tienda física, ayudará al franquiciado a ser más proactivo y preciso con todos los esfuerzos operativos a nivel de inventario e inversión local.

El objetivo debe de ser claro, la marca debe saber aportar un valor añadido al cliente y que este pueda percibirlo como un valor único y diferenciador que ayude a mejorar el marketing relacional y fidelización hacia la misma. Los detalles son las piezas más importantes a la hora de saber conectar con este potencial a través de sus sentidos y de la relación con los propios empleados.



## SITUACIÓN DEL SECTOR EN ESPAÑA

Categoría	REDES	ESTABLECIMIENTOS	INVERSIÓN	FACTURACIÓN	EMPLEO
<b>BISUTERÍA, JOYERÍAS Y COMPLEMENTOS</b>	18	977	97 M. de €	503 M. de €	3.662
<b>JUGUETERÍAS</b>	6	422	34 M. de €	191 M. de €	2.397
<b>ÓPTICAS</b>	6	1.244	141 M. de €	612 M. de €	4.884
<b>TIENDAS DE DEPORTE</b>	4	173	23 M. de €	67 M. de €	924
<b>TIENDAS ERÓTICAS</b>	5	15	453 Mil €	3 M. de €	40
<b>TIENDAS ESPECIALIZADAS</b>	38	1.848	127 M. de €	497 M. de €	6.207
<b>TIENDAS ONLINE</b>	4	133	426 Mil €	8 M. de €	133
<b>TIENDAS DE REGALO</b>	4	558	10 M. de €	151 M. de €	1.533

# Jugueterías

Las jugueterías son un modelo de negocio que tiene la capacidad camaleónica de adaptarse a todas las tendencias que se acontecen en el mercado y sobre todo conectando con la demanda vigente en cada nicho de mercado. Sus cifras de facturación registran un incremento positivo y el negocio online representa la nueva hoja de ruta para este modelo de negocio.

Este subsector, ha tenido un antes y un después en la industria, desde hace unos años la introducción de las nuevas tecnologías y la influencia de las grandes plataformas online han intercedido en sus estrategias de negocio y reajuste de su oferta teniendo que especializar su oferta a una nueva demanda de mercado. Sin embargo, el mercado ha sabido recomponerse ante esta situación logrando cifras positivas de crecimiento.

El pasado cierre de 2018 el sector logró alcanzar los 1156 millones de euros de facturación en nuestro país, respecto al año anterior arrojando un incremento del 1,7% según indica el informe "Las

Reglas del Juego" elaborado por la escuela de negocios EAE. Por otro lado, otro dato a destacar son las exportaciones registradas el pasado curso incrementando un 13,6% respecto a 2017. Sin embargo, cabe destacar que la venta física pierde peso en favor de las ventas realizadas vía online.

En España, nos encontramos un subsector que está compuesto por seis grandes enseñanzas que engloban un total de más de 422 unidades de negocio.

Una tendencia que seguirá gozando de popularidad el presente año, serán los juguetes kidults un concepto que unifica el término kid (niño) y adult es-

tando destinados al público millennial quienes han representado un nicho muy importante como demandantes de la recuperación de juguetes de los años 80 y 90 teniendo un gran protagonismo durante 2018 según indica la "New York Toy Fair":

Eurekakids, es una de las enseñanzas a las que seguir la pista en este sector debido también a la creciente demanda registrada por los juguetes educativos y pedagógicos que aporten un valor añadido al tiempo de ocio de los más pequeños además de estimular su desarrollo mental.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Cocolonne	42	Desde 14.995 €
Eurekakids	184	51.000 €
Imaginarium	76	950 € / m <sup>2</sup>
Juguetilandia	52	60.000 €
Poly	55	240.000 €
Tiendas Así	13	70.000 €

Fuente: Tormo Franquicias



# Bisuterías, Joyerías y Complementos

Las franquicias especializadas en bisutería, joyería y complementos son un modelo de negocio, que siempre ha gozado de un óptimo rendimiento. A su vez, se han generado nuevas fórmulas de negocio transitorias al modelo tradicional, apareciendo ejemplos como el de Amazing Jewelry, pudiendo probar toda la alta joyería.

El sector de la joyería y bisutería es una apuesta segura como segmento de mercado registrando de forma constante una buena cuota de mercado y con perspectivas de un crecimiento continuo. Los términos cuantitativos el mercado minorista logró alcanzar el pasado año más de 1.750 millones de euros, aumentando un 2,6% que el curso anterior según datos recogido por el Observatorio Sectorial DBK de Informa.

Los artículos de joyería y bisutería representaron en torno al 54% del mercado total minorista, destacando principalmente los productos de relojería con una aportación del 40% de dicha cuota de mercado. Por otro lado, los

artículos principalmente de platería y complementos representaron el 6% restante.

El sector siempre ha estado ligado a modelos tradicionales de gestión, sin embargo, ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y generaciones a nivel de compra y promoción. Fruto de ello han surgido los nuevos modelos de tienda online sabiendo encontrar en internet una nueva vía de expansión y crecimiento acelerando el diseño de nuevos estándares adaptados a las necesidades del usuario.

Las tendencias del sector para el presente año dependen de múltiples fac-

tores como la estacionalidad, franja de edad y estilismo, sin embargo, algunas opiniones de expertos del sector destacan la relevancia que se consagrará en torno a la figura del artesano y la exclusividad en diseños minimalistas, dónde la plata se convierte en uno de sus grandes protagonistas.

Independientemente de las tendencias, un factor clave para la promoción de toda enseñanza en este mercado es el papel que desempeñan los influencers y las acciones que estos puedan generar para definir la demanda del sector.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Abalorium	8	60.000 €
Accessorissimo	12	15.500 €
Acium	302	57.000 €
Alballuri	2	12.000 €
Amazing Jewelry	44	Desde 120.000 €
Argentbasic	3	45.000 €
Aristocrazy	65	Desde 50.000 €
As Art In Silver	5	Desde 24.000 €
Di Piu Milano	17	19.900 €
Divina Locura	1	39.000 €
Kaprichos	2	12.000 € - 18.000 €
Luxenter	45	Desde 35.000 €
Pandora	60	-
Prize	13	12.000 €
Shaaf	7	Desde 25.000 €
Swarovski	129	100.000 € - 150.000 €
Touch Complements	29	Desde 75.000 €
Tous	233	-

Fuente: Tormo Franquicias



# Tiendas Eróticas

Un modelo de negocio físico que recibe una gran acogida en España y Europa como consecuencia de los cambios de hábitos en los consumidores, quienes cada día aceptan y se muestran más abiertos para emplear esta tipología de productos en su relación cotidiana. A su vez, las tiendas eróticas es uno de los subsectores más rentables de tiendas especializadas.

Se trata de un sector que mantiene un continuo auge y es capaz de superar las crisis económicas. Los motivos sencillos; el sexo sigue resultando un negocio muy rentable y estas franquicias permiten desde muy poco dinero satisfacer las demandas de un amplio abanico de público.

Según una estadística elaborada por la enseña Dolce Love en el año 2015 la facturación de empresas de productos eróticos rondaba los 500 millones de euros.

Muchos han sido los casos que comenzaron con un negocio a pie de calle y han podido trasladarse al entorno online, con el que pueden mejorar la expansión de su marca.

Una peculiaridad que podemos encontrar en este subsegmento es que según varios estudios del sector confirman que más del 65% de su público, son mujeres, con edades comprendidas entre los 20 y 45 años y que su gasto medio se estima en los 60 €, resultando un 15% superior al de los hombres.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Canela en Polvo	3	30.000 €
Condoms & Co	7	40.000 €
La Maleta Roja	1	30.000 €
Parafarmacia Erótica Dolce Love	2	39.990 € + IVA
Sexplace	2	Desde 27.000 €

Fuente: Tormo Franquicias



# Ópticas

El sector óptico en España, no cesa de crecer. Más de 25 millones de personas en nuestro país utiliza algún sistema de corrección de visión según la patronal del sector FEDAO, y más de un 39% ha adquirido algún producto relacionado con la óptica en los últimos 12 meses, según el Observatorio Cetelem de consumo. Estas son sólo algunas cifras que confirman el repunte registrado por este sector en nuestro país siendo una magnífica oportunidad su inversión en franquicia.

El sector de las tiendas especializadas lo conforman un total de 6 franquicias principales con un total de 1244 tiendas. Su facturación total alcanza los 612 millones de euros frente a una inversión total de 141 millones de euros generando como consecuencia más de 4.884 puestos de trabajo.

Las franquicias de ópticas, representan un mercado que goza de buena salud ya que han sabido recuperarse tras el período de crisis padecido entre los años 2008 a 2013. Las previsiones se mantienen optimistas de cara a los próximos años, la salud visual en España cada vez tiende a ser un tema de preocupación entre la población, un ejemplo de destacado

de ello, es que el 42% de los ciudadanos, opta por acudir al establecimiento sanitario de óptica para revisar su estado de visión según concluye el estudio realizado por el CGCOO y la empresa de investigación social IKERFEL.

Las ventas a través del canal online se están convirtiendo en una tendencia cada vez más en auge en nuestro país. Francia y Alemania lideran el comercio electrónico de este sector a nivel europeo, y la previsión a medio plazo estima un crecimiento en España por parte de las enseñanzas ópticas convirtiéndose en el nuevo reto a afrontar a nivel empresarial.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
+Visión	79	Desde 80.000 €
Alain Afflelou Óptico	308	A Consultar
General Óptica	244	Desde 70.000 €
MultiÓpticas	500	-
Perfect Visions & Audio Perfect	5	55.000 €
VistaOptica	108	Variable

Fuente: Tormo Franquicias



# Tiendas Online

Este modelo de negocio se ha convertido en la opción más rentable para invertir en franquicia.

Las franquicias online es una red conformada por 4 enseñanzas principales que obtienen una facturación media de 63.084 € frente a una inversión media de 3.202 € siendo el subsector más rentable para la inversión además de generar 133 puestos de trabajo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Arte y Vino Pirineo	4	145 € + IVA
Devuelving	124	3.265 € + IVA
Mundo Parquet	4	5.000 €
Regalos Originales y Baratos	1	Desde 450 €

Fuente: Tormo Franquicias

## Tiendas de Regalos Originales

Es el segundo subsector más rentable dentro del sector de las tiendas especializadas.

Las franquicias especializadas en tiendas de regalo son una red compuesta por 4 redes principales y un total de 558 establecimientos registrando una facturación media de 269.907 € frente a una inversión de 18.358 € siendo el segundo subsector más rentable para invertir generando a su vez más de 1533 puestos de trabajo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Ale-Hop	152	1.000 € / m <sup>2</sup>
Dt Detalles	350	18.900 €
Ooops!, Lo+oops! Para ti y para tu casa	1	Desde 19.000 €
Sqrups!	55	38.000 € + IVA

Fuente: Tormo Franquicias

## Tiendas de Deporte

Una de las opciones de franquicia capaz de generar comunidad entorno a una marca.

Las principales tiendas deportivas, la componen un total de 4 franquicias y más de 173 establecimientos, obteniendo una facturación media de 389.098 € frente a una inversión media de 134.474 € y una generación de 924 empleos.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Adidas	31	250.000 €
Blanes Sport & Shoes	72	200 € / m <sup>2</sup>
Calderon Sport	49	136.000 €
Futbol Esmotion	21	250.000 €

Fuente: Tormo Franquicias

# Tiendas Especializadas

38 opciones rentables en franquicia con las que poder dar respuesta nichos de mercado específicos.

El sector de las tiendas especializadas lo conforman un total de 38 enseñanzas principales con un total de 1848 establecimientos. Su facturación total alcanza los 497 millones de euros frente a una inversión total de 127 millones de euros generando como consecuencia más de 6.207 puestos de trabajo.

Franquicia	Establecimientos	Inversión Total
Audicost	15	60.000 €
Brico Centro	18	Desde 400.000 €
Cannabis Store Amsterdam	112	24.900 €
CatOKI	1	30.000 €
Chicco	30	Desde 100.000 €
Comic Stores	5	Desde 52.000 €
Dream Store	14	Desde 15.000 €
Dulzia	100	Desde 12.900 €
El Rincón del Estilista	25	Desde 28.500 €
Espacio Lector Nobel	27	Desde 45.000 €
Esparta Factoría de Protección	15	A Consultar
Eurotex	100	Desde 25.900 €
Ferreproxim	12	Desde 69.000 €
Fersay	51	Desde 25.000 €
Flowering	11	Desde 14.400 €
FotoDigitalDiscount	11	Desde 15.000 €
FotoPrix	113	Desde 35.000 €
Gaes	524	A Consultar
Generación X	18	Desde 40.000 €
Inkpresión Ecológica	5	Desde 30.000 €
Intefilm	43	Desde 15.900 €
L'Atelier de Carlota	2	40.000 €
Laguardia&Moreira	9	Desde 15.000 €
Led Tech Ibérica	2	Desde 10.000 €
Lúzete	24	Desde 70.000 €
Mister Minit	226	40.000 - 60.000 €
New Mascota	6	Desde 18.500 €
Nolotire	10	35.000 - 40.000 €
Olé Tus Huevos Camperos	1	5.000 - 15.000 €
Party Fiesta	135	Desde 60.000 €
Pets Place	3	950 € / m <sup>2</sup>
Recycle&Company	6	9.000 €
Second Company	10	Desde 125.000 €
Terranova Cnc	120	Desde 45.000 €
Toy Stand	28	Desde 6.000 €
Trash	7	Desde 80.000 €
Troc	9	Desde 90.000 €
Usodrones	-	22.000 €

Fuente: Tormo Franquicias





# CLAVES DEL SECTOR

## 01 PREVISIÓN OPTIMISTA

Las previsiones para el sector retail son optimistas y se prevé un crecimiento constante y un mayor nivel de inversión para el presente año, así lo afirman algunos estudios elaborados por grandes referentes en el sector señalando el interés de más de un 68% de retailers en abrir mayor número de establecimientos que el curso pasado o el aumento de más de 260.524 metros cuadrados en superficie comercial alquilable.



## 02 OMNICALIDAD

La meta que todo negocio debe aspirar es la anticiparse a las necesidades o intereses del cliente facilitando siempre una solución para satisfacerlos. La omnicanalidad es una metodología cada vez más en boga de los retailers como influencia de la introducción del comercio electrónico cómo nueva área de negocio. El objetivo deberá mantener la misma política y estrategia comercial bajo un sistema integrado en todos los ciclos de venta y vida de cliente.



## 03 DIGITALIZACIÓN

La digitalización es un proceso que forma parte de la omnicanalidad pero que debe tener una metodología propia. Toda enseña, debe integrar aquellos procesos y herramientas que mejor resuelvan sus necesidades a corto y largo plazo. La irrupción del móvil y de los influencers en el proceso de compra requieren de nuevas tecnologías y de un tratamiento del uso de los datos con el objetivo de automatizar las acciones transaccionales para mejorar siempre la experiencia de cliente.



## 04 EXPERIENCIA DE COMPRA

Todo retailer debe mimar a su potencial cliente desde el minuto uno y anticiparse a sus decisiones. La experiencia de compra ya sea online u offline debe saber plasmar las mejores tendencias de experiencia de usuario que diseñen un proceso de compra simple, rápido y efectivo. El diseño del establecimiento, el visual merchandising, o el marketing sensorial son la parte visible mientras que la atención al cliente, proceso de compra y fidelización completan las claves que deben funcionar a la perfección para otorgar una buena experiencia de compra.



# RANKING

## DEPORTES

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Blanes Sport & Shoes	72	Blanes Sport & Shoes	200 € / m <sup>2</sup>
Calderon Sport	49	Calderon Sport	136.000 €
Adidas	31	Adidas	250.000 €
Fútbol Emotion	21	Fútbol Emotion	250.000 €

## JUGUETERÍAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Eurekakids	184	Imaginarium	950 € / m <sup>2</sup>
Imaginarium	76	Cocolonne	Desde 14.995 €
Poly	55	Eurekakids	51.000 €
Jugueterilandia	52	Jugueterilandia	60.000 €
Cocolonne	42	Tiendas Así	70.000 €
Tiendas Así	13	Poly	240.000 €

## TIENDAS ONLINE

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Devuelving	124	Arte y Vino Pirineo	145 € + IVA
Arte y Vino Pirineo	4	Regalos Originales y Baratos	Desde 450 €
Mundo Parquet	4	Devuelving	3.265 € + IVA
Regalos Originales y Baratos	1	Mundo Parquet	5.000 €

## TIENDAS ERÓTICAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Condoms & Co	7	Sexplace	Desde 27.000 €
Canela en Polvo	3	La Maleta Roja	30.000 €
Parafarmacia Erótica Dolce Love	2	Canela en Polvo	30.000 €
Sexplace	2	Parafarmacia Erótica Dolce Love	39.990 € + IVA
La Maleta Roja	1	Condoms & Co	40.000 €

## REGALOS ORIGINALES

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Dt Detalles	350	Dt Detalles	18.900 €
Ale-Hop	152	Oops!, lo+oops! Para ti y para tu casa	Desde 19.000 €
Sqrups!	55	Sqrups!	38.000 € + IVA
Oops!, lo+oops! Para ti y para tu casa	1	Ale-Hop	1.000 € / m <sup>2</sup>

## ÓPTICAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
MultiÓpticas	500	VistaÓptica	Variable
Alain Afflelou Óptico	308	Alain Afflelou Óptico	A Consultar
General Óptica	244	Perfect Visions & Audio Perfect	55.000 €
VistaÓptica	108	General Óptica	Desde 70.000 €
+Visión	42	+Visión	Desde 80.000 €
Perfect Visions & Audio Perfect	5	MultiÓpticas	-

## BISUTERÍAS, JOYERÍAS Y COMPLEMENTOS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Acium	302 (Internacional)	Kaprichos	12.000 - 18.000 €
Tous	233	Prize	12.000 €
Swarovski	129	Alballuri	12.000 €
Aristocrazy	65	Accessorissimo	15.500 €
Pandora	60	Di Piu Milano	19.900 €
Luxenter	45	As Art In Silver	Desde 24.000 €
Amazing Jewelry	44	Shaaf	Desde 25.000 €
Touch Complements	29	Luxenter	Desde 35.000 €
Di Piu Milano	17	Divina Locura	39.000 €
Prize	13	Argentbasic	45.000 €

## TIENDAS ESPECIALIZADAS

MÁS EXPANDIDAS		MÁS ECONÓMICAS	
FRANQUICIAS	ESTABLECIMIENTOS	FRANQUICIAS	INVERSIÓN
Gaes	524	Pets Place	950 € / m <sup>2</sup>
Mister Minit	226	Olé Tus Huevos Camperos	5.000 - 15.000 €
Party Fiesta	135	Toy Stand	Desde 6.000 €
Terranova Cnc	120	Recycled&Company	9.000 €
Fotoprix	113	Led Tech Ibérica	Desde 10.000 €
Cannabis Store Amsterdam	112	Dulzia	Desde 12.900 €
Dulzia	100	Flowering	Desde 14.400 €
Eurotex	100	FotoDigitalDiscount	Desde 15.000 €
Fersay	51	Dream Store	Desde 15.000 €
Interfilm	43	Interfilm	Desde 15.900 €



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.



## LAS TENDENCIAS LATENTES EN EL SECTOR ERÓTICO

### DOLCE LOVE NOS LO CUENTA



**ÁNGELES GUTIÉRREZ BECERRA**  
Fundadora de Dolce Love

El sector erótico es uno de los que, gracias a la mujer, tuvo un gran despertar. Aún hoy día se puede ver cómo evoluciona a buen ritmo y eso se nota en la apertura de tiendas en el tema erótico.

El tabú sobre las relaciones sexuales y los juguetes eróticos ha desaparecido siendo sustituidos por la iniciativa de la mujer, quien se preocupa por su intimidad. Son más exigentes y selectivas lo que requiere empresas profesionales como son las franquicias Dolce Love.

Entre las tendencias del sector, cabe destacar:

**1. Los nuevos canales de compra.** Ahora es posible comprar a través de Internet, contando además con el asesoramiento de una persona experta.

**2. La variedad en productos.** Ya no solo encontramos productos enfocados en el placer de la mujer sino también para el hombre o para la pareja en conjunto.

**3. Encontramos empresas con amplia experiencia para el asesoramiento a través de reuniones tuppersex.**

Las franquicias Dolce Love ofrecen esta gran experiencia gracias a los muchos años en los que han llevado a cabo infinitas reuniones tuppersex, con profesionales dedicados al sector erótico. Gracias a esta experiencia Dolce Love se ha convertido en un referente de tiendas de calidad en el sector y especialistas en la organización de reuniones tuppersex por toda España y Portugal.

# ENTREVISTAS

- ◆ GONZALO ARTIACH DIRECTOR AMAZING JEWELRY
- ◆ JOAQUÍN LLOPART DIRECTOR COMERCIAL DE EUREKAKIDS
- ◆ JOSE LUÍS CUMPLIDO DIRECTOR COMERCIAL Y DE EXPANSIÓN DE SORUPS!



# GONZALO ARTIACH

DIRECTOR DE AMAZING JEWELRY

Gonzalo Artiach es nieto de Gabriel Artiach (fundador de Galletas Artiach) e hijo de Gonzalo Artiach quien fue empresario industrial, fundador de CEBEK (la patronal Vizcaína) y autor del libro Tambor.

Gonzalo tras formarse en la "Universidad Comercial de Deusto" (hoy Deusto Business School) y tras empezar su carrera en Andersen y Deloitte pronto decide crear su propia empresa. A los 26 empieza una andadura empresarial con una orientación internacional y siempre muy ligada a la franquicia y al retail donde acumula 15 años de experiencia.

De la mano de Jesper Nielsen (uno de los cofundadores de Pandora) y con su experimentado equipo lanza su proyecto más ambicioso: Amazing Jewelry.



**Con tan sólo 18 meses Amazing Jewelry tiene presencia en más de 10 países con más de 40 tiendas ¿Cuál es el ingrediente secreto?**

Es una empresa que nace global. En unos pocos meses consigue una presencia que la gran mayoría de las empresas no consiguen en toda una vida.

Jesper Nielsen es lo que se denomina un "super global entrepreneur" y junto a su familia y equipo han protagonizado las aventuras más interesantes en el mundo de la joyería en los últimos 15 años.

Es por eso que muchos empresarios no quieren perderse la oportunidad de sumarse a un proyecto que tiene por vocación revolucionar el mundo de la joyería.

Amazing ya es conocida como "el Zara de la joyería".

**¿Qué balance hacéis de este período?**

Positivo y de mucho aprendizaje. Hemos acumulado mucha experiencia en poco tiempo y tenemos nuestro ADN muy marcado:

"Vendemos joyas de moda a mejor precio y lo hacemos en tiendas con servicio y gamificación donde cada visita es una experiencia".

Nuestra flagship para España está en el Centro Comercial Artea (Vizcaya) y ha sido un éxito desde el primer día.

**Hemos comprobado que vuestras tiendas se alejan del modelo convencional de joyería y se acerca a un concepto más dinámico con el cliente incluyendo un ambiente "club" ¿Cómo lo aprecia el cliente?**

Exactamente. Nuestras tiendas son "abiertas" y puedes disfrutar de un ambiente (luz, música etc) muy "club" y de un

espacio donde picar y beber algo, cargar el móvil, hacerte unas fotos en la "estación myselfie" o jugar a la ruleta de la fortuna... y por supuesto poder elegir entre más de 1.000 modelos de los últimos diseños en joyas y a precios muy asequibles.

La respuesta de los clientes ha sido muy buena.

**En estos momentos ¿Qué posición ocupa Amazing Jewelry y dónde desea situarse dentro de su sector?**

Somos "la gran novedad". Y estamos revolucionando el mundo de la joyería. Y eso mismo es lo que queremos seguir haciendo y consolidándonos como marca. Nuestro objetivo es que todo gran centro comercial y toda gran calle comercial en España pueda disfrutar de tener su tienda Amazing.

**"Amazing ya es conocida como "el Zara de la joyería"**

**¿Cómo hacéis para garantizar la máxima calidad en vuestras piezas?**

Los Nielsen tienen 15 años de experiencia en el sector de la joyería. Eso permite poder saber cuales son las tendencias y como fabricarlas con la calidad que hoy demanda el cliente.

**¿Qué tendencias están vigentes en el sector y qué está por llegar?**

El sector de la joyería es un sector muy tradicional y que no ha sido el más rápido adoptando cambios. Y estos son imparables. "No puedes detener el viento". La tendencia es que muchas joyerías "tradicionales y de barrio" se van jubilando y no hay "relevo generacional" y que al mismo tiempo van apareciendo marcas con una apuesta "más moderna". Desde mi punto de vista, eso si, ninguna con una apuesta tan decidida como la de Amazing de revolucionar la industria.

**A nivel franquicia ¿Qué Objetivos tenéis previstos para los próximos 18 meses?**

En 6 meses hemos abierto 2 tiendas. En el CC Artea (Vizcaya) y en CC Plaza Norte 2 (Madrid). En Septiembre abrimos en CC Gran Plaza 2 (Madrid).

**"No tenemos ningún objetivo concreto, pero si la sensación de que esto se va a empezar a acelerar"**

Queremos seguir abriendo con los mejores partners y en buenos locales de centros comerciales AAA y en las mejores calles comerciales de los centros de las ciudades.

**¿Cómo debe ser el perfil del franquiciado ideal?**

Buscamos franquiciados con un gran sentido comercial y con una alta motivación para liderar esta revolución en sus ciudades. Idealmente con experiencia en retail y o franquicia. Para estos perfiles somos una gran oportunidad e diversificar y de ser pioneros con la que puede ser la próxima "super brand". Esa es nuestra apuesta.

No tenemos ningún objetivo concreto, pero si la sensación de que esto se va a empezar a acelerar. Las tiendas gustan mucho y el modelo es muy bueno.

**¿Cómo debe ser el perfil del franquiciado ideal?**

Buscamos franquiciados con un gran sentido comercial y con una alta motivación para liderar esta revolución en sus ciudades. Idealmente con experiencia en retail y o franquicia. Para estos perfiles somos una gran oportunidad e diversificar y de ser pioneros con la que puede ser la próxima "super brand". Esa es nuestra apuesta.

## Gonzalo Artiach y Amazing Jewelry

- ♥ A la edad de 26 años abrió su primer negocio convirtiéndose en master franquicia.
- ♥ Gonzalo Artiach acumula 15 años de experiencia ligados a la franquicia.
- ♥ Actualmente ocupa el puesto como Director de la enseña de joyería Amazing Jewelry.
- ♥ Amazing tiene operativas más de 40 tiendas.
- ♥ Esperan aperturar entre 100 - 120 tiendas en España durante los próximos 7 años.

- Canon único inicial
- sin royalties
- sin gastos posteriores



3.265€  
+ I.V.A.

- Optimizado para vender en marketplace como Amazon o Ebay.
- Recuperación de la inversión garantizada.
- Más de 20.000 productos de primeras marcas.
- Soporte corporativo gratuito.
- Sin comprar ningún artículo.
- Más de 19 tiendas diferentes



## CUMPLE TU SUEÑO

### 4 RAZONES PARA ESTAR TRANQUILO.

Abre tu propia óptica con el respaldo de un líder, **ALAINAFFLELOU**.



#### Encontrarás la localización perfecta para tu óptica

El Departamento de Expansión buscará y estudiará la mejor ubicación para ti.



#### Tendrás la formación empresarial necesaria

A través de un programa completo de formación continuada presencial y on-line.



#### Los clientes conocerán tu óptica

Mediante una presencia continuada en TV, acciones de marketing local y CRM y una inversión intensa en publicidad digital.



#### Dirigirás tu negocio como a ti te gusta

Tú decides qué comprar, tú fijas los precios. Nosotros te ayudamos a tener éxito con tu plan de negocio.

SOLICITA MÁS INFORMACIÓN EN  
[www.afflelou.es/franquicia](http://www.afflelou.es/franquicia)  
Para cualquier duda o consulta estaremos encantados de atenderte en el 91 151 77 00 (Dpto. Expansión)



## JOAQUÍN LLOPART

DIRECTOR COMERCIAL DE EUREKAKIDS

“Uno de los temas importantes en el retail de juguetería es la comunión entre el on y el off line”.

Joaquín Llopart, Director Comercial lleva en EurekaKids desde el inicio. Ha desarrollado la marca en diferentes mercados, tanto europeos como americanos, de hecho, ha estado viviendo durante 3 años y medio en México desarrollando la marca en Latinoamérica, en diversos puntos de México, Honduras o Colombia. A nivel europeo ha estado presente en Andorra, Italia, España, Luxemburgo, Bélgica entre otras.



Si tuvieseis que resumir 18 años de la enseña en los 280 caracteres que permite Twitter ¿Cómo describirías a EurekaKids?

En EurekaKids hemos sufrido diferentes etapas y evoluciones de crecimiento, pero siempre hemos mantenido la misma filosofía y directrices a la hora de nuestro desarrollo nacional e internacional, así como con los diferentes tipos de socios que la marca ha tenido durante este tiempo y en todas sus etapas. Hasta la fecha, EurekaKids ha conseguido desarrollarse en 15 mercados a nivel de retail además de mantener un nivel de distribución con un total de 210 tiendas.

Especializados en juguetes educativos y pedagógicos para los más pequeños ¿Cómo lográis conectar con este público?

Las tiendas son atractivas y tienen fantasía, aunque sobre todo están dirigidas a los mayores que son quienes compran los juguetes. Hay casos que, sí que enfocan las tiendas exclusivamente para ese público, pero en EurekaKids hemos enfocado y distribuido nuestras tiendas en hacerlas atractivas para que los niños se lo pasen bien. Por otro lado, impartimos talleres donde los niños se sienten cómodos mientras aprenden, se divierten y para que los mayores también puedan hacer las compras a gusto.

¿Cuáles son las preferencias de los niños a día de hoy?

Los niños les llama la atención todo lo que sea nuevo, depende de la etapa de cada niño, pero sobre todo se influyen más por los sentidos, por el color, la luz o las formas.

En EurekaKids mantenemos una filosofía de producto muy diferente a lo que hay en el mercado actual donde hay

“EurekaKids ha conseguido desarrollarse en 15 mercados a nivel de retail”

mucha competencia. Escapamos del “mass market” y de productos de distribución masiva, así como de películas o armas porque nuestro producto, es muy específico para el crecimiento, educación y desarrollo y donde queremos que el niño juegue y aprenda.

¿En qué medida han influido las nuevas tecnologías en el sector y cómo os afecta en vuestro caso?

Más que afectarnos se complementan, Nos dirigimos a un público de 0 a 12 años. No entramos en edades más tardías

porque hay otro tipo de actividades y juegos en los que no somos competentes.

Al final nos centramos en la etapa que más crecimiento y desarrollo tiene en la educación del niño. Ya los niños nacen con una extensión bajo el brazo que es el ipad o es el teléfono. Pero eso no significa que los niños no quieran juegos más manuales o creativos porque la esencia de "Construir, crear o montar ... no se puede perder"

## “Escapamos del ‘mass market’ y de productos de distribución masiva”

**¿En qué lugar se encuentra EurekaKids dentro del sector jugueterías y cómo cree que evolucionará el mismo en el futuro?**

Sin entrar en temas numéricos o aspectos competitivos, somos un referente a nivel nacional como cadena y con el tipo de producto que trabajamos. Podemos ser mejor o peor que otros, pero cada uno tiene su filosofía.

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

“La que hemos mantenido siempre, crecer y consolidarnos”. Si no tienes un crecimiento sostenido y no vas regularizando y supervisando se puede caer todo como un castillo de naipes. Crecer y consolidar es la clave. A día de hoy, seguimos creciendo a nivel nacional e internacional, por ejemplo, acabamos de abrir hace un mes una tienda en Bosnia, en Sarajevo.

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

“Uno de los temas importantes en el retail de juguetería es la comunión entre el on y el off line”.

Estamos aplicando políticas especialmente con los franquiciados, para que estos salgan beneficiados de esta comunión. Le reportamos la misma comisión proveniente del canal online que les corresponda por aquellos clientes que visiten su tienda, le reportamos el mismo beneficio porque al final confluyen dos canales. Queremos tener un público al que mantener, fidelizar y cuidar.

## “Crecer y consolidar es la clave”

Por ello, si a este público lo atendemos y lo seguimos online y offline ganamos y aguantaremos todos.

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

En EurekaKids pueden encontrar un nicho de mercado con poca competencia. Somos una cadena o marca muy adaptada a los tiempos actuales, y por eso unimos caminos con el ecommerce a través de una estrategia omnicanal.

Por esa razón, también le reportamos el 45% de margen sobre ventas conseguidas a través de ecommerce que se realicen de los clientes de su tienda.

Queremos que los franquiciados tengan una rentabilidad y una seguridad financiera, el stock se lo dejamos en depósito con lo cual, ellos sólo tienen que centrarse en la venta y en la tienda; desde EurekaKids nos ocuparemos de todo lo demás, todo ello, al margen de la formación que le otorgamos a cada uno, así como el seguimiento constante para el buen desarrollo de toda la actividad.

### Joaquín Llopart y EurekaKids

- Llopart lleva ligado a EurekaKids desde su fundación en 2001.
- Como Director Comercial ha desarrollado la marca en diferentes países de Europa y Latinoamérica.
- La franquicia está presente en más de 15 países.
- EurekaKids tiene más de 210 tiendas repartidas entre Europa, Asia y Latinoamérica.
- Especializados en juguetería educativa son un referente a nivel nacional.

## JOSE LUÍS CUMPLIDO

DIRECTOR COMERCIAL Y DE EXPANSIÓN DE SQRUPS!

Postgrado en ESIC en la Escuela de Negocios como formación, José Luis Cumplido ocupa a día de hoy el cargo de tutor MBA en la Universidad de Salamanca dentro de la Escuela de Negocios. Su último puesto desempeñado, ha sido el de Director Comercial en Clínicas Dentales.

Anteriormente, ha trabajado en Travis Media, empresa especializada en bartering y que se dedicaba al intercambio de publicidad por producto. Por otro lado, ha ocupado el puesto de Director Comercial en Eisman, compañía alemana especializada en la venta de congelados a domicilio además de ostentar el mismo cargo en Cristian Lay durante quince años.

**SQRUPS!, se ha convertido en una de las enseñas líderes en España dentro del sector de las oportunidades ¿Cómo os describiríais?**

Somos la franquicia pionera a nivel de España en este sector, existen otras compañías parecidas, pero no son franquicias, la única que ejerce este modelo de negocio somos nosotros. Lo que perseguimos es que cuando un cliente entra en una de nuestras tiendas lo único que encuentre, sean oportunidades y chollos ya que no hay nada al mismo precio que el mercado además de las novedades semanales que integramos, siendo nuestro principal corazón de la franquicia, presentando entre 70 y 90 novedades cada siete días. No hacemos publicidad fuera de la tienda, y esto hace que cada cliente tenga que venir hasta la misma casi a diario para encontrar todas las cosas nuevas.

Siempre describo la experiencia de nuestro cliente en tres fases, la primera es la sensación de ver que hay algo nuevo, la segunda es el considerable ahorro de su cesta de la compra y la tercera es la economía circular que aplicamos, dando una nueva vida a los productos y de esta manera, fomentamos que no acaben en la basura con todo lo que



conlleva el desperdicio para el calentamiento global del planeta. De esta manera, cuando el cliente compra en nuestras tiendas, tiene la sensación de haber contribuido al desarrollo sostenible de nuestro planeta.

## “La idea es llegar a nivel nacional a los 100 puntos de venta”

**La franquicia lleva cinco años de trayectoria ¿Qué balance hace de este período?**

Al inicio no existía un departamento de expansión y se trabajaba con colaboradores freelance, los cuales trataban directamente con los franquiciados, pero de esta manera se caían muchos porque no existía una figura en un departamento específico como ahora. En estos momentos, gracias a la figura del responsable de expansión el franquiciado firma con nosotros las primeras reservas, hasta que monta la tienda.

Desde la central, le acompañamos en todo momento, con la búsqueda de local, el plan financiero, la búsqueda de subvenciones y su puesta en marcha. De hecho, ahora hemos lanzado un nuevo plan para inversionistas con posibilidades de ser multifranquiciado y en esto desarrollamos todo el negocio, incluido la selección de personal y formación.

Volviendo a los comienzos de SQRUPSI, tuvimos un repunte alto los dos primeros años de franquiciar y después, como todo producto llegamos a la meseta. Ahora mismo, nos encontramos en la parte de hacer las cosas mejor tras todos los aprendizajes durante este proceso y ahora pues, aunque logremos menos aperturas, son mucho más efectivas a la hora de elegir el local además del franquiciado consiguiendo así mayor rentabilidad.

### ¿Qué filosofía caracteriza a la compañía y cuál es vuestro valor diferencial frente a vuestros competidores?

Nosotros nos fijamos mucho en una empresa francesa que desarrollan este concepto desde hace ya 20 años y a día de hoy tienen 350 tiendas como las nuestras, con una facturación de 500.000 millones euros al año además de tener compradores por toda Europa. En España, hay mucho recorrido para este tipo de negocios. Es cierto, que el principal hándicap que tenemos es que tenemos que explicarle al cliente que entra muy bien el modelo de negocio ya que muchas veces, vienen con una lista de la compra y en nuestra tienda cada día varía la oferta, tenemos mucho que trabajar aún.

Estamos empezando en España con este tipo de Negocios. Está bastante machacado y trillado el sector del pequeño electrodoméstico y textil asociado a una tipología outlet. Sin, embargo el sector alimentación para nosotros representa el 40% de la tienda y aún está bastante por desarrollar, todavía hay muchas reticencias al consumo referente a las fechas cortas, pero la tendencia está cambiando.

### ¿Cuáles son los planes de expansión previstos a corto-medio plazo para la enseña?

A corto y medio plazo, tenemos previsto abrir dos tiendas bajo un inversionista. En estos momentos, son dos en Cádiz y con posibilidades de abrir en toda la provincia, además hemos abierto en Sevilla y Huelva. Nuestro próximo paso abarcará la costa de Andalucía que está aún por explotar.

Creemos que el público y el concepto van a cazar bastante bien con el modelo de negocio.

La idea es llegar a nivel nacional a los 100 puntos de venta. De momento, vamos con calma para que las tiendas estén bien posicionadas y luego lo ideal sería dar el paso a la internacionalización mediante el modelo de Master Franquicia comenzando con nuestro país vecino Portugal.

### Y a nivel de compañía ¿Qué objetivos habéis definido internamente para el presente año?

Evidentemente nuestro modelo de negocio son las compras, tenemos que ampliar la cartera de proveedores para obtener mayor variedad de producto, pero estamos trabajando para afianzarlo.

En cuanto a la parte digital, tenemos que trabajar profundamente en ello, tanto en la página web como en las RR. SS. para que de esta manera nos acompañe en nuestro proceso

“Damos una nueva vida a los productos fomentando que no acaben en la basura”

de expansión y revierta en ayudar a ganar visibilidad para nuestra marca.

### Si tuvierais que definir tres cualidades que deba tener vuestro próximo franquiciado ¿Cuáles deberían ser?

A todo franquiciado le digo lo siguiente, la palabra negocio del latín “No ocio” que significa trabajo; si hablamos del autoempleo, significa que debe haber alguien siempre en la tienda y tiene que trabajar muy duro para desarrollar el negocio. Con lo cual, debe ser alguien que deba estar acostumbrado a trabajar y que sepa desempeñar todas las funciones para la dirección de una tienda bajo una “Gestión Integral”.

Principalmente, buscamos a alguien que tenga habilidades comerciales, que sea proactivo y visión de futuro. Nosotros nos encargamos de formarlo y asesorarlo en todo momento, pero sobre todo queremos a alguien que día a día nos vaya haciendo mejores.

Jose Luís Cumplido y Sqrups!

# 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

## Únete a un gran proyecto



¿Te gustaría tener una tienda como esta?

Próxima  
apertura  
C.C. Carrefour  
Alcobendas

Buscamos  
franquiciados en  
toda España.

Más información en  
[www.fotoprix.com/franquicias](http://www.fotoprix.com/franquicias)

Si estás interesado@  
contáctanos en:

[franquicias@fotoprix.com](mailto:franquicias@fotoprix.com)

Tel.: 688 668 144

**fotoprix**

# REPORTAJE ENSEÑAS DEL SECTOR



## DEVUELIVING

### LA FRANQUICIA ONLINE DE PREFERENCIA

Devuelving, es una de las principales franquicias online en España. Surgió en el año 2012 con la idea de ofrecer en internet la posibilidad de adquirir todos aquellos productos que el usuario consumía de forma cotidiana siendo una de las primeras enseñas en especializarse en estos servicios sin centrarse en un nicho en específico, a día de hoy su red de franquicia la componen 124 unidades de negocio.

Los inicios no resultaron sencillos para la franquicia quien se introducía en un mercado aún muy reducido y que suponía mucho reparo para el usuario al tener que introducir sus datos personales y bancarios por internet. Sin embargo, Devuelving decidió apostar por mejorar el trato entre el cliente permitiendo a cada franquiciado ser el dueño de su propio "centro comercial a nivel online" y así poder fomentar dicha cercanía con el cliente.

A día de hoy sus objetivos de expansión tratan de permitir a cualquier emprendedor desarrollar su propio negocio por una mínima inversión y sobre todo sin introducir gastos posteriores rompiendo así, el tabú de que para tener un negocio es necesario mucho dinero.

El perfil de franquiciado ideal es muy amplio, a día de hoy cuentan con diversas tipologías de emprendedor que compatibilizan la gestión de la enseña con otro trabajo además de disponer de otros perfiles que lo ven como una inversión a medio, largo plazo.

El equipo de la enseña, está compuesto por gente joven y muy activa relacionada con el mundo de la distribución y de la informática. En la empresa existe un rol de colaboración entre todas las personas y departamentos haciendo que este negocio se encuentre en constante evolución y donde el nuevo franquiciado contará con todo el apoyo y formación desde la central.



## BLANES SPORT

### UNA ENSEÑA CON HISTORIA

Su origen se remonta a 1947 cuando D. Andrés Blanes Alcaraz funda una empresa familiar en el centro de Almería, en sus inicios comenzó como tienda de zapatería hasta finalmente especializarse como tienda deportiva en 1983 de la mano de Guillermo Blanes, hijo del fundador.

En 2012 comenzó su andadura en la División de Franquicias con la apertura de su tienda de Estepa (Sevilla). Su expansión, se produjo por diferentes localizaciones de la provincia y alrededores hasta que decidieron crecer bajo un sistema de franquiciado de tiendas utilizando a los mismos, como bandera en localidades en las que carecían de expansión y generando un tipo de negocio familiar de provincia que pusiera, con unos requisitos mínimos, al alcance de emprendedores la posibilidad de tener su propio negocio.

Sus objetivos de expansión están dirigidos a lograr la consolidación de sus tiendas abiertas además de continuar con un crecimiento controlado en plazas donde la apertura de una tienda del grupo Blanes sea un buen negocio para sus franquiciados.

El perfil idóneo que la enseña busca como futuro franquiciado es aquel que ya disponga de experiencia en este sector y valore la opción de autoemplearse con la franquicia para conseguir la máxima rentabilidad de la mano de Deportes Blanes.



## ACCESSORISSIMO

### LUJO A BAJO COSTE

Accessorissimo es la segunda marca del grupo empresarial Di Piu Milano, es un modelo de negocio especializado en accesorios y complementos de moda a bajo coste y anticrisis. La enseña se caracteriza por mantener una imagen vanguardista, dirigida al público femenino joven que están vinculadas al sector de la moda y a quienes no les gusta gastar en exceso a la hora de realizar sus compras.

La enseña proporciona a sus franquiciados la posibilidad de tener una tienda de moda y complementos a un bajo coste y con multitud de facilidades otorgadas por la marca a nivel de gestión de negocio, formación y posibilidad de crecimiento. Asimismo, se pondrá a disposición del mismo una amplia gama de productos a precios competitivos bajo un modelo low cost, como: "bolsos, carteras, bandoleras; collares; sombreros; blusas.etc". Su objetivo es otorgar al inversor un negocio de baja inversión y riesgo, brindando una imagen sólida de establecimientos y productos de rápida rotación.

La central se encargará de todas las necesidades del futuro emprendedor. La enseña cuenta a día de hoy con doce establecimientos repartidos geográficamente a nivel nacional e internacional con tiendas en países como México o Colombia. A nivel de dirección cuenta con el respaldo del grupo Di Piu Milano quienes disponen de fórmulas de negocio para el sector rentables y fáciles de gestionar por todos los franquiciados.



**CEX**

LA CADENA ESPECIALIZADA  
EN LA COMPRAVENTA

CeX nació en una tienda de Londres ubicada en una pequeña calle en 1992. En 2004 se inaugura la tienda modelo en Croydon y tras el éxito en 2006 se crea la cadena. La enseña está especializada en la compra-venta de un amplio registro de productos tecnológicos, incluyendo productos telefónicos, películas, ordenadores... etc. Una vez probado el modelo de negocio a través de tiendas propias, sus fundadores se dieron cuenta que era un formato replicable en cadena y en otros países, algo que efectivamente ha funcionado, posicionándose con más de 600 puntos de venta en 10 países. Para el mercado español este año tienen propuesto como objetivo ocho nuevas aperturas y superar así las 70 tiendas operativas en este mercado además de implementar un nuevo modelo de tienda con un tamaño más reducido partiendo desde los 30 m<sup>2</sup>.

El perfil y cualidades idóneas que deba tener su futuro franquiciado es que, en primer lugar, quiera formar parte de la red de tiendas CeX además de buscar una persona de trato amable, con mentalidad joven y que esté abierta a recibir consejo. Preferiblemente se busca que cumpla cinco puntos: "Interés de al menos una de las categorías de productos de la tienda, dedicación al 100% al negocio y experiencia en la gestión de un equipo humano a través de la selección, formación y motivación del personal, además de disponer de experiencia en comercio minorista y por supuesto que tenga una actitud positiva y habilidades organizativas y comunicativas.



**TERRANOVA**

LIDER EN LA NUTRICIÓN  
CANINA Y FELINA

25 años de trayectoria, conforman la historia de Terranova desde su primera apertura en Barcelona por Sito Herrera, CEO y fundador de la enseña hasta el día de hoy donde lidera el sector de la nutrición canina y felina y conformándose como un modelo de negocio muy sólido que genera una óptima rentabilidad gracias a su amplia variedad de productos y servicios especializados.

Su ventaja diferencial, fue convertirse en la única cadena segmentada, profesionalizada y especializada en la alimentación del perro. Su valor añadido, lo define la presencia de una figura de asesor nutricional y la proximidad de sus establecimientos. Como punto a destacar, todo asesor pasa por unas doce formaciones al año en las que aprenden de todo, desde nutrición hasta conducta del perro. Por otro lado, la central ofrece cuatro modelos de tienda distintos para adaptarse a las necesidades de los franquiciados.

A día de hoy, la enseña cuenta con 140 tiendas de las cuales un 80% están bajo régimen de franquicias ubicadas principalmente en Cataluña. A su vez, La enseña cuenta con Petsonic, otra división de negocio especializada en la venta de productos online al mercado europeo, la cual logró facturar 15 millones de euros en 2018.

El objetivo marcado por Terranova con vista a cinco años es alcanzar las 500 tiendas en España, Andorra, Portugal y Francia.



En franquicia nuestra experiencia es la mayor  
garantía para su empresa

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

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

**TORMO**  
**FRANQUICIAS**  
Consulting

**Proyectos de franquicia**

**Expansión de Redes**

**Servicios Legales**

**Asesoramiento a  
Franquiciados**

**Marketing y  
comunicación de  
Franquicias**

**Internacional**

**Formación**

**Comités de Dirección**

**www.tormofranquicias.es**  
Pº Castellana, 139 28046 - Madrid Tel.: 911 592 558

## ACCESSORISSIMO



**RESPONSABLE**  
Paula García  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
17

## AMAZING JEWELRY



**RESPONSABLE**  
Gonzalo Artiach  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
44

## BLANES SPORTS & SHOES



**RESPONSABLE**  
Manuel Villegas  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
72

## DEVUELING



**RESPONSABLE**  
Juan Antonio Machado  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
124

## DI PIU MILANO



**RESPONSABLE**  
Paula García  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
17

## DOLCE LOVE



**RESPONSABLE**  
Angeles Gutiérrez Becerra  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
2

## EUREKAKIDS



**RESPONSABLE**  
Erik Mayol  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
193

## FOTOPRIX



**RESPONSABLE**  
Igor Arduiza  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
113

## L'ATELIER DE CARLOTA



**RESPONSABLE**  
Mansuet Guixa Font  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
2

## NOLOTIRE



**RESPONSABLE**  
Domingo Cerver  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
10

## SQRUPS!



**RESPONSABLE**  
Jose Luis Cumplido  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
55

## TERRANOVA



**RESPONSABLE**  
Lels Granado  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
137

## VISTA OPTICA



**RESPONSABLE**  
Isabel Barbero  
**ESTABLECIMIENTOS  
TOTALES**  
108

## Deporte

### ADIDAS

**Descripción:** Adidas se encuentra entre una de las 20 marcas del sector retail más poderosas del mundo y es una de las mejores opciones a la hora de franquiciar. Sus tiendas buscan un equilibrio y complemento entre la línea 'Performance' asociada directamente al deporte y 'Originals' vinculado a la moda.  
**Inversión total:** 250.000 €  
**País de origen:** Alemania.  
**Creación de la empresa:** 1924  
**Creación de la franquicia:** 1982

### CALDERON SPORT

**Descripción:** Se trata de una de las empresas españolas con mayor reconocimiento dentro del sector. Con más de 25 años de experiencia en la venta y distribución de material deportivo ofrecen unas grandes condiciones para el futuro franquiciado.  
**Inversión total:** 136.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1985  
**Creación de la franquicia:** 1999

### BLANES SPORT & SHOES

**Descripción:** Más de 24 años de trayectoria avalan a la franquicia en el sector deportivo. Ofrece dos modelos de negocio al franquiciado como son el First Contact y Evolution. Trabaja con las primeras marcas y ofrece al emprendedor un proyecto de tienda online.

**Inversión total:** 200 € / m<sup>2</sup> €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1983  
**Creación de la franquicia:** 1995



### FÚTBOL EMOTION

**Descripción:** Tienda especializada en ropa deportiva para los amantes del fútbol, con un amplio catálogo de primeras marcas.  
**Inversión total:** 250.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2001  
**Creación de la franquicia:** 2013

## Jugueterías

### COCOLONNE

**Descripción:** La franquicia Cocolonne está especializada en la comercialización de peluches es una de las más grandes del mercado. Disponen de una tipología de público muy amplio y carecen de estacionalidad siendo una gran ventaja competitiva.  
**Inversión total:** Desde 14.995 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2008  
**Creación de la franquicia:** 2016

### EUREKAKIDS

**Descripción:** Con más de 184 tiendas en más de 15 países EurekaKids está especializada en la venta de juguetes educativos y pedagógicos que aporten un valor añadido al tiempo de ocio de los niños además de estimular su desarrollo mental.

**Inversión total:** 51.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2001  
**Creación de la franquicia:** 2002



### IMAGINARIUM

**Descripción:** Imaginarium es la enseña juguetera más especializada del mundo. Con sus más de 400 establecimientos repartidos entre 31 países oferta una de las mejores líneas de juguetes especializados ofreciendo diversión con la más alta seguridad.  
**Inversión total:** 950 € / m<sup>2</sup> €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1992  
**Creación de la franquicia:** 1994

### TIENDAS ASÍ

**Descripción:** Esta original tienda fue fundada en Madrid en el año 1942. Especializada en la comercialización de regalos y muñecos exclusivos ocupa una de las opciones más únicas de emprendimiento en este sector.  
**Inversión total:** 70.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1942  
**Creación de la franquicia:** 2002

### POLY

**Descripción:** El futuro franquiciado encontrará en Poly una de las mayores líneas de productos exclusivos, además permite la posibilidad de expansión en poblaciones de menos de 30.000 habitantes siendo una de las opciones referentes para el próximo emprendedor.  
**Inversión total:** 240.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1975  
**Creación de la franquicia:** 2004

### JUGUETILANDIA

**Descripción:** Juguetilandia es toda una referencia en el sector juguetero español. Con más de 30 años de trayectoria y más de 52 tiendas repartidas por todo el territorio disponen de una amplia línea de producto con productos desde artículos de aire libre hasta disfraces y puericultura.  
**Inversión total:** 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1988  
**Creación de la franquicia:** 1995

## ..... Ópticas .....

### ALAIN AFFLELOU ÓPTICO

**Descripción:** Una de las enseñas líderes en el sector óptico de España y Europa con un saber hacer de más de 40 años de experiencia, exclusivas ofertas comerciales, una cifra de venta 2,5 veces superior a la media del sector.

**Inversión total:** A Consultar.  
**País de origen:** Francia.  
**Creación de la empresa:** 2002  
**Creación de la franquicia:** 2003

ALAIN AFFLELOU

### GENERAL ÓPTICA

**Descripción:** General Óptica es una de las franquicias líderes en nuestro país y desde el año 2000 la enseña forma parte del Grupo De Rigo, uno de los líderes mundiales en la fabricación, diseño y distribución de moda óptica.

**Inversión total:** Desde 70.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1955  
**Creación de la franquicia:** 1955

### PERFECT VISION & AUDIO PERFECT

**Descripción:** Cadena de óptica y audiometría con más de 12 años de experiencia en el sector. Una opción ideal para los ópticos cualificados. El futuro franquiciado estará a la vanguardia del sector contando con las mejores herramientas y asesoramiento.

**Inversión total:** Desde 55.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2004  
**Creación de la franquicia:** 2015

### VISTA ÓPTICA

**Descripción:** Una franquicia familiar con 25 años de trayectoria ofrece al franquiciado todos los beneficios de pertenecer a un gran grupo a través de su imagen (publicidad, merchandising, ofertas...) servicios (formación, asesoramiento...)

**Inversión total:** Variable  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1994  
**Creación de la franquicia:** 1994

VISTA ÓPTICA

## ..... Regalos Originales .....

### ALE-HOP

**Descripción:** Originaria de Alicante, se ha convertido en una de las principales establecimientos de retail de España especializada en la venta de decoración, moda y regalos. A día de hoy cuentan con más de 146 tiendas por todo el territorio.

**Inversión total:** Desde 1.000 € / m<sup>2</sup> €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1992  
**Creación de la franquicia:** 2001

### OOOPS!, LO+OOPS! PARA TI Y PARA TU CASA

**Descripción:** Especializados en los regalos, decoración y complementos, OOPS! es una opción realmente factible para el autoempleo.

**Inversión total:** Desde 19.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2001  
**Creación de la franquicia:** 2014

### DT-DETALLES

**Descripción:** Es una franquicia especializada en la comercialización de regalos, menaje y decoración. Es un negocio atractivo que se adapta a todas las épocas del año la cual cuenta con 30 años de experiencia en el sector.

**Inversión total:** 18.900 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1986  
**Creación de la franquicia:** 2006

## .. Tiendas Online ..

### ARTE Y VINO PIRINEO

**Descripción:** Encontrarás la posibilidad de obtener tu propio negocio online de venta de botellas de vino personalizadas, ideales para todo tipo de regalo. Con una baja inversión lo convierten en una de las mejores opciones para invertir.

**Inversión total:** 145 € + IVA  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1988  
**Creación de la franquicia:** 2014

### MUNDO PARQUET

**Descripción:** Mundo Parquet es una gran oportunidad para el futuro franquiciado ya que es la primera empresa española a nivel online de su sector, encontrando una clara ventaja competitiva además de carecer de canon de entrada, publicidad y royalty.

**Inversión total:** 5.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2001  
**Creación de la franquicia:** 2013

### REGALOS ORIGINALES Y BARATOS

**Descripción:** Una opción innovadora y económica para el futuro franquiciado. Desde 450 € + IVA podrás disponer de tu franquicia online de regalos con una amplia línea de productos.

**Inversión total:** Desde 450 € / m<sup>2</sup> €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2016  
**Creación de la franquicia:** 2016

### SQRUPS

**Descripción:** Uno de los referentes en el sector en la venta de oportunidades y productos a muy bajo coste.

**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2014

SQRUPS!  
+ \* -

## DEVUELIVING

**Descripción:** Te da la posibilidad de obtener tu propio centro comercial online, con más de 20.000 productos de gran consumo y primeras marcas a los mejores precios.

**Inversión total:** 3265 € + IVA  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2012

devuelving

## .. Tiendas Eróticas ..

### CANELA EN POLVO

**Descripción:** La red pone a disposición del cliente productos eróticos para fomentar el valor de la diversidad sexual con espacios innovadores y mostrando los productos.

**Inversión total:** 30.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2012  
**Creación de la franquicia:** 2013

### CONDOMS & CO

**Descripción:** 11 años avalan la trayectoria de esta franquicia especializada en la venta de productos eróticos contando con una de las gamas más amplias del mercado. Asimismo fue la 1ª cadena especializada en Sexy Store de España.

**Inversión total:** 40.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2007  
**Creación de la franquicia:** 2008

### LA MALETA ROJA

**Descripción:** La Maleta Roja es un concepto de negocio destinado al público femenino y sus parejas. Especialistas en asesoramiento y venta de productos y presentaciones a domicilio. En España tienen a su disposición más de 350 asesoras además de contar con presencia internacional.

**Inversión total:** 30.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2006

## PARAFARMACIA ERÓTICA DOLCE LOVE

**Descripción:** Especializada en el sector erótico y de reuniones tuppersex. Con + de 15 años de experiencia Dolce Love ha conseguido ser líder en su sector y poner en marcha numerosos proyectos.

**Inversión total:** 39.990 € + IVA  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2014

DOLCE LOVE

## SEXPLACE

**Descripción:** Sexplace es una de las cadenas expertas del sector. Disponen de un formato físico y online además de poseer una gran experiencia en este mercado a nivel mayorista garantizando los precios más ventajosos a todos los franquiciados.

**Inversión total:** Desde 27.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2007  
**Creación de la franquicia:** 2010

Bisuterías  
..... Joyerías y Complementos .....

## ABALORIUM

**Descripción:** Especializada en la venta de cuentas, abalorios, fornituras y todo lo necesario para diseñar tu propia bisutería

**Inversión total:** 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2004  
**Creación de la franquicia:** 2012

## ACCESSORISSIMO

**Descripción:** 2ª marca del grupo empresarial Di Piu Milano, es un modelo de negocio especializado en accesorios y complementos de moda a bajo coste y anticrisis.

**Descripción:** Inversión total: 15.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2015

Accessorissimo

## ARGENTBASIC

**Descripción:** Argentbasic están especializados en la creación de joyería y relojería de diseño vinculado creado para cubrir un nuevo concepto de mercado.

**Inversión total:** 45.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1998  
**Creación de la franquicia:** 2004

## ARISTOCRAZY

**Descripción:** Perteneciente a la familia Suárez, Aristocrazy está especializada en la joyería de calidad con un saber hacer artesanal.

**Inversión total:** Desde 50.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2010  
**Creación de la franquicia:** 2010

## AS ART IN SILVER

**Descripción:** Su fuerte radica en la venta y diseño de productos propios realizados en plata orientados a la alta joyería.

**Inversión total:** Desde 24.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1996  
**Creación de la franquicia:** 2012

## AMAZING JEWELRY

**Descripción:** "El Zara de la Joyería" Descubre una marca que está revolucionando el sector de la joyería.

**Inversión total:** Desde 120.000 €

**País de origen:** Dinamarca.  
**Creación de la empresa:** 2016  
**Creación de la franquicia:** 2016

AMAZING

## DI PIU MILANO

**Descripción:** Di Piú Milano es una franquicia de bisutería, accesorios de moda y ropa a un precio económico y que proyecta un espacio de boutique de alto standing.

**Inversión total:** Desde 19.900 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2006



## DIVINA LOCURA

**Descripción:** Con más de 2 años de andadura, Divina Locura, es una franquicia especializada en la bisutería artesana vinculada al sector de la moda.  
**Inversión total:** 39.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2012

## KAPRICHOS

**Descripción:** La franquicia Kaprichos está especializada en la venta de bisutería y complementos a la venta al precio único de 5 euros.  
**Inversión total:** 12.000 - 18.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2009  
**Creación de la franquicia:** 2016

## LUXENTER

**Descripción:** Cadena especializada en trabajar con la plata y el acero disponiendo de una oferta amplia en estos materiales.  
**Inversión total:** 35.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1976  
**Creación de la franquicia:** 2012

## PANDORA

**Descripción:** La firma pertenece a Grupo Suárez, es una de las principales enseñanzas de bisutería española y dispone de más de 60 tiendas en el territorio.  
**Inversión total:**  
**País de origen:** Dinamarca.  
**Creación de la empresa:** 1982  
**Creación de la franquicia:** 1982

## PRIZE

**Descripción:** Insignia española especializada en la distribución y venta de artículos de bisutería, complementos y accesorios de moda.  
**Inversión total:** 12.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2012  
**Creación de la franquicia:** 2014

## SHAAF

**Descripción:** Shaaf es una franquicia joven y dinámica con sede en Granada orientada a satisfacer las demandas del sector.  
**Inversión total:** Desde 25.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2012  
**Creación de la franquicia:** 2013

## SWAROVSKI

**Descripción:** Si hablamos de cristales tallados, hablamos de Swarovski, uno de los principales referentes del sector joyería.  
**Inversión total:** 100.000 - 150.000 €  
**País de origen:** República Checa.  
**Creación de la empresa:** 1895  
**Creación de la franquicia:** 1998

## TOUCH COMPLEMENTS

**Descripción:** La franquicia está especializada en la comercialización de artículos de bisutería de gama media y alta.  
**Inversión total:** 75.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2008  
**Creación de la franquicia:** 2011

## TOUS

**Descripción:** Tous es una de las principales enseñanzas de bisutería en España. Su modelo de negocio se caracteriza por un alto grado de integración vertical.  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1920  
**Creación de la franquicia:** 2000

... Tiendas Especializadas ...

## AUDICOST

**Descripción:** Desde 2014 Audicost es la red de franquicias especializada en la venta de sistemas de corrección auditiva.  
**Inversión total:** 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2014

## BRICOCENTRO

**Descripción:** BricoCentro es una de las principales redes de franquicia especializada en la venta y asesoramiento de oferta de bricolaje.  
**Inversión total:** Desde 400.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1994  
**Creación de la franquicia:** 1998

## CANNABIS STORE AMSTERDAM

**Descripción:** Cannabis Store Amsterdam es la primera franquicia italiana, especializada en ofrecer productos comestibles elaborados a base de cannabis.  
**Inversión total:** 24.900 €  
**País de origen:** Italia  
**Creación de la empresa:** 2017  
**Creación de la franquicia:** 2017

## CATOKI

**Descripción:** Dedicada a la venta de alimentación y productos para mascotas. También ofrece servicios de veterinario o peluquería canina.  
**Inversión total:** 30.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1987  
**Creación de la franquicia:** 2017

## CHICCO

**Descripción:** Chicco es la marca que acompaña a madres y padres con una amplia oferta de productos para sus bebés.  
**Inversión total:** Desde 100.000 €  
**País de origen:** Italia.  
**Creación de la empresa:** 1946  
**Creación de la franquicia:** 2008

## COMIC STORE

**Descripción:** COMIC STORE es una empresa líder en España en la venta de cómics, manga, literatura de fantasía y ciencia ficción.  
**Inversión total:** Desde 52.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1992  
**Creación de la franquicia:** 2003

## DREAM STORE

**Descripción:** Referente en la comercialización de los personajes más famosos del cine, la televisión, videojuegos, así como del merchandising de los mismos.  
**Inversión total:** Desde 15.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2014

## DULZIA

**Descripción:** Dulzia lleva más de 25 años especializados en la venta de regalos, caramelos, detalles de celebraciones...  
**Inversión total:** Desde 12.900 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1986  
**Creación de la franquicia:** 2012

## EL RINCÓN DEL ESTILISTA

**Descripción:** Especializados en la comercialización de productos, mobiliario y aparatología profesional de peluquería.  
**Inversión total:** Desde 28.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2011  
**Creación de la franquicia:** 2012

## ESPACIO LECTOR NOBEL

**Descripción:** Espacio Nobel es la mayor franquicia de libros de la península con 27 tiendas repartidas por todo el territorio.  
**Inversión total:** Desde 45.000 €  
**País de origen:** Brasil.  
**Creación de la empresa:** 1943  
**Creación de la franquicia:** 2006

## ESPARTA FACTORÍA DE PROTECCIÓN

**Descripción:** Esparta Factoría de Protección es la franquicia pionera en la comercialización de equipos de protección individual y ropa de trabajo.  
**Inversión total:** A Consultar  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1940  
**Creación de la franquicia:** 2002

## EUROTEX

**Descripción:** Con más de 25 años de experiencia Eurotex ofrece una alta gama en pintura y artículos complementarios de bricolaje y decoración.  
**Inversión total:** Desde 25.900 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1981  
**Creación de la franquicia:** 2002

## FERREPROXIM

**Descripción:** Ferreproxim forma parte de la cooperativa más grande de ferreterías de España con casi 400 tiendas por todo el territorio.  
**Inversión total:** Desde 69.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1969  
**Creación de la franquicia:** 2013

## FERSAY

**Descripción:** Fersay es una de las redes referentes en la distribución y venta de accesorios electrónicos y electrodomésticos.  
**Inversión total:** Desde 25.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1979  
**Creación de la franquicia:** 2011

## FLOWERING

**Descripción:** Flowering es una joven cadena de floristerías especializadas en oferta Low Cost siendo la 1ª cadena en España por nº de sucursales.  
**Inversión total:** Desde 14.400 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2006  
**Creación de la franquicia:** 2014

## FOTODIGITAL DISCOUNT

**Descripción:** FotoDigitalDiscount es una de las principales franquicias centradas en fotografía e imagen líder en Italia y España.  
**Inversión total:** Desde 15.000 €  
**País de origen:** Italia.  
**Creación de la empresa:** 2005  
**Creación de la franquicia:** 2005

## INKPRESIÓN ECOLÓGICA

**Descripción:** Especializados en la venta de consumibles de impresión bajo un modelo de gestión sostenible para el Medio Ambiente.  
**Inversión total:** Desde 30.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2005  
**Creación de la franquicia:** 2015

## INTERFILM

**Descripción:** 25 años de experiencia Interfilm propone varios modelos de negocio especializados en fotografía, papelería, enmarcaciones...  
**Inversión total:** Desde 15.900 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1987  
**Creación de la franquicia:** 1993

## LED TECH IBÉRICA

**Descripción:** LED TECH es una cadena de tiendas especializadas en la comercialización de productos LED.  
**Inversión total:** Desde 10.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2012  
**Creación de la franquicia:** 2012

## LÚZETE

**Descripción:** Red de franquicia, especializada en la comercialización de iluminación, mobiliario y accesorios para el hogar y oficina.  
**Inversión total:** Desde 70.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1993  
**Creación de la franquicia:** 2001

## MISTER MINT

**Descripción:** Con más de 1200 puntos en Europa Mister Minit es la empresa líder en duplicado de llaves y reparación de calzado entre otros servicios.  
**Inversión total:** 40.000 - 60.000 €  
**País de origen:** Bélgica.  
**Creación de la empresa:** 1957  
**Creación de la franquicia:** 2009

## FOTOPRIX

**Descripción:** Fotoprix es una compañía española fundada en 1981 especializada en la venta de productos fotográficos y laboratorios de revelado.

**Inversión total:** Desde 35.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1979  
**Creación de la franquicia:** 1981

**fotoprix**

## L'ATELIER DE CARLOTA

**Descripción:** Especializadas en la venta de todo tipo de material para manualidades, con espacio-taller para poder hacer cursos.

**Inversión total:** 40.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2014  
**Creación de la franquicia:** 2018



## LAGUARDIA&MOREIRA

**Descripción:** La Guardia Moreira, está especializada en la distribución y construcción de baños, cerámicas, climatización...  
**Inversión total:** Desde 15.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1942  
**Creación de la franquicia:** 2005

## NEW MASCOTA

**Descripción:** Enseña joven y pionera en la comercialización de productos y artículos y accesorios para todo tipo de mascotas.  
**Inversión total:** Desde 18.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2013  
**Creación de la franquicia:** 2013

### NOLOTIRE

**Descripción:** Compra venta productos de 2ª mano con una gran variedad de artículos de ocasión a precios insuperables dirigido a personas con gran espíritu emprendedor.

**Inversión total:** 35.000 - 40.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2011  
**Creación de la franquicia:** 2014



### TERRANOVA CNC

**Descripción:** Franquicia especializada en la nutrición canina y felina líder del mercado y con una amplia variedad de servicios especializados.

**Inversión total:** Desde 45.500 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1995  
**Creación de la franquicia:** 2009



### OLÉ TUS HUEVOS CAMPEROS

**Descripción:** Olé Tus Huevos Camperos es un concepto de granja avícola especializada en la producción y comercialización de huevos camperos.

**Inversión total:** 5.000 - 15.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2018  
**Creación de la franquicia:** 2018



### PARTY FIESTA

**Descripción:** Una de las enseñas líderes en artículos de fiestas y disfraces en Europa con más de 10.000 variedades diferentes.  
**Inversión total:** Desde 60.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1994  
**Creación de la franquicia:** 2003

### PETS PLACE

**Descripción:** Líder en el Mercado Holandés, Pets Place es empresa líder de tiendas de mascotas con más de 200 repartidas por Europa.  
**Inversión total:** 950 € / m²  
**País de origen:** Holanda.  
**Creación de la empresa:** 1992  
**Creación de la franquicia:** 2000

### RECYCLE&COMPANY

**Descripción:** Recycle & Company es una empresa canaria especializada en la compra-venta de artículos de segunda mano y nuevos.  
**Inversión total:** 9.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2007  
**Creación de la franquicia:** 2016

### SECOND COMPANY

**Descripción:** Second Company es una red de franquicia especializada en la compra-venta de segunda mano con la joyería como principal motor económico.  
**Inversión total:** Desde 125.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 1997  
**Creación de la franquicia:** 1997

### TOY STAND

**Descripción:** Toy Stand es una de las primeras tiendas especializadas en la venta de juguetes electrónicos en España.  
**Inversión total:** Desde 6.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2008  
**Creación de la franquicia:** 2011

### TRASH

**Descripción:** Trash es una red de franquicia especializada en la compraventa afín con el medio ambiente y reutilización de productos.  
**Inversión total:** Desde 80.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2008  
**Creación de la franquicia:** 2011

### TROC

**Descripción:** Con más de 37 años operando Troc está especializado en la compra-venta online y física para todo usuario.  
**Inversión total:** Desde 90.000 €  
**País de origen:** Francia.  
**Creación de la empresa:** 1982  
**Creación de la franquicia:** 1997

### USODRONES

**Descripción:** Ofrecen Servicios Integrales de captura, tratamiento y análisis de datos a empresas particulares a través de los drones.  
**Inversión total:** 22.000 €  
**País de origen:** España.  
**Creación de la empresa:** 2008  
**Creación de la franquicia:** 2011



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

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

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

**Dirección:** Selina Olmedo  
**Redacción y Colaboradores:** Judith García-Cuevas, Sergio Darías, Andrés Álvarez  
**Diseño y Maquetación:** Scherezade De los Santos

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.