

Difusión: 22.000
Audiencia: 68.000

franquicias

MARZO/05

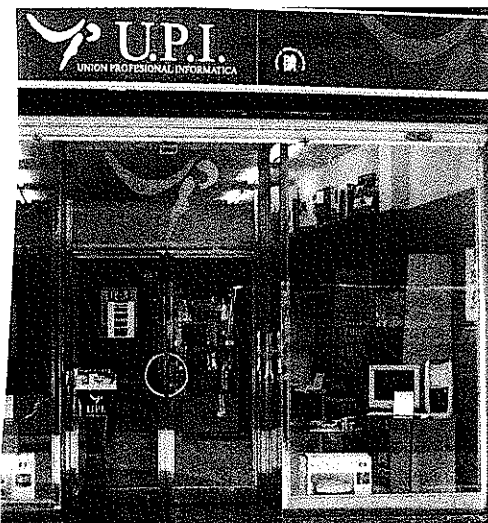
i

Negocios a la medida del bolsillo

Por menos de 30.000 euros



Tiendas UPI, House Coffee, Cadena de Ocio Videomanía, Higiensec, Valentín Ramos... todas estas enseñas tienen algo en común. Su inversión total no supera los 30.000 euros, incluyendo en la mayoría de los casos el canon de entrada.



Durante los últimos años, las cadenas de baja inversión han experimentado un crecimiento considerable. En la actualidad, operan en nuestro país un total de 120 enseñas de estas características, un 14,7% del sector, según la *Guía de Franquicias y Oportunidades de Negocio 2005*, de la consultora *Tormo & Asociados*.

Y es que, cada vez más, los emprendedores buscan franquicias cuya inversión inicial sea reducida, ya que muchos de ellos no disponen de la cantidad de dinero necesaria para poner en marcha un negocio, sin recurrir a la financiación privada. Por ello, requieren conceptos cuyas características permitan operar en el mercado con cierta garantía de éxito, pero con un desembolso que facilite el trabajo diario sin agobios financieros. Agencias de viajes, inmobiliarias, tiendas de moda, de informática, videocajeros y máquinas expendedoras... son algunos de los conceptos más demandados, que dan la oportunidad de pertenecer a sectores con proyección de futuro, a cambio de una inversión que no supera los 30.000 euros.

Nombre	Actividad	Inversión total	Canon de entrada
¿Qué me pongo?	Asesoramiento de imagen	25.153 €	12.000 €
3p Car	Alquiler de vehículos sin conductor	18.030 €	No facilitado
Ab Club del Viaje	Agencia de viajes minoristas	17.000 €	10.000 €
Actualize	Informática	24.000 €	14.000 €
ADA	Ayuda Del Automovilista	18.030 €	No facilitado
Ader	Alquiler de vehículos con conductor	24.000 €	18.000 €
Alfa Inmobiliaria	Intermediación inmobiliaria	11.900 €	5.000 €
Aparthocasa	Alquiler viviendas turísticas	18.000 €	12.000 €
Armakit	Fabricación de armarios a medida	30.000 €	No hay
Arreglos y Co	Arreglos de ropa	24.800 €	No hay
Artimage	Pizarras personalizadas	11.719,74 €	6.010,12 €
ATC Torrealday	Asesoramiento integral de pymes	27.045 €	12.625 €
Aval Rent a Car	Alquiler de vehículos	según zona	desde 24.000 €
BCC	Transporte urgente	25.000 €	9.000 €
BKTS	Intermediación en compra de consumibles usados	25.500 €	18.000 €
Botiga de Salud	Herboristería y ecotienda	12.020 €	12.020 €
Brother-Shop	Bordados y personalización	27.947 €	No facilitado
C.E. Consulting Empresarial (*)	Asesoramiento integral para empresas	23.436 €	10.818 €
Cadena de Ocio Videomanía	Máquinas vending	22.500 €	No facilitado
Café Castel Gourmet	Vending	4.207 €	No hay
Capriccio Benvenuto	Tiendas de decoración	24.000 €	7.500 €
Car Trade Shop	Alquiler/venta vehículos seminuevos	11.500 €	2.100 €
Caribbean	Agencia de viajes	15.000 €	3.000 €
Agencia de viajes			
Casualcare	Máquinas expendedoras	1.320 €	No hay
Cefoco	Centros de formación	7.320 €	3.000 €
Ceina	Formación en informática	2.704 €/año	No hay
Ciencia Divertida	Educación y ocio infantil	21.000 €	21.000 €
Clean & Iron Service	Servicios de limpieza a domicilio	13.522 €	9.015 €
Computer Troubleshooters	Soporte informático para pymes	22.000 €	14.000 € + IVA
Control de Bases de Datos	Asesoramiento legal a empresas	24.000 €	12.000 €
Cool Point	Venta de agua embotellada	19.000 €	9.000 €
Cosméticos JOVE	Venta cosméticos	6.010 €	1.503 €
Cruji Coques	Pizzas crujientes	3.700 €	1.950 € + IVA
DGE Bruxelles	Servicios de consultoría	15.000 €	No hay
Dinamix	Fotos en movimiento	6.000 €	6.000 €
Ecolider	Reciclaje consumibles informáticos	20.900 €	No hay
El Desván Holandés	Comercialización de muebles	29.000 €	9.000 €
Elephant House	Distribución tarjetas de felicitación	28.000 €	7.000 €
Empress Servicios	Copistería y papelería	18.000 €	3.000 €
Erre al Cuadrado	Outlet de ropa y complementos	29.000 €	12.000 €
Estivaltour	Agencia de viajes	14.000 €	7.000 €

2



SIN MIEDO A INVERTIR

Para los especialistas del sector, el principal atractivo que ofrecen este tipo de conceptos es que, al ser más reducido el capital que se pone en juego, suponen un menor riesgo para el inversor.

Miguel Notario, gerente de ab Club del Viaje, comenta que "al tratarse de un desembolso bajo, si al final, por determinadas circunstancias, el negocio no funciona no se habrán perdido los ahorros de toda una vida, como sucede en otro tipo de inversiones. Además, al utilizar emplazamientos más reducidos y no necesariamente ubicados en zonas comerciales de primer orden, la partida de gasto inmobiliario también es menor". A su juicio, además, como normalmente es el emprendedor el que está al frente del negocio también ahorra en lo referente a los sueldos de sus empleados. "No tener que contratar trabajadores, tal y como está el mercado laboral hoy en día, y los problemas de rotación que existen en algunas actividades comerciales, es todo un lujo...", añade.

Esta opinión es compartida por Paqui Ibáñez, directora de Expansión de Clean & Iron Service: "Existen una gran cantidad de emprendedores que no disponen de grandes sumas de capital para poner en marcha un nuevo negocio, y las franquicias de este tipo son rentables y además ofrecen la oportunidad de crear nuevas empresas". Por otro lado, Jesús Pegalajar, director de Marketing y Franquicias de Tiendas UPI, afirma que "hacer frente a un menor desembolso está claro que es una ventaja que reduce el riesgo del franquiciado y su capacidad financiera. Al mismo tiempo le permite disponer de un mayor margen de maniobra al principio para acciones colaterales".

CRECER A BUEN RITMO

Otro aspecto importante es que al ser la inversión inicial más reducida, teóricamen-

Nombre	Actividad	Inversión total	Canon de entrada
Eurocasa	Agencia inmobiliaria	20.000 € + IVA	7.500 €
Izquierdo 2000			
Eurotex	Fabricación de pinturas	21.000 €	No hay
Fastway	Transporte de paquetería	15.000 €	12.000 €
Fumafin	Programas para dejar de fumar	14.500 € + IVA	12.000 € + IVA
Giramondo	Agencia de viajes	28.000 €	14.000 €
Viajes Franquicia			
Glas Weld Systems	Reparación parabrisas a domicilio	12.000 €	No hay
Global Vision	Distribuidores automáticos películas	20.900 €	No hay
Go! Travel	Agencia de viajes	19.820 €	19.890 €
Gold Service	Desinfección, desratización y desinsectación	25.000 €	18.000 €
Grupo Sercom Viajes	Grupo empresarial turístico	15.995 €	9.000 €
Grupo Qualitas	Agencia de viajes	9.000 € + mob.	9.000 €
Halcourier	Transporte urgente	30.000 €	No facilitado
Higiensec	Tintorería y lavandería rápida	20.644,30 €	No hay
House Coffee	Máquinas dispensadoras de bebidas calientes	18.030,36 €	No hay
Lana	Ropa infantil y premamá	25.000 €	No hay
Ídeas Para	Enlatado de regalos y publicidad	8.665 €	2.103 €
Dar la Lata			
Inlingua	Idiomas	24.040 €	6.010 €
Inmo F3	Intermediación inmobiliaria	15.025 €	9.025,18 €
Red Inmobiliaria			
Inmocasa	Agencia inmobiliaria	18.030 €	No hay
Interban	Servicios financieros	15.000 €	9.000 €
Kiosco 24	Venta automática de prensa	14.364,19 €	600 €
La Cocinera	Producto y servicio	29.100 €	3.000 €
Breadman			
La Condonuria	Venta de preservativos y regalos exóticos	27.000 €	Según población
La Cruz Azul	Ayuda socio-sanitaria	28.000 €	21.000 €
La Unión	Relaciones sociales	12.000 €	12.000 €
La Ventana Natural	Comercialización plantas naturales	18.000 €	6.010,12 €
L'habitatge	Servicios inmobiliarios	24.040 €	11.719 €
Maison Decor	Textil decoración	29.000 €	No hay
Mediabank	Distribuidor oficial	18.000 €	No hay
Microbar	Miniexpendedoras de café	165 € + máquina	No hay
Mongrafic 2000	No facilitado	9.500 €	6.000 €
Multauto	Servicios jurídicos	No hay	No hay
Multimagen	Soportes publicitarios	6.000 €	5.100 €
Nails Studio Italia	Centros de belleza	25.000 €	No hay
Naturhouse	Nutrición y dietética	23.696 €	696 €/año
Nuevo Enfoque	Consultoría de empresas inmobiliarias	18.000 €	9.000 €
Inmobiliario			
Orbere	Consultoría de calidad	19.800 €	3.000 €
Original-Vídeo.com	Venta de máquinas de alquiler	24.500 €	No facilitado
Paellador	Restauración especializada en paellas	3.700 €	1.950 € + IVA



te, la expansión y el crecimiento deben ser más rápidos, sin olvidar otras variables como la buena localización del establecimiento, la gestión y, por supuesto, el respaldo de una central franquiciadora preocupada: "Si se invierte en una franquicia de baja inversión, que a la vez posee una marca consolidada y se está bien ubicado, la recuperación de la cantidad invertida suele ser más rápida", describe Belén Monzón, directora de *Marketing* y Comunicación de PlanTour Viajes.

Por otro lado, Juan Estringana, director general de C. E. Consulting Empresarial comenta que "el crecimiento depende del tipo de franquicia y, únicamente, no se puede valorar por la inversión, hay que tener en cuenta otros requisitos como la ubicación, la titulación y la experiencia del franquiciado. Pero, de todas maneras, no creo que el crecimiento de una red dependa de si la inversión es más reducida". Jesús Pegalajar Cano, de Tiendas UPI, es de la misma opinión. "La rentabilidad del negocio no tiene que estar relacionada con la inversión, son variables independientes. La franquicia, como tal, tiene grandes posibilidades de asegurar el éxito del negocio, pero que la inversión sea mayor, no tiene por qué incidir en una rentabilidad más adecuada".

Para Rafael Márquez, responsable de *Marketing* de Valentín Ramos, la baja inversión puede llegar a ser un arma de doble filo. "Te permite un mayor crecimiento pero puede volverse en tu contra, ya que si el franquiciado no ve resultados a corto plazo puede cerrar el negocio con más facilidad, sin que le suponga un gran trauma económico".

Finalmente, Josepa Moral, directora comercial de Higiensec no considera que necesariamente una inversión reducida garantice un crecimiento más rápido en el rendimiento del establecimiento. Por eso, asegura que "lo ideal es poder dar al consumidor final lo que necesita, porque al cliente no le gusta esperar. En cuanto el negocio empieza a funcionar es importante poder crecer con la demanda o incluso un poco por delante". "Una vez se pierde el miedo inicial", añade, "el franquiciado debe ser dinámico, en función de los resultados obtenidos".

UNA DE CAL Y OTRA DE ARENA

Uno de los temas más importantes dentro del sistema de franquicia es la selección de los franquiciados, ya que una gran parte del éxito del negocio depende

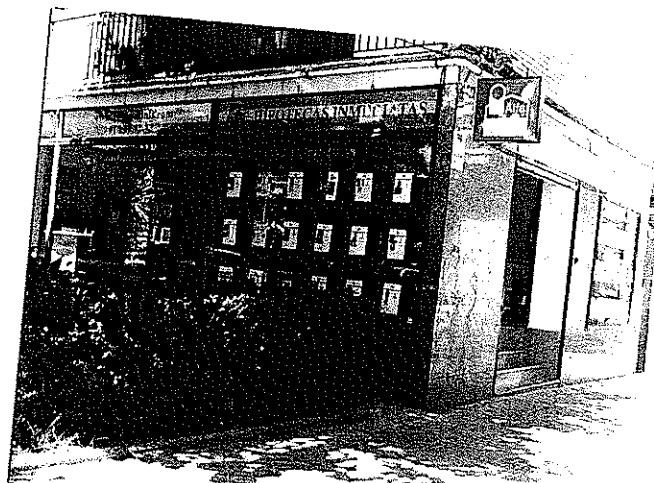
Nombre	Actividad	Inversión total	Canon de entrada
Parklin	Lavado de coches	15.000 €	No hay
Pc Coste	Informática	8.200 €	8.000 €
Personal Wines	Venta de vinos personalizados	5.980 €	8.995 €
PFC Cosmética	Cosmética	27.000 €	3.000 € + IVA
Planet Print	Estampación de imágenes	11.950 €	3.000 €
PlanTour Viajes	Agencia de viajes	22.400 € + IVA	No hay
Presencia Internacional	Relaciones sociales	12.000 €	12.000 €
Primer Grupo Inmobiliarias	Intermediación inmobiliaria	17.000 €	9.015 €
Punto Empresarial	Asesoramiento financiero	18.000 €	9.015 €
Qualitysaver Telecom	Telecomunicaciones	12.000 €	9.000 €
Real Color	Cartuchos de tinta	21.000 €	6.000 €
Revitex	Venta de artículos de textil-hogar	24.000 €	9.000 €
Rústicas del Noroeste	Inmobiliaria rural y ocio	90.000 €	21.000 €
Seguros Grupo Pacc	Correduría de seguros	6.000 €	3.000 €
Smart Repair	Reparaciones superficiales ultra-rápidas	12.000 €	2.200 €
Sofá Cama Studio	Distribución de sofás cama	24.000 €	3.000 €
Solhogar	Agencia inmobiliaria	18.000 €	6.000 €
Stainbusters	Limpieza en seco	28.500 €	15.025 €
Sympathy	Centros de amistad y ocio	10.000 €	4.995 €
Technovideo	Distribuidor automático de vídeo	18.000 €	No hay
Tele-Habla	Telecomunicaciones	2.000 €	No hay
Telemo	Telefonía	14.123 €	14.123 €
Teletécnicos	Reparaciones a domicilio	20.000 €	6.000 € + IVA
Tendencias	Venta moda señora	18.000 €	6.000 €
The Kids Club	Idiomas para niños	24.000 €	8.100 € + IVA
Tiendas UPI	Informática	18.000 €	10.000 € + IVA
Trimage	Foto esculturas en 3D, imanes y llaveros	9.000 €	9.000 €
Tus Inmobiliarias	Consultora inmobiliaria	24.000 €	18.000 €
Uncis	Agencias matrimoniales	14.000 €	5.800 €
Uruvana	Vending	No facilitado	No hay
Valentín Ramos	Tienda de relojes exclusivos	18.000 €	3.000 €
Vestirclub	Venta de confección	180 €/m ²	10.000 €
Viajes Bonilla	Agencia de viajes	22.400 € + IVA	No facilitado
Viajes Ecuador	Agencia de viajes	24.000 €	6.010,12 €
Viajes Gheisa	Agencia de viajes	27.000 €	9.000 €
Viajes Incavisa	Agencia de viajes	15.000 €	6.000 €
Viajes Nuevos Horizontes	Agencia de viajes	14.800 €	5.000 €
Viajes Tabora Tours	Agencia de viajes	5.900 €	5.900 €
Webtime	Informática	21.000 €	No hay
Zafiro Tours	Agencia de viajes	19.500 €	6.010 €

de la persona que esté al frente del mismo. No es raro encontrar ofertas en las que no se requiere ningún tipo de formación, ni de experiencia en el sector en cuestión. Sin embargo, y a pesar de que las cadenas franquiciadoras ofrezcan una buena formación, es necesario que el futuro franquiciado tenga, al menos, una noción general sobre el mundo empresarial, y especialmente en este tipo de franquicias de baja inversión, en donde la selección debe ser más concienzuda, por el hecho de que se interesan más personas sin experiencia que disponen de la cantidad requerida.

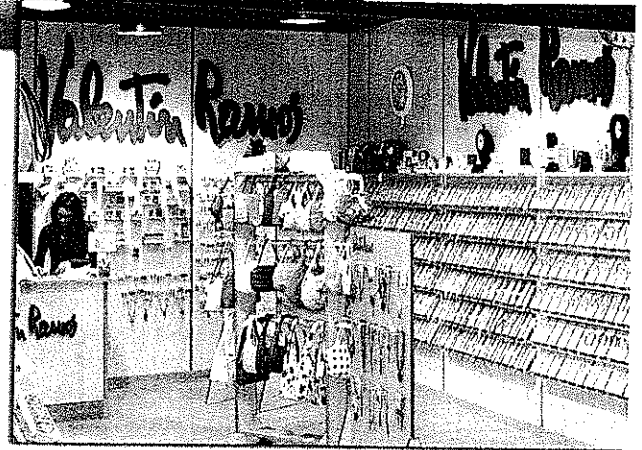
Al respecto, Rafael Márquez, director de *Marketing* de Valentín Ramos, considera que “a pesar de la cantidad de gente que se interesa por nuestra franquicia, sabemos por propia experiencia que debemos de seleccionar muy bien, tanto a los futuros franquiciados como los locales que nos proponen, ya que de todo esto dependerá el éxito del negocio y debemos asegurar al menos que estos dos aspectos sean adecuados”. “En nuestro caso”, asegura Raquel Cabello, responsable de Franquicias de Vestirclub, “al tratarse de una inversión asequible se reciben gran cantidad de solicitudes que nosotros filtramos exhaustivamente. El esfuerzo y la precisión invertidos en la selección es mayor como resultado de esa cantidad de solicitudes, pero sería el mismo por candidatura aunque dispusiéramos de menos cantidad”.

Este criterio no es compartido por Gonzalo Guirao, director de Expansión de Fastway y por Juan Carlos Gabilondo, director regional de Alfa Inmobiliaria. Ambos creen que no es un problema disponer de un número mayor de candidatos, ya que amplía las posibilidades de seleccionar a los más adecuados. “La selección la hace el mercado y todos los agentes que intervienen en el

Normalmente, las personas que se interesan por este tipo de enseñas carecen de experiencia y conocen muy poco sobre el mundo de la franquicia



2



mismo; el franquiciador, el franquiciado y el cliente final. Por eso no creo que afecte que la inversión de este tipo de negocios sea menor”, explica el director regional de Alfa Inmobiliaria.

SE BUSCAN...

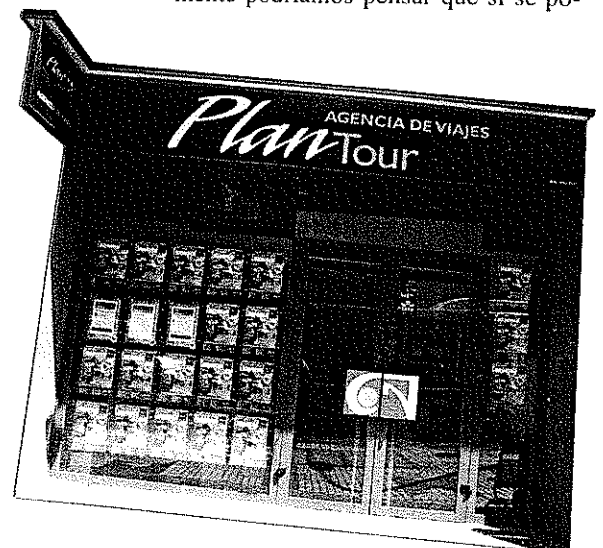
Antes se ha mencionado que los franquiciados que normalmente se interesan por este tipo de negocios se caracterizan por tener poca experiencia, y escaso conocimiento sobre este sistema de colaboración empresarial. Sin embargo, una vez que estos franquiciados han probado suerte y han salido airosos suelen aventurarse a abrir otros negocios. Por lo tanto, la pregunta es: ¿esta clase de franquicias potencian la figura del multifranquiciado?

Según Luis Vázquez López, responsable de Gestión de House Coffee, la respuesta es afirmativa. “Al ser menor la inversión, da mayor maniobrabilidad al franquiciado. Si el negocio va bien, seguro que se convierte en multifranquiciado”. Por su parte, el director de *Marketing* de Valentín Ramos va más allá, al afirmar que “nosotros intentamos potenciar esta figura al proponer dar exclusividad para que pueda abrir locales en su misma población si es posible. Además, nosotros vamos más lejos y proponemos la opción de montar dos negocios en uno, es decir, el franquiciado puede tener su tienda franquiciada y ser agente comercial de nuestra marca en su zona de exclusividad, con la posibilidad de aumentar su rentabilidad abriendo el

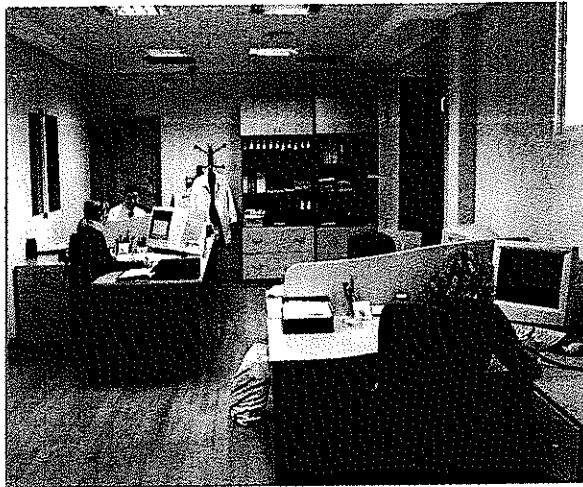
mercado con puntos de venta en otras poblaciones pequeñas cercanas a su establecimiento”.

Al respecto de este tema, el director general de C. E. Consulting Empresarial asegura que la figura del franquiciado está experimentando un crecimiento considerable dentro del mundo de la franquicia. “He podido observar, sobre todo en las ferias del sector, que cada vez son más los inversores que han optado por esta fórmula de la franquicia para realizar sus inversiones en varios negocios”.

Por otra parte, hay cadenas que no piensan que su concepto favorezca la figura del multifranquiciado. Éste es el caso de Higiensec. Su directora comercial, Josepa Moral, señala que “inicialmente podríamos pensar que sí se po-



En la actualidad operan en nuestro país un total de 120 enseñas de baja inversión, un 14,7% del sector, según datos de la consultora Tormo & Asociados



tencia la existencia de esta figura. Sin embargo, si hablamos de multifranquiciado en el sentido de diferentes enseñas o sectores, he de comentar que no, al menos, en nuestro caso”.

Paqui Ibáñez, directora de Expansión de Clean & Iron Service añade que “nosotros creemos que cada franquiciado debe ocuparse directa y personalmente de su negocio y trabajar para que su agencia sea un éxito. Aún así, un franquiciado avanzado y con buenas dotes para la gestión puede llevar perfectamente dos puntos de venta de forma exitosa”.

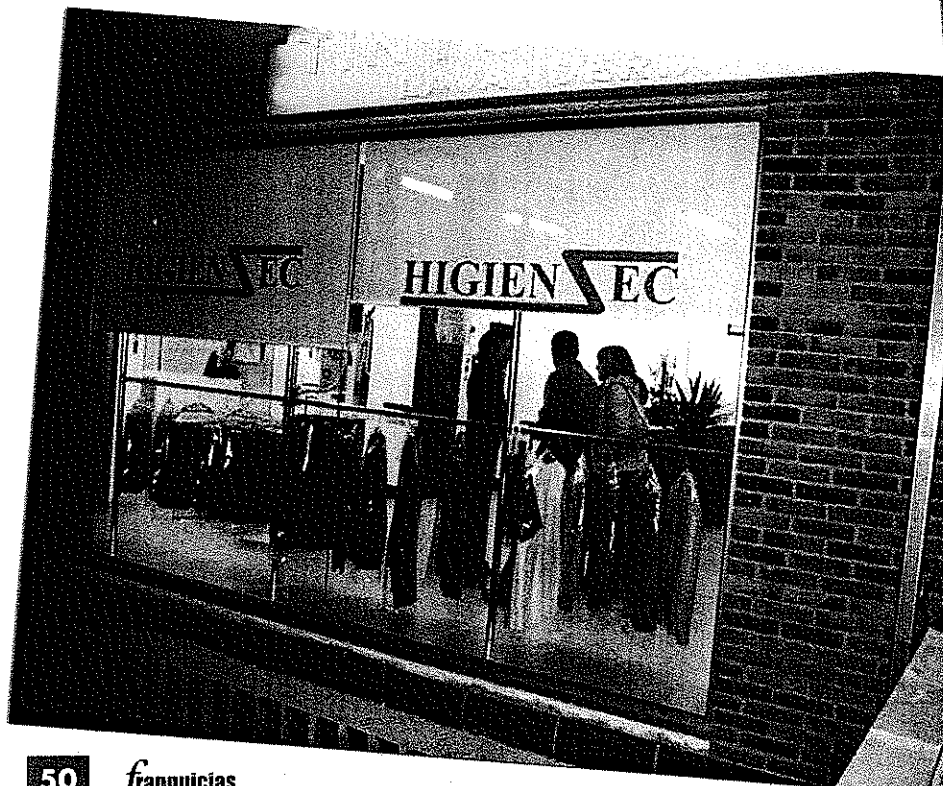
En este caso, para Jesús Pegalajar, de Tiendas UPI, no tiene por qué ir estrechamente ligado un concepto de baja inversión con la figura del multifranquiciado. “Sin embargo, también puede ser una fórmula a tener en cuenta por el franquiciado con posibilidades de expandir el negocio en otras localizaciones”.

INVERSIÓN 'VERSUS' RENTABILIDAD

El hecho de que los inversores depositen una menor cantidad para

la puesta en marcha del negocio, y que la amortización sea más rápida, puede hacer pensar que la rentabilidad será menor. Sin embargo, los expertos del sector aseguran que no tiene por qué darse esa situación si el franquiciado sabe explotar bien el negocio, ya que la rentabilidad en porcentaje es la misma hasta ciertos tramos, en los que pasa a ser proporcional. “El hecho de que se trate de una inversión mínima, no implica que la rentabilidad también lo sea. Dentro de un mismo concepto de negocio, con una rentabilidad determinada, existe todo un abanico de posibilidades que permite minimizar la inversión a realizar. En este sentido, como es lógico, cuanto menor es la inversión antes se amortiza”, sentencia Raquel Cabello, responsable de Franquicias de Vestirclub.

Belén Monzón, de PlanTour Viajes, comenta que “la rentabilidad no siempre ha de ser baja, depende del negocio. Algunos tienen una rentabilidad muy alta porque ahorran en costes fijos como, por ejemplo, aquéllos que limitan en gastos de personal o los que no necesitan lo-



Más información:
franquiciashoy.es

cal". Por otro lado, para José María Neira, director general de Trimage y Dinamix, es evidente que la inversión se amortiza en poco tiempo, "pero en nuestra cadena los márgenes de beneficios son muy altos y la rentabilidad no tiene por qué ser pequeña". Lo mismo sucede con House Coffee. "Se amortiza en menor tiempo, y la rentabilidad, al menos en nuestro sector, es muy superior a la media. Es más, nos atreveríamos a decir que es de las más altas en el mundo de la franquicia".

Y es que los mejores conceptos no tienen por qué ser los más caros. Sirvan como ejemplo estas 10 docenas de oportunidades para quien desee emprender un negocio, pero carezca de grandes recursos económicos. Cadenas para todas las vocaciones, desde las basadas en un producto exclusivo hasta las que hacen del servicio su característica fundamental. □

**Agencias de viajes,
inmobiliarias,
tiendas de moda,
videocajeros... son
algunos de los
conceptos más
demandados**

M. U. N.

