

PUBLICIDAD

Nace **FRQ** TORMO FRANCHISE FORUM

La 1ª revista especializada en gestión en franquicia y dirigida a empresarios, profesionales del sector y franquiciados.

Guía de Franquicias de España con información de actualidad de todas las oportunidades de negocio del mercado de la I

lunes, 10 de enero de 2011

Contacta con Tormo.com



Es

HOME ▾

GUÍA DE FRANQUICIAS

EMPRENEDORES

TORMO.TV

Noticias | Notas de prensa | Otros Medios | Hemeroteca | Entrevistas | Artículos | Sectores | Tendencias | Internac

Buscador de franquicias

Nombre Franquicia

Todos los sectores



Ignorar criterio

Anterior

Siguiente

Noticias

Franquicias triunfadoras de 2010

Recursos

Me gusta

1

1



Pide información



Dejar comentario



Imprimir



Más Noticias

Últimas Noticias

Starbucks; un 40 cumpleaños lleno de cambios

Cómo conseguir franquiciados en las redes sociales

No+Vello entrará en EE.UU., Inglaterra y Suiza

Fresc Co, con 53 restaurantes,

lunes, 03 de enero de 2011

Tal y como dice la sabiduría popular, “A río revuelto, ganancia de pescadores”. Y es que, mientras la crisis amenaza con quedarse un ejercicio más, la franquicia ha optado por combatirla con aperturas. Aquí van algunas de las redes que han decidido volar alto desde este mismo año. Hacemos un repaso por ellas.

Tres años de crisis parecen haber sido suficientes para que las centrales de franquicia hayan conseguido hacer un análisis de la situación y establecer puentes con los que mantener la posición alcanzada para continuar su desarrollo..

Para Roberto Rodríguez, director general de Curves en España y Portugal, “ha muchas personas que han perdido su empleo y no quieren esperar a que el Gobierno les saque las castañas del fuego, y deciden hacerlo ellos **montando negocio que les permita autoemplearse con las suficientes garantías**”. La red estadounidense de gimnasios acabará 2010 con 25 aperturas, una cifra que no lograba desde la llegada de la crisis y que marca la tendencia de otras enseñanzas.

Vuelta de tuerca en los súper

La alimentación ha sido uno de los sectores que han apostado de modo decidido por enfrentarse a la crisis con aperturas. Desde que el año pasado el gigante Carrefour abriera sus súper a la franquicia, otras cadenas se han

prueba suerte en el mercado indio

El Toro de Osborne se apunta a la franquicia

Femxa for Business: una franquicia para formar profesionales

Naturhouse entra en Eslovenia con un proyecto de 84 tiendas

Listado completo

sumado a la fórmula en este ejercicio, como Simply o Caprabo. Las cadenas de supermercados, por lo general con redes sólidas, han elegido un modelo de crecimiento a través de “paquetes” de unidades ya en funcionamiento, que han pasado a engrosar las filas de cadenas como Dinosol, Lidl o DIA.

Precisamente la cadena española del Grupo Carrefour, que recientemente inauguraba su franquicia número 1.000 en España, finalizará el año con unos números sobresalientes: nada menos que 350 aperturas en nuestro país, y gira como la ampliación de la concesión de franquicias también a grandes ciudades la transformación de locales propios a franquiciados –128 este ejercicio–, con lo que la central dirigida por Ricardo Currás prevé abrir 400 nuevos súper el año que viene.

Otra de las veteranas del sector, la holandesa Spar, ha comenzado en 2010 un nuevo ciclo impulsado por su **alianza con Miquel Alimentació**, que a mediados de año ya le había valido para abrir una veintena de nuevas unidades –fue la octava cadena que más abrió en el primer semestre, según el ránking de Franquicias Hoy – y con la que espera inaugurar entre 600 y 1.000 franquicias cinco años.

Depilación y éxito

Si hubiera que otorgar el papel de **“pulmón” del crecimiento a un sector de la franquicia, éste sería sin duda el de la estética**. El aluvión que comenzó hace unos cinco años con el cuidado de uñas, siguió con la depilación permanente y hoy camina ya por los servicios de adelgazamiento y rejuvenecimiento sin cirugía y cada nueva marca que sale al mercado demuestra un poderío expansivo inusual pese a la que está cayendo en lo económico. Desde que naciera a final de 2007, No+Vello ha encabezado las listas de aperturas de todo el sector, y en este ejercicio renueva su presencia con un centenar de inauguraciones, con las que supera la cifra de 550 centros. “La previsión para 2011 es superar los 600 centros en España, consolidar la red existente e incrementar nuestro posicionamiento como marca”, resalta Gema Olavarrieta, su directora de Desarrollo de Negocio.

Otra red de fotodepilación que también recordará gratamente este año es Pulsazione, que arrancaba en 2009 pero que este año ha abierto 83 del centenar de unidades con que cuenta, cifra que espera doblar en 2011. “Estamos en un momento en que la tecnología dermoestética nos ha posibilitado realizar **tratamientos económicos con resultados espectaculares**, tratamientos que hasta hace muy poco estaban al alcance de una minoría. Sin duda, es el momento de invertir en este sector”, argumenta Alberto Vivancos, director de Expansión para Europa de la cadena, para explicar su éxito.

Pero la franquicia ha dado un paso tecnológico más en el sector de la estética con tratamientos como la cavitación, la presoterapia o las plataformas vibratorias que se han hecho habituales en una nueva hornada de cadenas que ofrecen a sus clientes adelgazar o rejuvenecer sin pasar por el quirófano. Y los emprendedores se han interesado por estas fórmulas. De ahí que redes como Opence! (80 aperturas en 2010), Biothecare Estética (55 estrenos), Lipocero (52) o Sensebe (35) se sitúen entre estos triunfadores del año.

Francisco Jiménez, presidente de Biothecare, cifra en “la aparición de nuevos perfiles de franquiciados” una de las claves del crecimiento. “Al encontrarnos con

—la precaria situación del empleo en España, **el autoempleo es la solución más factible para este problema**". También las ayudas a los interesados que no puedan contar con el apoyo del crédito bancario como otro punto a tener en cuenta, señala Jiménez, cuya cadena prevé abrir 70 nuevos centros en 2011.

Un ajetreado sector de viajes

Otro de los sectores que, pese a las dificultades de su mercado, se mantienen año tras año como uno de los más activos por aperturas es el de las agencias de viajes. Barceló Viajes, Almeida, Grupo Glauka o Zafiro Tours se colocaban entre las redes que más unidades habían estrenado en el primer semestre, pese a que el mercado turístico acumula ya varios años en declive. No obstante, Inmaculada Almeida apunta al **comienzo de una recuperación en el sector y la mejora de las opciones de financiación como elementos favorecedores**. También al aprovechamiento del cierre de unidades en otras cadenas, o incluso el cierre total de la red, como el caso de Marsans: "Hemos tenido perfiles de candidatos muy cualificados que venían de otras cadenas que este año han desaparecido y han encontrado en nuestra franquicia una fórmula de autoempleo", explica la directora general de Almeida Viajes, que hasta la fecha ha abierto 68 agencias en 2010, y cerrará con un total de 74 estrenos. Por su parte, Globalia, que en 2009 entró en la franquicia con la adquisición de Viajes Gheisa, también se ha sumado a esta práctica incorporando la red de Estivaltour.

'Ave Fénix' inmobiliario

Y si las agencias siguen abriendo pese a las complicaciones por las que atraviesa el turismo, algo de luz se empieza a ver también en el desahuciado sector de la intermediación inmobiliaria. Después de tres años en que, según algunos cálculos, se llegaron a cerrar cerca de 60.000 agencias en España —además de numerosas cadenas—, algunas redes veteranas han vuelto a recibir interesados en sus conceptos de negocio. Así, Grupo Best abrió un total de 36 agencias de Best House y Best Credit en los últimos seis meses; Alfa Inmobiliaria inauguraba 23 franquicias centrando su expansión en antiguos franquiciados; y Donpiso, tras ganar estabilidad con la compra por parte de sus antiguos directivos, ya ha conseguido 26 estrenos y espera cerrar el año con entre 30 y 35 nuevas oficinas. "Son cifras de la buena época, pese a la dificultad del mercado", explica Emiliano Bermúdez, subdirector general de la cadena. "Es un síntoma de que los servicios inmobiliarios están en plena recuperación, aunque a diferente velocidad según sea el mercado o el producto. Llevamos entre 3 y 4 años de caída y hay una demanda contenida importante, unos tipos de interés aún bajos y, sobre todo, se está llegando a la estabilización en los precios". Donpiso espera abrir entre 40 y 50 agencias el próximo año.

Los servicios se reaniman

Con la llegada de las vacas flacas, el sector servicios ha perdido el protagonismo que había ido ganando antes de la recesión. No obstante, en los diferentes subsectores se aprecian buenos desarrollos, como el caso de Green Space, la red de energías renovables que casi ha duplicado su número de franquicias en plena crisis, pasando de 39 a 71 delegaciones en el último año. También Mail Boxes Etc. o Cristalbox cerrarán 2010 con buenas cifras de expansión: la primera, con la apertura de 25 centros en su camino hacia los 200 —lleva 170—,

mientras la red de reparación de lunas de automóvil ha alcanzado el centenar de locales, tras un ejercicio donde ha abierto una veintena.

De la moda a la restauración

La caída del consumo tampoco ha sido un obstáculo para algunas marcas de retail, encabezadas sin duda por las **365 tiendas que ha abierto Mango en todo el mundo** –una al día–. En lo que atañe solo a España, la cadena de moda infantil Spantajáparos se ha posado en la franquicia abriendo medio centenar de tiendas, si bien prevé un 2011 “menos propicio para la expansión, por lo que preferimos ser conservadores y estimar unos 30 estrenos para el año próximo”, aclara Sara Rodríguez, su directora de Expansión. Otra novedad, la cadena Igual, especializada en réplicas de complementos de moda, cerrará el ejercicio con una treintena de aperturas, cifra que aspira a duplicar en los próximos 12 meses.

Pero también aquí las redes veteranas han sabido dar un empujón a su desarrollo, como demuestra las 15 nuevas tiendas con que finalizará el año la enseña de calzado y complementos Cuplé, tras un extraordinario primer semestre, o las 17 aperturas de Eurekakids, la cadena de juguetes educativos que ha abierto seis tiendas en Italia y una en Portugal.

Por último, las elevadas inversiones medias dejan a la restauración poco margen para la expansión, si bien cabe destacar excepciones como el caso de La Tagliatella, que **ha abierto cerca de una veintena de restaurantes** –y ha desembarcado en Francia– **a pesar de que cada apertura ronda los 700.000 euros por restaurante**. Con diferente estrategia pero con un éxito parecido finalizará el año Abrasador. La cadena de carnes de crianza propia **continúa con su fórmula de asociarse a restaurantes ya operativos**, con la que ha sumado en 2010 un total de 28 aperturas. Su director general, Julio Ramírez, explica la afinidad lograda con los restauradores profesionales, “que han reducido sus estructuras para aguantar el chaparrón y, como buenos empresarios y emprendedores, están buscando cómo mejorar su oferta para vender más”. Abrasador ya tiene 10 franquicias firmadas para 2011, año en el que pretende alcanzar las 90 unidades de negocio. Y es que, pese a los pesimistas, crisis no tiene por qué significar parálisis. Estas redes, y muchas otras, son la prueba.



Comenta la noticia

Nombre

Correo electrónico:

Se mostrará en la página

Teléfono:

No se mostrará en la página

Comentarios:

¿Desea suscribirse a nuestros boletines de noticias?

Boletín Diario

Boletín Semanal

Enviar

Sectores de Franquicia

Franquicias de Alimentación

Franquicias de Automóvil

Franquicias de Consultoría

Franquicias de Cosmética

Franquicias de Decoración textil

Franquicias de Energías renovables

Franquicias de Estética y belleza

Franquicias de Formación

Franquicias de Fotografía

Franquicias de Hostelería y restauración

Franquicias Cocinas

Franquicias de Infantil

Franquicias de Joyería y complementos

Franquicias de Limpieza

Franquicias de Mobiliario

Franquicias de Moda

Franquicias de Negocios inmobiliarios

Franquicias de Nuevas tecnologías

Franquicias de Ocio y viaje

Franquicias de Papelerías y librerías

Franquicias de Productos naturales

Franquicias de Publicidad y rotulación

Franquicias de Reciclaje y consumibles

Franquicias de Salud y cuidado personal

Franquicias de Servicio a domicilio

Franquicias de Servicios de transportes

Franquicias de Tiendas de regalos

Franquicias de Servicios

especializados

Franquicias de Tiendas especializadas

Franquicias de Tintorerías y

lavanderías

Franquicias de Vending

Presencia Internacional

España

Portugal

Argentina

México

Perú

Colombia

Venezuela

Chile

Brasil

Otras Webs

Milfranquicias.com

Tormointeractive.com

Franquiciasexpo.com

Gofranquicia.com

Recursos

Contactar con Tormo.com

Suscripción boletines

Colaboradores

Registre su franquicia



Copyright © 2010 Tormo & Asociados. Reservados todos los derechos. Prol