# ESPACIO6 franquicia

Una publicación de franquiciashoy.

#### **Andrés Gil-Nogués**

Director del Salón Internacional de Franquciia: "SIF 2016 promete ser una gran edición"

#### Crowdfranquicias

La primera plataforma de crowdfunding para franquicias

#### Líderes en Franquicia

Una nueva generación de emprendedores en franquicia



#### Sección Noticias

La actualidad más representativa del sector de franquicias

#### Franquicia SIF' 16'

"Espacio

Espacio Franquicia es la revista online de Franquiciashoy que tiene como objetivo informar periódicamente sobre los sectore 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 negocios, entrevistas, reportajes y un quién es quién de los principales protagonistas del ector. En este número tratamos el sector de la franquicia en el SIF Salón Internacional de

la Franquicia).

#### Entrevista

Entrevistamos al Director del SIF, Andrés Gil-Nogués

#### Reportaje

Hablamos con varios emprendedores v conocemos sus historias

#### Visión del SIF

Diferentes franquicias nos cuentan sus expectativas e impresiones del SIF

#### Lista de Expositores

Consulte el listado de franquicias que van a acudir al Salón Internacional de la Franquicia en Valencia

#### El Plano

Todo lo que necesitas para no perderte en el SIF

#### La Columna

15 pasos para elegir tu negocio

#### Lo más nuevo del SIF

Te detallamos nuevas franquicias que asisten al Salór Internacional de la Franquicia

26



#### **TORMO FRANQUICIAS CONSULTING PRESENTA EL INFORME DE "MARCAS LÍDERES EN FRANQUICIA"**

Este Informe tiene como objetivo principal, no sólo dar a conocer las principales marcas que lideran el contexto global de la franquicia en el ámbito general y en cada uno de los principales sectores de actividad, sino dar a conocer también las mejores prácticas de estas para que puedan ser trasladadas al conjunto del sector.

En palabras de -Eduardo Tormo, Director de Tormo Franquicias Consulting- quien ha dirigido este estudio: "Este Informe que hemos venido desarrollando a lo largo de este ejercicio, nos aporta sobretodo una visión de las mejores prácticas en franquicia que aplican aquellas empresas que han logrado triunfar. Conocer de cerca qué es lo que hacen las mejores empresas, sus principales claves y los aspectos más destacados de las mismas, debe ser una guía para todos y es la orientación para todas aquellas empresas que se inician y quieren expandirse empresarialmente en franquicia".

El Informe se divide en diferentes secciones que aportan una amplia visión. Hasta la fecha no se ha realizado un trabajo similar en el ámbito de la franquicia.

#### Las Marcas Líderes en Franquicia suponen el 48,8% de la facturación global

En efecto, aportan prácticamente el 49% de la facturación total registrada en franquicia en nuestro país. De igual forma, el número de establecimientos es muy superior a la media. Un 50% de dichas marcas poseen dimensiones en sus cadenas superiores a las 250 unidades de negocio, mientras que la inversión media por local es también superior, situándose en 209.536 € frente a los 120.886 €

de media del sector, debido principalmente a la mayor dimensión de sus unidades de venta e implantación de las

#### **Presencia internacional**

El 85% de las marcas líderes tienen presencia internacional. Destaca Europa influido en gran parte por el peso y presencia en Portugal de casi todas ellas, seguido por Centro y Sur América donde existe una importante presencia. A continuación, destacan los países emergentes del continente Asiático y a mucha distancia América del Norte, África y Australia.

Puedes encontrar el informe completo en: http://tormofranquicias.es/informe-marcas-lideres-enfranquicia/

	VALOR DE MARIEX	ENTRAGES CHESTON	Signal System	FACTURACIÓN GLÓBAL:	REPUBLICAN DV EMPRESH	PRODUCT EXTENSION
INDITEX	ALTO-ALTO	1,826	1975	4,003	BUENA	AMPLIA
M	ALTO-ALTO	497	1981	980	BUENA	AMPLIA
	ALTO-ALTO	650	1975	939	BUENA	AMPLIA
<b>⟨€</b> ⟩ Carrefour	ALTO	766	1973	7.333	BUENA	AMPLIA
MANGO	ALTO	246	1984	442	BUENA	AMPLIA
Desigual	ALTO	96	1984	933	BUENA	AMPLIA
⊕ NATUR HOUSE	ALTO	588	1991	19	BUENA	AMPLIA
telepizza	ALTO	596	1987	492	BUENA	AMPLIA
minas	MEDIO-ALTO	147	1988	50	BUENA	AMPLIA
TOUS	ALTO	118	2000	368	BUENA	AMPLIA







#### GIRANDO EL NEGOCIO DEL CAFÉ

Moler el café es un punto crucial en su elaboración. Determina su gusto, su fuerza y puede opacar o enaltecer las virtudes del grano. Saber hacerlo es uno de los secretos del sector.

Ingredients: Café aprovecha esta realidad para asociarse con la calidad, usando el molinillo como su icono de su identidad. Un negocio bien molido es un negocio pensado, estudiado a fondo del cual queda sólo lo mejor, y es esto lo que quiere ofrecerles a sus franquiciados.

Ingredients: Café quiere revolucionar la venta de café, y para ello se sirve de una estrategia nunca vista en España. Las nuevas tiendas pop-up (Coffee Grinder) rompen con las normas del sector e implantan un nuevo formato, más práctico y dinámico. Desde hace más de 25 años, los fundadores de la idea y del proyecto, están dedicados al mundo del Café, la Restauración y la Franquicia.

El Molinillo Coffee & Food, bajo el conocimiento, la investigación, y la experiencia es un innovador concepto de 9 y 14 m2, más un espacio de terraza diseñado para seducir, que representa cuatro ventanas abiertas donde en cada una de ellas se ofrece un mundo de productos distintos de alta calidad para consumir desde la apertura hasta el cierre, en el propio espacio y para take away.

Bajo este pequeño espacio que representa El FOOD COURT, y con el símbolo de Molinillo de café, se recrea una auténtica convivencia ligada a la calidad de los productos de la carta, y a la tradición que nos permite, dar el toque innovador del nuevo formato en los establecimientos.

#### EL SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA DE VALENCIA EN CIFRAS

El Salón Internacional de la Franquicia se celebrará del 20 al 22 de octubre en Valencia. Además de las empresas españolas, también asistirán franquicias de otros países.

Durante 2015, el SIF acogió a visitantes cuyo interés fue principalmente los sectores de hostelería y de servicios. Ambos sectores coparon algo más de 50% del interés por parte de los visitantes.

Por otro lado, el 24% de los emprendedores que acudieron al SIF 2015 contaban con una inversión de entre 40.000 y 80.000€.

Según su procedencia, los visitantes acudieron desde la Comunidad Valenciana en un 31% y desde Madrid un 11%. Del resto de comunidades asistieron en un porcentaje menor.

Este evento de la franquicia es uno de los más internacionales. Los países que acudieron el año pasado, fueron en mayor medida procedentes de Italia (15%) y de Portugal (14%).

SECTOR DE INTERÉS		
Hostelería	23%	
Servicios	20%	
Moda	19%	
Ocio, Entretenimiento	13%	
Cosmética, Belleza	11%	
Retail	8%	
Consultoría	6%	

POR INVERSIÓ	N
De 0 a 10.000 €	23%
De 10.000 a 40.000 €	20%
De 40.000 a 80.000 €	19%
De 80.000 a 150.000 €	13%
Más de 150.000 €	11%

POR PAÍSES			
Italia	15%		
Portugal	14%		
Venezuela	9%		
Francia	9%		
Marruecos	8%		

Fuente: SIF - Datos 2015

Se trata del salón de referencia internacional de la franquicia en el que se darán cita más de 300 marcas de más de 30 sectores de actividad diferentes.

#### CROWDFRANQUICIAS SE PRESENTA EN EL SIF 2016

Es la primera plataforma de "equity crowdfunding" especializada en el sector franquicia.

Crowdfranquicias nace de la alianza entre Tormo Franchise Group y Socios Inversores para facilitar el acceso y asesoramiento de financiación para franquicias.



La consultora especializada en franquicias Tormo Franquicias Consulting presenta en el Salón Internacional de la Franquicia que se celebra en Valencia el 20, 21 y 22 de octubre, la primera plataforma de crowdfunding en franquicia.

Para los inversores, Crowdfranquicias les facilita la posibilidad de participar en empresas franquiciadoras con un alto potencial de crecimiento que necesitan inversores para impulsar sus proyectos empresariales.

Por otra parte, Crowdfranquicias también ayuda a las franquicias ya que ponen en contacto a empresas franquiciadoras que tienen un modelo de negocio viable y que buscan capital, con inversores para el desarrollo de sus proyectos.

Crowdfranquicias analiza detalladamente toda la información de cada uno de los proyectos presentados, y pone a disposición de los inversores la información necesaria.



# SIF PERFILA UNA EDICIÓN MARCADA POR LA INTERNACIONALIDAD

SIF en su tradicional cita de octubre, se convertirá en la plataforma donde conocer las nuevas propuestas de negocio que proponen 450 enseñas procedentes de todo el territorio nacional y de países como Bélgica, EE.UU., Italia, México, Portugal, Paraguay y Uruguay.

SIF en esta nueva edición gana en internacionalidad gracias a su alianza con el grupo líder en la organización de ferias de franquicia, el grupo MFV Expositions. Asimismo, posibilita la oportunidad de expandir con éxito el modelo de negocio de sus expositores allá donde le interese estratégicamente. En definitiva, esta alianza sitúa al certamen Valenciano, más si cabe, a nivel internacional y sobre todo dentro de un asede en New Jersey.

NOTICIAS



En cuanto a la oferta comercial, SIF ha conseguido reunir en su exposición comercial un sinfín de posibilidades de negocio. Estarán presentes desde marcas líderes ya consolidadas como Carrefour o Eroski en el sector de la alimentación, como nuevos proyectos de todos los sectores económicos. Entre ellos destaca Claim it, el nuevo concepto procedente de Europa, concretamente de Bélgica, que ofrece servicio de asistencia a los pasajeros afectados del mundo entero ayudándoles a obtener las indemnizaciones correspondientes. También cabe destacar la presencia de inmobiliarias y entidades financieras, que acuden al certamen para promover y divulgar los mecanismos de financiación disponibles para los nuevos emprendedores.

El negocio de la franquicia en SIF, del 20 al 22 de octubre en el Nivel 3 Pabellón 2 de Feria Valencia.

# HAVISHADURE CHOR SUP Andrés Gil-Nogués

# "SIF 2016 promete ser una gran edición"

Este año se celebra la edición número 27 del Salón Internacional de la Franquicia en Valencia donde más de 350 marcas exponen sus modelos de negocio. Una de las novedades de este año es la coorganización de SIF junto al principal grupo operador de ferias de franquicia del mundo, MFV-Expositions.

n esta edición de Espacio Franquicia y con motivo de la próxima celebración del SIF hemos entrevistado al Director del SIF, Andrés Gil-

#### ¿Qué expectativas tiene el SIF para este año?

Nogués.

Verdaderamente positivas. SIF 2016 promete ser una gran edición. Tenemos una mayor oferta comercial, una mayor participación internacional, un registro de visitantes mayor, en estas fechas que en pasadas ediciones... Todo ello, unido a la buena situación que atraviesa el sector hace prever una edición de lujo.

"Restauración, alimentación o fitness son, como en pasadas ediciones, los sectores más presentes. Pero en esta edición podremos encontrar propuestas muy novedosas y de muy variada naturaleza"

#### ¿Alguna novedad respecto a años anteriores?

La principal novedad de esta edición es la co-organización

de SIF junto el principal grupo operador de ferias de franquicia del mundo, MFV-Expositions. Un gran grupo que cuenta en su porfolio con más de 8 ferias de franquicia alrededor del mundo, y una de ellas es la más grande, la de México. Además, organizan otras en Estados Unidos, Inglaterra, Irlanda, Japón y ahora entran con fuerza en el mercado español eligiendo a Feria Valencia, al SIF, como socio co-organizador, lo que sitúa El Salón en un circuito ferial internacional único en el mundo, con lo que la posibilidad que tienen nuestros expositores de crecer y expandir las enseñas al mundo es ya una realidad, una gran oportunidad. Esta alianza aporta a SIF (Salón Internacional de la Franquicia) Internacionalidad e importantes oportunidades de negocio y expansión para nuestras enseñas. SIF abre en su próxima edición un escaparate comercial de primer nivel ofreciendo a sus expositores grandes oportunidades de expandir con éxito su modelo de negocio allá donde les interese estratégicamente.



#### ENTREVISTA ANDRÉS GIL-NOGUÉS

#### ¿Qué se encontrará el visitante en el SIF este año?

Restauración, alimentación o fitness son, como en pasadas ediciones, los sectores más presentes. Pero en esta edición podremos encontrar propuestas muy novedosas y de muy variada naturaleza. Destaca la presencia de inmobiliarias y de entidades financieras como el Banco Sabadell, Santander, así como otras importantes que acuden al certamen con el objetivo de promover y divulgar los mecanismos de financiación disponibles para los nuevos emprendedores. Además, destacan conceptos novedosos que llegan de Europa, concretamente de Bélgica, con la enseña Claim it, una empresa de servicio que presta asistencia a los pasajeros afectados del mundo entero ayudándoles a obtener las indemnizaciones correspondientes.

#### ¿Habrá presencia internacional en el SIF?

La oferta comercial internacional cuenta con enseñas procedentes de países como Bélgica, Estados Unidos, Italia, México, Portugal, Paraguay y Uruguay. Además de exposición comercial, SIF tiene como uno de sus objetivos prioritarios apoyar la internacionalización de las franquicias. Pero ello, como viene siendo habitual desde hace 11 años, la FIAF -Federación Iberoamericana de Franquicias- celebra su Junta Anual durante el certamen a

la que acuden los más altos representantes de la franquicia de países como México, Brasil, Colombia, Argentina, Paraguay, Uruguay, Guatemala, Costa Rica, Perú, Portugal y Venezuela. Este hecho convierte a SIF en una excelente plataforma donde mantener reuniones con ellos y resolver dudas para un primer acercamiento para conocer la realidad de la franquicia a cada uno de estos países.

#### ¿Qué cifra de visitantes y franquicias estimáis que acudirá a la feria?

No me gusta trabajar con datos que no son definitivos, prefiero hacer todo lo posible para poder asegurar a nuestros expositores que tengan una buena calidad de visitante, y que esos visitantes se conviertan en aperturas para ellos, ese es nuestro trabajo. Lo que sí tengo claro a día de hoy, es que crecemos a nivel expositivo y crecemos considerablemente en el pre registro de visitante.

#### ¿Cuál es tu impresión personal sobre la evolución de la franquicia en nuestro país?

Estamos en un momento
excelente para el sector. Según el
último informe "La Franquicia en
España 2016" de la AEF, el sistema
de franquicias en nuestro país ha
crecido en todas sus variables:
crece el número de redes,
cada año hay más
empresas que apuestan
por la franquicia
como fórmula de
expansión; el sector

ha facturado un total de 26.482 millones de € en España, lo que supone un incremento del 2,3% con respecto a la facturación de 2014; un mayor número de establecimientos abiertos, un 3%; un incremento del 2% en generación de empleo... Todos los datos apuntan que el sector está en auge y este ambiente se respirará en SIF.

#### ¿Cómo está viviendo Andrés Gil- Nogués este SIF?

Con mucho trabajo, pero también con mucha ilusión y ganas de hacer las cosas bien. Pero sobre todo, haciendo un gran esfuerzo para que esta edición de SIF, recuerdo que abrirá sus puertas del 20 al 22 de octubre en Feria Valencia, sea un éxito de negocio para todo el sector de la franquicia. El equipo de SIF, y por supuesto el de Feria Valencia, trabaja para que esto sea posible.





## Anúnciate en franquiciashoy.es, el portal de franquicias para todos los emprendedores



## El portal donde encontrarás toda la información sobre franquicias

#### En franquiciashoy.es tendrás:

- Múltiples opciones de contratación
- Máxima visibilidad
- Tecnología evolucionada
- Referencias de calidad

Ponte en contacto con nosotros a través del correo smartinez@franquiciashoy.es o en el teléfono 911 592 106



# Crowdfranquicias, primera plataforma de crowdfunding para franquicias

Entre sus principales valores se encuentran dirigirse a un colectivo específico de inverores del ámbio de la franquicia y ofrecer una oferta diferenciada y novedosa a todo tipo de inversores.

### EDUARDO TORMO

Fundador de Crowdfranquicias



Una de las novedades del SIF será Crowdfranquicias, una plataforma de "equity crowdfunding" que permite a empresas y nuevas empresas franquiciadoras obtener financiación para sus proyectos accediendo a inversores especializados.

Tormo Franchise Group y Socios Inversores son los promotores de este proyecto cuya finalidad es la financiación. La plataforma está dirigida a nuevas empresas para favorecer su desarrollo y a empresas ya desarrolladas para potenciarlas. Con motivo de esta presentación hemos querido entrevistar a uno de los responsables del proyecto, Eduardo A. Tormo, Fundador y Promotor de Crowdfranquicias, y profundizar en este tema.

#### Defínenos qué es Crowdfranquicia

Crowdfranquicias.com es la primera plataforma de crowdfunding especializada en el sector franquicias. Nace de la alianza entre Socios Inversores y Tormo Franchise Group para facilitar el asesoramiento y acceso a canales de financiación para franquicias y franquiciados.

#### ¿Cómo surgió la idea?

El crowdfunding es ya una realidad desde hace algún tiempo en los países de nuestro entorno. En nuestro país, son cada vez más las empresas que están logrando financiación a través de equity crowdfunding. Entendemos que es una opción cada vez más asentada y nuestra posición y conocimiento del sector franquicia, de las necesidades de las empresas franquiciadoras y de los inversores que quieren participar en las mismas, nos han llevado a crear

10

Crowdfranquicias.com como plataforma especializada con todas las ventajas que ello supone.

"El inversor tendrá acceso a empresas franquiciadoras que presentan planes de crecimiento sostenidos"

#### ¿Qué ventajas aporta?

En primer lugar, al ser una plataforma especializada permite que cada empresa inscrita pueda comunicarse en un entorno donde se va a encontrar con inversores que entienden todo lo que la misma les puede aportar. Por otro lado, sólo pueden ser presentadas en la plataforma aquellas empresas franquiciadoras que ofrecen unas garantías reales a sus inversores. Cualquier franquiciador accede de esta forma a un amplio número de inversores en franquicia y además accede también a todos los inversores tradicionales, business angels y entidades de capital riesgo. Desde el lado del inversor, este tiene acceso

privilegiado a todas aquellas empresas franquiciadoras que presentan planes de crecimiento sostenidos. Por primera vez, muchos pequeños inversores podrán invertir en el sector franquicia.

#### ¿Quiénes son los socios del proyecto?

Este proyecto surge como una alianza estratégica para el sector franquicia con el objetivo de crear una plataforma especializada para sus empresas y sus empresarios.

"Nuestra posición y conocimiento del sector franquicia nos han llevado a crear Crowdfranquicias como plataforma especializada con todas las ventajas que ello supone"

Crowdfranquicias.com nace de la alianza entre Socios Inversores y Tormo Franchise Group para facilitar el asesoramiento y acceso a canales de financiación para franquicias y franquiciados.

Tormo Franchise Group es una empresa especializada en la consultoría y desarrollo empresarial de franquicias, y facilitará dichos servicios a todos los usuarios de Crowdfranquicias.

Socios Inversores 2010 PFP, S.L. es la plataforma líder en equity crowdfunding en España. Desde el año 2016 es una plataforma de financiación participativa autorizada por la CNMV y será quien procure todos los servicios de acceso a la financiación para los promotores de los proyectos.

# Entonces Crowdfranquicias se traduce en financiación para emprendedores ¿Cómo se llevará a cabo?

En efecto se traduce en financiación y esta es su finalidad para las empresas franquiciadoras. El enfoque principal está dirigido a nuevas empresas donde se favorece su desarrollo, empresas ya desarrolladas para potenciar sus oportunidades y también el apoyo a franquiciados o redes de franquiciados. No obstante, nos encontramos en la fase inicial y la propia demanda del mercado es la que nos indicará nuevas oportunidades.

#### ¿Qué requisitos se necesitan?

Los requisitos principales se fundamentan a través de toda

una serie de documentos que es necesario preparar y presentar en virtud de la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial y que es obligado exigir a todos los proyectos y validar posteriormente. A través de los mismos, el inversor dispone de una amplia información para poder tomar su decisión.

## ¿Cuáles son las expectativas de proyectos con esta iniciativa?

Acabamos de iniciar este proceso. Para nosotros no es tan importante cuántos, sino cuáles. Hemos empezado a trabajar y lo hemos hecho intensamente pero sobre todo en la selección.



Esta iniciativa nos permite el acceso a nuevos proyectos de franquicia y sobre todo a nuevos emprendedores que son los que van a marcar las pautas del desarrollo en franquicia.



11 ESPACIO Franqui

# LÍDERES EN FRANQUICIA

A continuación, Espacio Franquicia recoge 3 modelos de negocio con emprendedores con historia y llamados a convertirse en líderes de franquicia.



Fundador de Brutal Zapas, un referente de moda y calzado urbano

#### ANABEL ZAMORA

Ceo de 24fab, alquiler de vestidos de lujo a precios low cost

#### **ANTONIO ARCAS**

Fundador de Perfumería Arcas, de 4 tiendas a 10 en un año





# Jaime Gil López, fundador de Brutal Zapas, referente de moda y calzado urbano

20 años de experiencia en el mercado avalan a este modelo de negocio que acaba de despegar en la franquicia y ya cuenta con un franquiciado. Un negocio que se ha convertido en referente de moda y calzado urbano.

n 1996, Jaime Gil López decidió emprender y desarrollar su idea

de Brutal Zapas. En un principio era una tienda de Surf Skate y Snow especializado que ha ido evolucionando hasta convertirse en lo que es hoy: una tienda especializada en moda y calzado urbano y sobre todo en lo que su fundador define como su pasión "las Sneakers".

16 años después de esa evolución, Brutal Zapas apuesta por seguir creciendo y ofrecer su modelo de negocio a otros emprendedores. Jaime Gil ha dado el paso a la expansión en franquicia. Según el fundador de Brutal Zapas su modelo tiene "más de 20 años, y si nos funciona a nosotros en Huelva

con dos tiendas, por qué no va a funcionar en cualquier lugar del mundo".

Brutal Zapas cuenta actualmente con 3 tiendas, 2 propias en Huelva y 1 franquiciada en Sevilla. En palabras del fundador de la marca, Brutal Zapas ofrece al franquiciado "ganas de aprender un oficio, establecer unos cimientos para su futuro y una tienda rentable".

Brutal Zapas ha recibido el Premio Nacional de Comercio 2015 y ha logrado convertirse en una tienda de moda y calzado de referencia en Huelva. Un objetivo conseguido después de muchos años de trabajo desde que decidieron emprender.

"El espíritu
emprendedor es
crear, testar e
intentar llevar un
rumbo"

"Entendemos que el que es emprendedor, lo lleva dentro, es innato, una vez que he creado una empresa y la he echado a andar ya está mi cabeza buscando un nuevo reto donde inspirarme y empezar un nuevo proyecto, los emprendedores tenemos la idea, la llevamos a cabo y hay veces que nos equivocamos y tenemos que empezar de nuevo. Este es el espíritu emprendedor, crear, testar e intentar llevar un rumbo" asegura Jaime Gil.

Brutal Zapas cuenta actualmente con 3 tiendas, 2 propias en Huelva y 1 franquiciada en Sevilla.



4FAB'COM 24FAB'CON

# Anabel Zamora, alquiler de vestidos de lujo a precios low cost

Tras su éxito como tienda online y física, 24Fab comienza su andadura como franquicia poniendo así a disposición de un mayor número de usuarias la posibilidad de vivir la experiencia del lujo sin necesidad de comprarlo.

surgió hace 7 años cuando su fundadora y CEO, Anabel
Zamora visitó una tienda de lujo en Londres en la que vió una chaqueta y pensó que no la compraría pero sí la alquilaría.
Ese fue el comienzo de 24fab cuyo objetivo es resolver una deficiencia del mercado porque "las mujeres estamos cansadas de comprar vestidos y accesorios para una ocasión especial que luego nos cuesta volver a utilizar" asegura

Anabel Zamora.

l concepto 24fab

Con la creación de 24fab, su fundadora ha recibido varios premios como emprendedora. Un trabajo que define como el más motivador que ha tenido, a lo que añade que "la rutina cuando emprendes no existe, la tensión es permanente, las ganas de buscar nuevos retos que nos ayuden a crecer nunca desaparecen. La formación es continua: como emprendedora enseñas mucho a tu equipo pero el mercado me enseña sin parar.

Mi jefe es mi clienta. Las fases de crecimiento de una empresa me han obligado a reciclarme en forma y fondo. Es un MBA de Harvard permanente". Desde el punto de vista de Anabel "el emprendedor que logra mantener su empresa más allá de 5 años es el mejor candidato a gestionar cualquier empresa sin importar su tamaño. La lección que adquiere el que emprende es que debe estar siempre alerta y con los dos hemisferios trabajando a pleno rendimiento" asegura.

#### 24fab surgió hace 7 años de la mano de Anabel Zamora, antes directora de marketing de Loewe

Tras siete años triunfando primero como tienda online, y luego como tienda física, 24fab ha decidido crecer bajo la fórmula de la franquicia y replicar su éxito. Según su fundadora y CEO, 24fab
ha alcanzado su punto de
madurez en su mercado y
franquiciar supone para 24fab,
llevar su modelo de negocio
a cualquier punto de España.
Además, su objetivo es salir al
exterior "replicar el modelo de
franquicias para exportarlo a
México y Colombia, países en
los que tenemos inversores
que desean lanzarlo" comenta
Anabel Zamora.

La fundadora de 24fab ha sido nombrada como una de las 75 mujeres emprendedoras de referencia en el país por elreferente.es

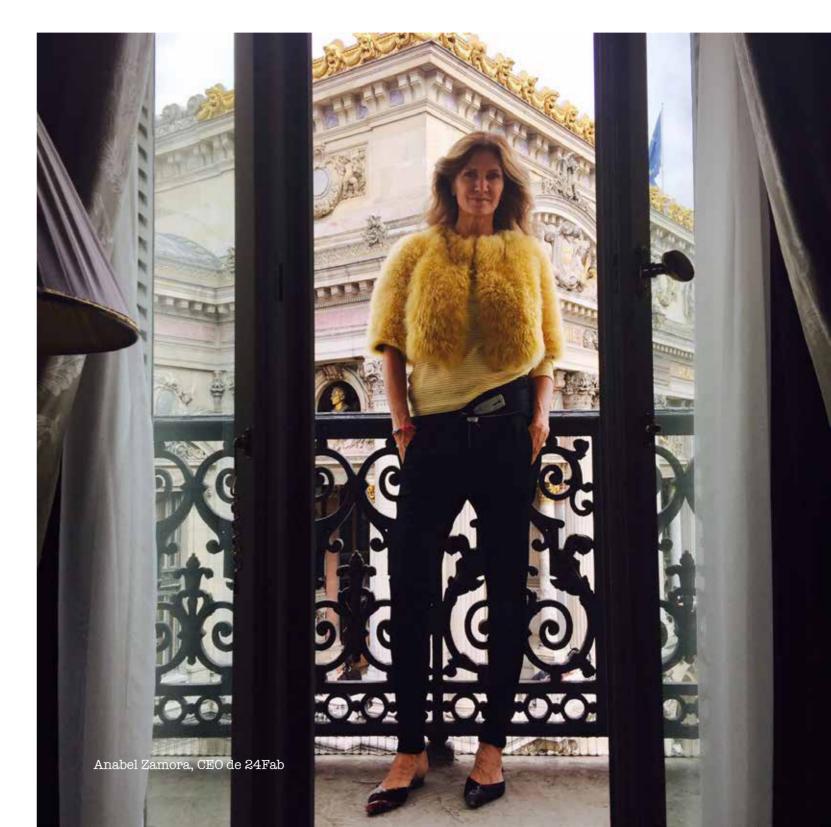
24fab pone a disposición de las clientas el alquiler de vestidos y accesorios de diseñadores nacionales e internacionales a precios accesibles. Este negocio de prestigio en España ha llevado a su fundadora a recibir premios como el Prize Best Start Up por la revista financiera Actualidad Económica y Caixa Bank o ha ser nombrada como una de las 75 mujeres emprendedoras de referencia en el país por www.elreferente.es.

Con todo ello, 24fab ofrece al franquiciado la posibilidad de

lanzar un negocio innovador y acorde con los tiempos actuales. Un modelo que en palabras de Anabel Zamora "va a ir solo a más, que va a transformar radicalmente la forma que tenemos de comprar y consumir

moda en el mundo, con un mercado ilimitado y una red sin competencia. Le ofrecemos un modelo con un servicio a la clienta testado, impecable, Premium y coordinado que limita el riesgo de stock, incluye

campaña de comunicación con influencers, marcas de primera fila, colecciones de temporada y una Intranet para asegurar la coordinación nacional de todos los alquileres".







#### Antonio Arcas, Fundador de Perfumería Droguería Arcas, de 4 tiendas a 14 en un año

Comenzó con 4 tiendas y actualmente cuenta con 14, 10 de ellas son franquicia datos que no hace más que revelar la evolución y progresión de este modelo de negocio.

Perfumería y
Droguería Arcas con
el objetivo de ofrecer
la mayor variedad de productos
de droguería, perfumería y
estética al mejor precio. Este
último es su principal elemento
diferenciador. Después de 11
años de andadura, Arcas decidió
expandirse bajo la fórmula de
la franquicia en 2015 y desde
ese momento hasta el día de hoy
ha conseguido abrir 10 tiendas
franquiciadas.

n 2004 nace

En palabras de Antonio Arcas, fundador de la empresa su "expansión está siendo todo un éxito debido a que todos nuestros franquiciados están encantados con el modelo de negocio" asegura.

El crecimiento ha sido muy significativo en tan sólo un año "la verdad que está siendo todo un éxito, somos la franquicia de nuestro sector que más ha crecido, lo cual es un enorme

orgullo. Pensamos que sin lugar a dudas, nuestro éxito como franquiciadores reside en un trato cercano y diario con nuestras franquicias, no pasamos ni un solo día sin hablar con ellos. Y como tiendas somos líderes debido a nuestros bajos precios y acogedoras tiendas" asegura Antonio Arcas. Además, su expectativa va en aumento. "Esperamos acabar 2017 con una cifra superior a los 25 establecimientos, debido a que nos volcamos al máximo con el franquiciado, tenemos que seleccionar entre todos los aspirantes a franquiciados cuales reúnen las condiciones para poder entrar en nuestra franquicia" nos comenta Antonio. Y por supuesto, no descartan salir al exterior "nuestra principal expansión se basa en la península, sin descartar de cara a 2018. empezar a franquiciar en Portugal y en Francia" asegura su fundador.

Para Antonio Arcas una de las claves de su éxito es que garantizan el 100% del éxito del negocio. "Estamos tan seguros de que nuestro modelo de negocio funciona que si por cualquier circunstancia el franquiciado quiere dejar la franquicia, nosotros le recompramos todo lo que nos ha comprado para montarla" asegura. Y añade que "vendemos productos de primera necesidad y no perecederos de primeras marcas y reconocido prestigio pero mucho más barato que todas las cadenas y supermercados existentes".

Las últimas inauguraciones de Perfumería y Droguería Arcas han sido todo un éxito. La última de ellas ha sido en Parla, Madrid donde el pasado 30 de septiembre acudieron más de 1.000 personas a la apertura.

Todo ello es reflejo del éxito de un modelo de negocio que además ofrece la posibilidad de introducir un Gabinete de Estética por sólo 3.700€ adicionales y completar así la oferta del negocio.





En Tormo Franquicias Consulting le ayudamos a seleccionar el negocio que más se adecue a sus preferencias sectoriales, experiencia y nivel de inversión. Nuestros servicios no tienen coste. Nuestros ingresos proceden de las empresas franquiciadoras que están en proceso de expansión.

#### Nuestro proceso de trabajo



Contacto inicial, de forma personal o telefónica, con nuestro equipo. Identificación del perfil y objetivos personales y profesionales, adaptados a cada perfil.

Selección y presentación de aquellas marcas que se adapten a los criterios definidos. Acompañamiento continuo, ofreciendo soporte e interlocución hasta la firma del contrato definitivo.

Solicite ahora nuestros servicios y pregunte por nuestros Asesores Personales en Franquicia en el teléfono 911 591 666 o en info@tormofranquicias.es





# LA VISIÓN DEL SIF

Recogemos las impresiones y expectativas de franquicias representativas que acuden al SIF2016. Sus objetivos y visión del Salón Internacional de la Franquicia.

#### **CARREFOUR**

Participar en un evento como el SiF es muy importante para Carrefour. Es uno de los eventos más relevantes en el panorama nacional de la franquicia para emprendedores, que aglutina a los principales representantes, novedades y tendencias del sector de la franquicia.

Todos sabemos que a través de las nuevas tecnologías, es mucho más fácil que los emprendedores soliciten y obtengan información de modelos de negocio, pero una feria de la entidad de SIF nos permite además darnos a conocer y tener un trato directo con los futuros franquiciados. Para los emprendedores constituye una excelente oportunidad para informarse de primera mano sobre distintos sectores y modelos de negocio.

Los asistentes a este tipo de ferias, en su mayoría son emprendedores que están pensando en invertir y/o darle un cambio a su vida profesional/ personal. Y para nosotros es importante dar a conocer que Carrefour, además de ser una de las mayores empresas de distribución, franquicia supermercados de proximidad, por lo que somos una gran opción de inversión para muchos emprendedores. Así por ejemplo, una persona que acceda a la feria con el planteamiento inicial de montar un negocio en el sector de la restauración, puede tener un buen perfil para Carrefour, por lo que tras conocernos en la feria le puede le puede interesar nuestro modelo de negocio.

En la actualidad, tenemos un ambicioso plan de expansión en la zona de Levante y Cataluña, tanto con tiendas propias como franquiciadas por lo que esperamos aprovechar el excelente escaparate que nos brinda el SIF.

#### **Enrique Gutiérrez**

18

Director Expansión Franquicias Carrefour Express

#### 751D7513X

Para Adaix Group es importante asistir a eventos como el SIF puesto que es un escaparate para futuros clientes de la marca, ya sean nacionales o internacionales. Es la cuarta vez que nuestro grupo estará presente en la feria, motivo por el cual llevamos preparando nuestra presencia durante meses, cuidando todos los detalles ya que este año es más especial, si cabe. Gracias a la internacionalización del evento, desde Adaix Group queremos destacar que este año, además de mostrarnos como una de las franquicias más completas del mercado, queremos presentar los nuevos servicios y los nuevos productos que lanzamos al mercado. EcoAdaix ha llegado

para revolucionar el mundo de la construcción sostenible, es un producto que hemos estado trabajando con mucho mimo, puesto que lanzarlo en el SIF es muy importante para nosotros por la cantidad de personas a las que podemos llegar, tanto nacionales como internacionales.

El SIF es un escaparate para futuros clientes de la marca

#### BEOK

En Beok esperamos hacer nuestra gran presentación en el mercado en el SIF de Valencia. En el SIF vamos a ampliar Delegaciones ofreciendo la oportunidad a empresarios con una mentalidad muy proactiva y con ganas de hacer las cosas bien. Empresarios que sepan trabajar en equipo con la Central para que el aprendizaje sea siempre bidireccional. Todos aprendemos de todos y todos aportamos. También ofreceremos la oportunidad a esos empresarios que busquen autoempleo para ello tenemos dos modelos de centro Beok. El Beok Centrum es un centro grande de más de 50m para

poblaciones de más de 50.000 habitantes y el Beok Village es un centro de unos 25m para poblaciones inferiores a 50.000, este último perfecto para el autoempleo.

"Esperamos hacer nuestra gran presentación en el mercado en el SIF"

#### EROSKI

SIF es una cita ineludible para EROSKI, por tratarse de una feria de referencia dentro del sector europeo de la franquicia, con una trayectoria consolidada. Confiamos en que, al igual que en pasadas ediciones, podamos establecer un primer contacto provechoso con futuros franquiciados. Nuestra prioridad es darles a conocer nuestro modelo de franquicia. Desde EROSKI ofrecemos a los franquiciados un modelo de franquicia moderno y adaptado a las necesidades del consumidor de hoy. Nuestro carácter cooperativo nos convierte en una

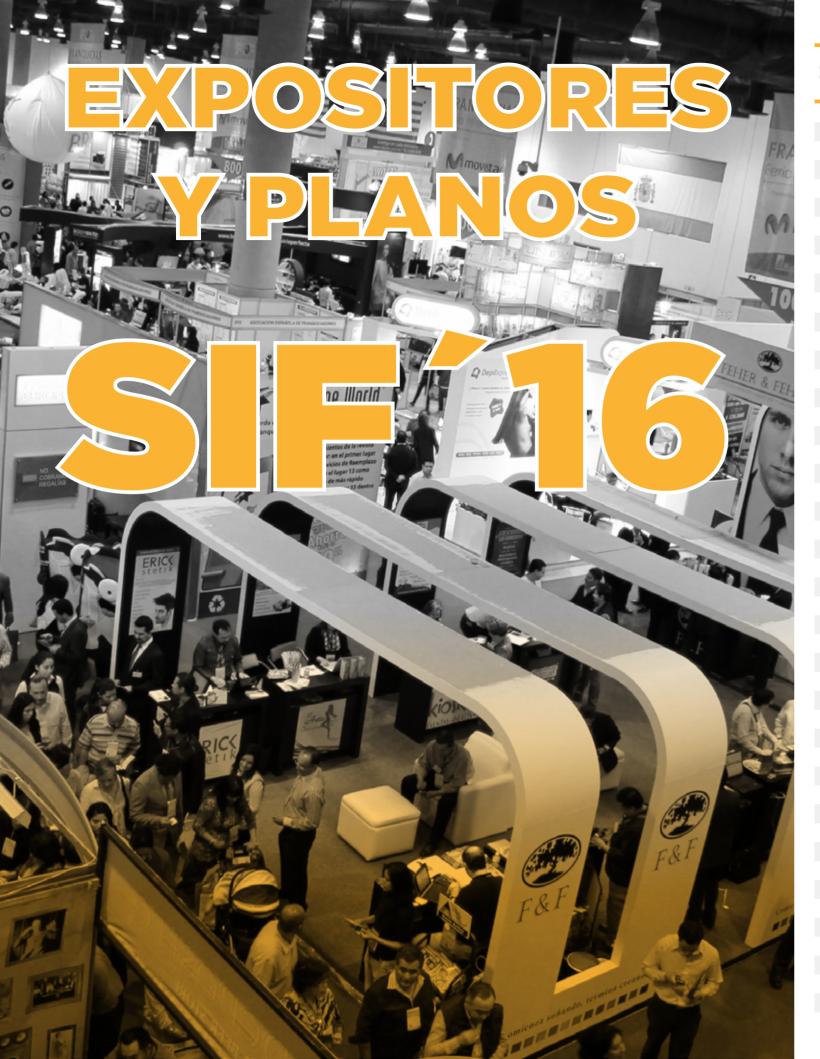
empresa diferente, que necesita buenos resultados pero también realiza contribuciones a la sociedad. Buscamos poner en marcha proyectos viables y de futuro junto a emprendedores e inversores.

Nuestra prioridad es darles a conocer nuestro modelo de franquicia

19







EXPOSITOR SITUACIÓN EXPOSITOR SITUACIÓN

A.E.F.	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A16
ABF	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A28
ABUELA ILI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A60
ADAIXY ECOADAIX	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B36
AGORA FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
ALMA BLOOM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
ALOHA24	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A60
ALPARGATUS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
ALPHABET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C64
AMBISEINT SLU	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B9
AMICUS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
AMIX	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A11
ANTICIPOS.ES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
ANUBIS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
ARCAS PERFUMERÍAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
ARCHDEKIN FRANQUICIAS SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
ARTESANITOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
ARTESPAÑOL PAELLAS & TAPAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C22
ASOC. DE JOVENES FRANQUICIADORES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C16
AUDICOST	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
AULER	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
AYUDAS MAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
AZAHAR SALUD	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
BANCO SABADELL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B64
BARBADILLO Y ASOCIADOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
BODEGAS CAMPOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
BEFRANQUICIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C28
BEOK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B60
BEST ENGLISH	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
BITPHONE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A31
BLACKPIER	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
BOCALINDA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
BOKATINES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D45
BOLSOS OULET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
BP SOLUTION TABLE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
BRUTAL ZAPAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
BUS STATION	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
C:LASSICA INN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D40
CAMPANENTOS KLIKARONICA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D22
CAMPIANTOS KUKAPONGA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A33
CAPLOS CONDE PELLIQUEROS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A43
CARLOS CONDE PELUQUEROS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C15
CARLUNAS  CARREFOUR EXPRESS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33 Nivel 3, Pabellon 2 Stand B22
CASINO PARK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A64
CENTRAL MEXICANA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A64 Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CENTRAL MEXICANA  CENTRAL PERKS	
CLIVI NAL FENNS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52

CENTRO FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A60
CEX WE BUY.COM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C46
CHARANGA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CHIPSTAR	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C17
CHIQUITITAS SPA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CHOOKIS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CHUPITERIAS HOT SHOTS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A40
CIENCIA DIVERTIDA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
CLAIM IT	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A31
COFFEE&COOKIES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
COMO QUIERAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CONDUCHA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
CÓNICO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
CONSULTA SESSION, S.L.	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
C. RAMADRA MENORCA MELOUSSA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C18
COPI COPY	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D36
CORTEY JAMON	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B41
COS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
COSE COSE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
COSMOPOLITAN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
COWBELLS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
CRAFT CAKE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
CTA! ANDALUCÍA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
DÁNDARA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
DE COSAS HOGARY MODA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
DELICIAS DE PRADA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
DEPILATIA SPA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
DIA MARKET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C47
DIVAIN PARFUMS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A15
DORMITIENDA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C57
DRILO PARK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
DT DETALLES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
DULZIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
DUNKIN COFFEE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
EL BRILLANTE DE LA HIGIENE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
EL CUBO DEL TAPEO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
EL FARO DEL SUR	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
EL KIOSKO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
EL MEJOR POLLOS AL CARBÓN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
EL MOLÍ PANY CAFÉ	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
ELTRASTERO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
EROSKI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C36
ESCUELAS INFANTILES LYSMON	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A13
ESPACIOGEO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
ESTADO PURO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
EUROYCIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
EXPANDENEGOCIO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A49



XPOSITOR	SITUACIÓN	EXPOSITOR	SITUACIÓN
EXPENSE REDUCTION ANALYSTS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A66	LOOMIS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B53
EXTREMADURA AVANTE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A46	LUIS VERA OPOSICIONES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
FAGOR INDUSTRIAL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A52	LUZCO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
FAST FUEL SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C54	MAMMA LUISA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C39
FCI - SDEYF	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A21	MANANTIAL DE IDEAS SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B16
FDS GROUP	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B15	MARK FACEOFF, SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C40
FINCA 81	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MAS QUE MENOS 2010 SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B57
FISCALIUM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MÁSQUEMENOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
BODY DESIGN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A9	MB BOUTIQUE HOTELES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
FNAC	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MEET SPAIN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
FORECAST	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MENDOZA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B58
FRANQUIMEDIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C16	MERKAPISO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
GANAMOS RECICLANDO BY TORAKAM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C52	METODO SBELT	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
GESTOREA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C16	METODO WITS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
GESVENDING GROUP	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D47	MHT MANHATTAN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
GLOBALDIET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A34	MIHA BODYTEC	Nivel 3, Pabellon 2 Stand As
go sushi	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A60	MIKELI FRANCHISE, SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C58
GRUPO DOLLE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A46	MISTER CAFE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A4
HEDONAI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MISTURA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B3
hot shots	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MOFIT	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
HUSSE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	MOINSA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B5
EPP	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	MORENDI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
KIDZ	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MOSSET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
NDICE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MOTUFASHION	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B3
NFOTACTILE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B16	MUNDO MATRIX	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A4
SNTITUTO EUROPEO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	MUNDOFRANQUICIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
AMONY SALUD	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B47	MUY MUCHO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B5
LA CALETA GADITANA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52	NARGUILE CLUB	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D30
LA CASA D'INES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	NEW ACADEMY	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
LA CHUCRUT	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59	NO+VELLO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B5
LA COLADA SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B12	NUTRIGENIS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B60
_A COLEGIALA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C42	ÑAM RESTAURANTE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
LA DESPENSA DEL ACEITE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	OH DELICE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
A FABRICA DEL CARTUCHO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D36	OI REALTOR	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
_A GARRIGA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	OLEVENDING	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A3
_a guarida creativa	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	OLIBHER	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B3
LA MANON	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	ONLY ON€	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A4
_A PIAMONTESA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	OOMUOMBO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B5
LA RAMONA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	OPORTUNIDADES DE BANCOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A36
LA WASH	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B63	PAN CON CHOCOLATE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B2
LEMON GRASS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	PASTA MITO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
LIBRERÍAS ABECEDARIO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48	PATUKOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
LIZARRAN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	PDEPA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B3
LAOLLAO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	PERFECT VISION & AUDIO PERFECT	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B4
LOLA ARANDA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21	PETYVET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
OLO POLOS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33	PGS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
	-		

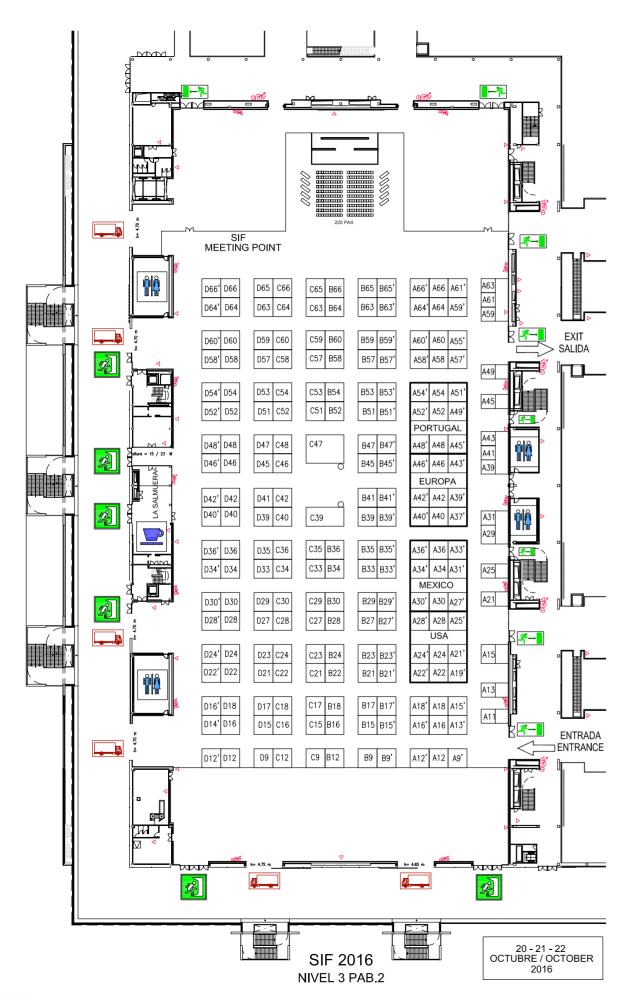
EXPOSITOR	SITUACIÓN	<b>EXPOSITOR</b>	SITUACIÓN

PIZZA BOUNA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
PIZZETTARO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
PORTALDETUCIUDAD.COM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B39
PRAXIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
PRAXIA FISIOTERAPIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B29
PRESTA SERVICE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
PRINK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D46
PROFUEGO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
PTV	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
PURE CUISINE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
QSEC	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
RAPID FIT&WELL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
REFORMADÍSIMO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
REPARA TU DEUDA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
ROKET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
SALFORTRA SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand D34
SANTANDER	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A58
SASTA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
SCHMIDT COCINAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B27
SECOMO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
SEGWAY TOUR OFICIAL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C48
SERVEF	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B73
SHUKRAN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
SINTHESIS SALUD	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
SPACE FENG SHUI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A59
SQRUPS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
SUMMA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
SUNDARA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
T4 FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
TABERNA DE MAXI	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
TACHAM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
TAKEME	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
TARTALIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33

TARTALIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B53
TATTEL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
TERRANOVA CNC	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A49
TESOROS PIRATAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
THE SUSHI ROOM	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B34-C34
THECHATTERBOX	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B45
THE NEW KIDS CLUB	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
TIERRA ANIMAL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
TINTARED	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A29
TODO PARA SUS PIES	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A27
TONY ROMA'S	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
TOP FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B28
TOPTEN FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B65
TOPTOP	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
TORAKAM APLICACIONES SL	Nivel 3, Pabellon 2 Stand C52
TORMO FRANQUICIAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
TOUCH	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
TRESSÓN	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
TROZITOS TAPAS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48
TRUEKECASA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
TU PERFUME FAVORITO	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A15
TUKTUK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
TUTTOCARS	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B21
VILSA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
VISTE CON AMELIA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
WALL STREET ENGLISH	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
WING'S ARMY	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A25
X046	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
YELLOW KORNER	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B52
YELLOW PET	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
YOUTALK	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B33
YOIM GINSENG COFFEE	Nivel 3, Pabellon 2 Stand B59
ZONA PHARMA	Nivel 3, Pabellon 2 Stand A48

Fuente: montaunafranquicia.com





#### 15 PASOS CLAVE PARA REALIZAR LA ELECCIÓN DE TU NEGOCIO

Puede que lo más difícil a la hora de implantar un negocio, sea la elección del mismo. Por ello, en este artículo, pretendemos esclarecer todas tus dudas sobre cuál es la mejor manera de escoger el mejor modelo de negocio en franquicia para ti. Para ello te presentamos una lista con los 15 pasos clave a la hora de seleccionar el negocio que mejor se ajuste a tus necesidades.

#### 1. AUTOANÁLISIS.

No te dejes llevar por una primera impresión. Resulta imprescindible informarse de todas las opciones disponibles y no obcecarse con aspectos superficiales.

#### 2. CONOCER LOS PRINCIPALES ASPECTOS DEL SISTEMA DE FRANQUICIA.

El sistema de franquicia puede ser muy complejo, por ello es muy importante conocer en qué consiste y cómo funciona, antes de adentrarse en este apasionante mundo.

#### 3. CONOCER LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE FRANQUICIA.

Un buen análisis de las ventajas y desventajas de franquiciar te ayudará a determinar los puntos de actuación más importantes a la hora de tomar decisiones concretas.

#### 4. DÓNDE ENCONTRAR LA INFORMACIÓN.

Tan importante resulta obtener la información como determinar cuáles son las fuentes más fiables que nos las proporcionan.

#### 5. CAPACIDAD DE INVERSIÓN: RECURSOS PROPIOS Y RECURSOS AJENOS.

Dispón como mínimo de un 30% en recursos propios sobre la inversión total, y además, ten presente el fondo de maniobra necesario para iniciar el negocio.

#### 6. NIVEL DE RIESGO A ASUMIR.

Marcas más consolidadas vs marcas nuevas. No te dejes cegar por las marcas, no siempre las más notorias y expandidas son las mejores para ti.

## 7. IMPORTANTE: EL ÉXITO DEPENDE DE LAS EMPRESAS, NO DE LAS EXPECTATIVAS DEL SECTOR.

Ten cuidado con los sectores de moda, en muchas ocasiones, las modas son pasajeras o son monopolizadas por el éxito de una determinada empresa, lo que no es extensivo al conjunto.

#### 8. SELECCIÓN DEL SECTOR.

Analiza detenidamente las características intrínsecas tanto del negocio como del mercado en el que este vaya a desarrollarse, sin dejar de contemplar el grado de adaptación al mismo de tu perfil personal y económico.

#### 9. SELECCIÓN DE LA ENSEÑA.

No todas las marcas se adaptan a nuestro perfil, la elección de la enseña es tan importante como la elección del sector.

## 10. RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS QUE DEBE SOLICITAR A LA CENTRAL FRANQUICIADORA.

Es importante, con el fin de disponer de toda la información necesaria, que solicites a la central franquiciadora los siguientes documentos antes de tu incorporación a una franquicia.

#### 11. CONSTATACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA ENSEÑA.

Comprueba toda la información que puedas obtener sobre la enseña franquiciadora. Asegúrate de que toda ella sea veraz.

#### 12. CONTRASTAR LA INFORMACIÓN CON OTROS FRANQUICIADOS.

Consulta con otros franquiciados de la cadena, ya que estos te aportarán datos de gran utilidad, en primera persona.

#### 13. ANÁLISIS ECONÓMICO.

Te recomendamos realizar un análisis económico personalizado. Inversión, financiación y fondo de maniobra.

#### 14. CONTRATO.

Sobre todo, antes de firmar el contrato, lee y analiza detenidamente toda la información y comprueba que este regula claramente las obligaciones de cada parte.

#### 15. BUSCA ASESORAMIENTO PROFESIONAL. -

Obtener asesoramiento externo es fundamental. Consulta con profesionales que te ofrecerán una visión objetiva y experta de los riesgos y ventajas de cada enseña.





# NUEVAS FRANQUICIAS



#### **LA CHUCRUT**

Un concepto innovador que ofrece productos de alimentación, bebidas, decoración y menaje ambientada en la región de La Alsacia (Francia) y el centro de Europa. Uno de los aspectos más característicos de LA CHUCRUT es su oferta de productos de decoración y menaje orientada a todos los apasionados de la cultura y gastronomía del centro de Europa. Inversión Total: 22.500 €



#### **CERVECERÍA Y TAPAS ANDALUCÍA**

Concepto de alta rentabilidad y exitoso, que ofrece la mejor combinación calidad-precio en un ambiente típico andaluz. Dispone de una gran selección gastronómica de platos tradicionales y caseros en un ambiente que te hace sentir como si estuvieras en plena feria de abril. Inversión Total: 22.200€



#### **BEOK, SALUD PREVENTIVA**

Un concepto revolucionario que engloba todas las áreas de salud, bienestar y deporte. Cada vez tienen un mayor interés en disfrutar de una vida larga y sana, lo que conduce a una mayor preocupación por la salud y el cuidado del cuerpo.



#### **COWBELLS**

Suma ya más de 40 años criando ganado en las mejores condiciones sanitarias y siempre de forma natural, avalando así la I.G.P Carne de Ávila en todas sus hamburguesas y carnes. Garantiza la exquisitez en cada producto y asegura la calidad. Ofrece una amplia carta, en la que podremos encontrar entrecots, churrascos preparados en sus parrillas, solomillo o chuletón de Ávila, sin olvidarnos de sus deliciosas hamburguesas gourmet. Inversión Total: Desde 60.600€



#### **AZAHAR SALUD**

Dispone de todo tipo de servicios relacionados con la alimentación (dietas, menús, nutrición, formación, etc.), para atender todas las necesidades de sus clientes. Bajo un gran equipo con experiencia, AZAHAR SALUD se preocupa por las necesidades de sus clientes y propone una solución completa, sana y efectiva. Se basa siempre en las necesidades y objetivos, estudio personalizado y plan de acciones elaborado por sus expertos. Inversión Total: Desde 10.400 €





#### **POLLOS EL MEJOR AL CARBÓN**

Es un tradicional asador de pollos cocinados al carbón que nace para ofrecer al cliente su experiencia y saber hacer en su especialidad. Dispone de un gran equipo que logra que POLLOS EL MEJOR AL CARBÓN sea un concepto novedoso y diferencial. POLLOS EL MEJOR AL CARBÓN presenta un servicio Healthy Food cada vez más demandado por nuestra sociedad y que se ajusta perfectamente a POLLOS EL MEJOR AL CARBÓN. Inversión Total: 49.000€



#### **TATTEL**

Establecimientos de moda femenina y complementos de última actualidad a precio único de 29,99 euros. Son una empresa de moda, calzado y complementos de rabiosa actualidad. Grupo Tattel tiene como objetivo expandirse por todo el territorio nacional. Su concepto innovador "precio único" en todos los artículos, hace que nuestra marca sea especialmente atractiva e identificable. Inversión Total: Desde 30.000€ (canon incluido)



#### **COSE COSE**

Ofrece arreglos de calidad, trato personalizado y asesoramiento acompañado de un precio acorde al trabajo realizado, consiguiendo así fidelizar al cliente. Es una franquicia innovadora y joven con una línea de negocio en constante expansión y crecimiento en la que los clientes recuperan y arreglan sus prendas de "fondo de armario".



Es una publicación de Franquiciashoy.es 2016

C/ Capitán Haya, 38 28020 Madrid Tel.: 911 592 106 www.franquiciashoy.einfo@franquiciashoy.e

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

Redacción y Colaboradores: **Judith García-Cuevas** 

Diseño y Maquetación: **Moisés Caballero** 

Publicidad:
Silvia Martínez
Luna Silvestro

con la colaboración de Tormo Franchise Group

ESPACIO FRANQUICIA es una publicación de Franquiciashoy.es

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





@FranquiciasHoy

© Franquiciashoy.es 2016

Con la colaboración de:





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 911 591 666 y en el email info@tormofranquicias.es

Proyectos de franquicia

Expansión de Redes

Servicios Legales

Asesoramiento a

Franquiciados

Marketing y comunicación de Franquicias

Internacional

Formación

Comités de Dirección



Po Castellana, 139 • 28046 - Madrid • Tel.: 911 591 666

www.tormofranquicias.es