

NOVIEMBRE 2024

asturias FRANQUICIAS



Gijón Impulsa
La pieza que encaja
en **TU PROYECTO**

AsturFranquicia
2024

Miguel A. Oroquieta
Socio-Director
T4 Franquicias



Para empresas que
quieren **crecer**

Para personas que
quieren **emprender**

T4 Franquicias te invita a explorar
las infinitas posibilidades del
sistema de franquicia.

Descubre cómo aprovechar todo el
potencial de esta herramienta de
crecimiento empresarial y **lo que**
nuestro equipo de profesionales
puede hacer por ti.

T4
FRANQUICIAS

NUESTROS SERVICIOS:

- Franquiciar su empresa
- Captación de candidatos para su franquicia
- Marketing y comunicación para franquicias
- Marketing on-line
- Gestión de redes de franquicia
- Servicios jurídicos
- Expansión internacional
- Servicios a la carta
- Inversores

www.t4franquicias.com
916 26 39 29
@T4Franquicias



asturias
FRANQUICIAS



Edita: Asociación de Franquicias y
Emprendedores del Principado de
Asturias -AFyEPA-

www.afyepa.com

af
ASTURFRANQUICIA
Feria de la Franquicia en Asturias



Revista de la
Franquicia en Asturias

Asturias Franquicias

Asturias Franquicias comienza su andadura en el año 2020 con la finalidad de dar respuesta a la demanda existente en el Principado de Asturias y convertirse en destacada referencia informativa del sistema comercial de la franquicia en Asturias.

Editada esta Revista por la Asociación de Franquicias y Emprendedores del Principado de Asturias, **AFyEPA**, **Asturias Franquicias** es la única publicación en el Principado especializada en el sector de la franquicia.

Asturias Franquicias es una herramienta informativa imprescindible para emprendedores e inversores interesados en entrar a formar parte del sistema comercial de la franquicia que ofrece la realidad de un sistema comercial cada día más pujante en nuestro país. Desde nuestra experiencia en la Asociación **AFyEPA** sabemos que el sistema comercial de la franquicia es el modelo de negocio más utilizado y mejor valorado por los emprendedores, motivo por el cual se edita **Asturias Franquicias** como una guía útil para el emprendedor donde

encontrar toda la información relativa a este sistema comercial de franquicia. La nueva edición de **Asturias Franquicias** se presentará en la Feria de la Franquicia en Asturias- **AsturFranquicia 2024**- el día 26 de noviembre en Gijón. Esta publicación cuenta con una edición anual dirigida a emprendedores e inversores. En las páginas de esta edición el emprendedor encontrará un amplio abanico de contenidos elaborados por expertos en este sistema comercial así como reportajes de distintos modelos de negocio en franquicia y una útil Guía de Franquicias que se presentarán en **AsturFranquicia 2024**. **Gijón Impulsa**, protagoniza unas páginas en esta edición en las cuales el emprendedor encontrará toda la información relativa a esta entidad como facilitadora de emprendimiento, consolidación y crecimiento empresarial y de los medios para fomentar la experimentación y conexión de proyectos empresariales: Infraestructuras, financiación y servicios como formación, asesoramiento y networking... Feliz lectura de **Asturias Franquicias**. ♦

.....Sumario

Cómo seleccionar una franquicia.
Por Miguel Ángel Oroquieta. Consultora T4 Franquicias **página 6**

Kids&Us.
El camino para aprender inglés en cada etapa de la vida **página 10**

Evolución 2025.
Por Lorena Rodríguez y Begoña López. Llana Consultores **página 14**

Gijón Impulsa.
La pieza que encaja en Tu Proyecto **página 16**

Mobalpa.
Innovación y calidad en el corazón del hogar **página 18**

Negocio de Franquicia: Aspectos jurídicos relevantes.
Por José Suárez. Prieto Telenti Abogados **página 22**

Vive la Experiencia Miss Sushi.
El mejor restaurante Japo-fusión **página 26**

Inglés a la Carta. La clave del éxito en la enseñanza del inglés, ahora disponible como franquicia en España **página 30**

Consultora T4 Franquicias.
Confiar en expertos, una apuesta segura **página 34**

AsturFranquicia 2024 **página 38**

Guía de Franquicias - AsturFranquicia 2024 **página 40**



Facilitamos el emprendimiento, la consolidación y el crecimiento empresarial y los medios para fomentar la experimentación y conexión de proyectos empresariales.



Espacios para el emprendimiento, la consolidación y el crecimiento empresarial.



Financiación a proyectos y empresas:
- Subvenciones
- Herramientas de financiación (Fondo Capital Riesgo PYME Gijón Invierte II).



Mentoring, networking, aceleración de proyectos y múltiples apoyos para el emprendimiento.



Promoción Empresarial y Turística de Gijón, S.A.

Edificio IMPULSA (Parque Científico Tecnológico de Gijón)

C/ Los Prados, 166 - 33203 Gijón / Xixón. Principado de Asturias - España

@. impulsa@gijon.es T. 984 84 71 00 F. 985 09 12 13

impulsa.gijon.es



Cómo seleccionar una franquicia



Por Miguel Ángel Oroquieta
Socio - Director de la Consultora T4 Franquicias

Elegir una franquicia es una de las decisiones más trascendentales para cualquier emprendedor que desee invertir con éxito. En T4 Franquicias, con casi tres décadas de experiencia, hemos tenido el privilegio de acompañar a numerosos inversores y emprendedores en este proceso. Sabemos que no existe una única fórmula para el éxito, pero sí hay una serie de criterios y pasos que pueden aumentar significativamente las probabilidades de tomar la decisión correcta. Más allá del nombre o la popularidad de una marca, es fundamental realizar una reflexión profunda que combine las aspiraciones personales con un análisis detallado del mercado y del modelo de negocio adecuado.

1. Define tu perfil como emprendedor

El primer paso es conocerte a ti mismo. Antes de lanzarse a la búsqueda de una franquicia, es crucial que el emprendedor reflexione sobre sus habilidades, intereses y expectativas. Cada franquicia requiere competencias diferentes: algunas exigen habilidades de gestión, mientras que otras se centran más en el servicio al cliente o en operaciones más técnicas. La franquicia adecuada no es solo aquella que sea rentable, sino también la que se ajuste a tus capacidades y aspiraciones personales y profesionales.

Este ejercicio de autoconocimiento es esencial para determinar en qué sector te sentirás más cómodo y qué tipo de compromiso estarás dispuesto a asumir. Además, es importante tener en cuenta qué tipo de franquiciado quieres ser: ¿deseas gestionar activamente el negocio día a día, o prefieres un rol más pasivo y delegar la operación?

2. Analiza el mercado y las oportunidades

Una vez que tienes claro en qué tipo de franquicia te gustaría invertir, el siguiente paso es investigar el mercado en el que deseas operar. No todas las franquicias tienen el mismo potencial en cualquier entorno, por lo que es esencial comprender las oportunidades reales de crecimiento y la demanda local en la zona donde planeas abrir tu negocio.

T4 Franquicias siempre enfatiza la importancia de analizar las tendencias actuales y futuras del sector. Estudiar la competencia existente y detectar nichos de mercado no explotados puede marcar la diferencia entre una franquicia que prospere y otra que apenas logre sobrevivir. Además, es clave asegurarte de que el producto o servicio que ofrezca la franquicia sea diferenciado y responda a las necesidades reales del mercado. Esto te dará una ventaja competitiva frente a otras marcas y te ayudará a captar la atención de los clientes.

3. Evalúa el soporte del franquiciador

El franquiciador es un socio clave en tu éxito. Por ello, es importante evaluar cuidadosamente la trayectoria y el tipo de soporte que ofrece la central franquiciadora. La relación entre franquiciador y franquiciado debe basarse en la colaboración mutua. No se trata solo de proporcionar una marca reconocida, sino de garantizar que el franquiciado cuente con las herramientas necesarias para operar de manera eficiente.

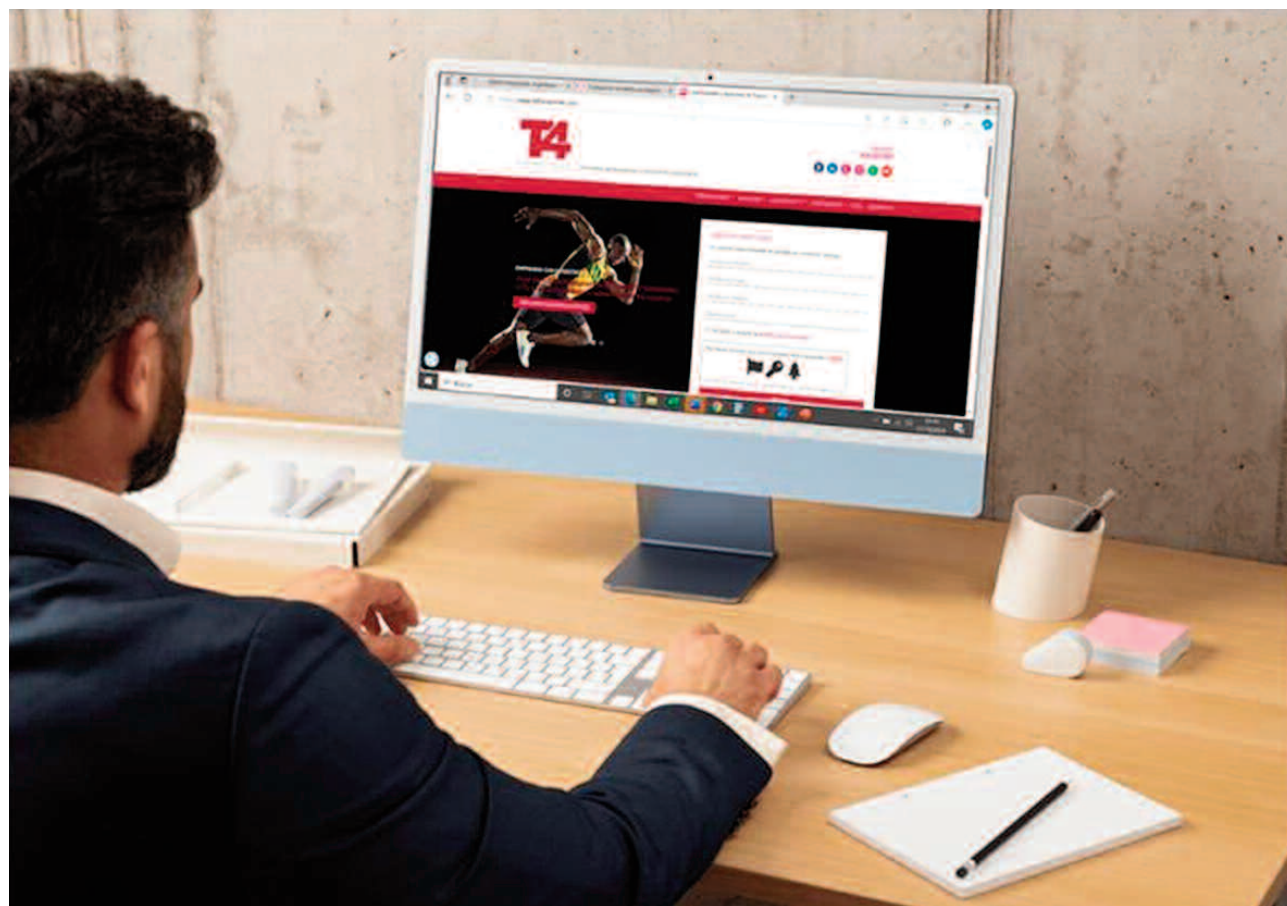
Es esencial investigar cómo será el apoyo que recibirás en áreas como la formación inicial, la asistencia operativa, las estrategias de marketing y otras herramientas clave para el desarrollo del negocio. Un buen franquiciador no solo facilita el arranque del negocio, sino que también está presente

en momentos críticos para asegurar el crecimiento sostenible de la franquicia. Hablar con otros franquiciados te permitirá obtener una visión más realista sobre el tipo de relación que puedes esperar con el franquiciador. Estos testimonios te ofrecerán una perspectiva directa sobre el soporte diario y cómo se gestionan los desafíos que surgen en el día a día. Asimismo, es fundamental revisar con detalle los términos del contrato de franquicia para asegurarte de que comprendes bien los compromisos financieros y operativos que se exigen.

4. Asegura la viabilidad financiera

Una evaluación financiera detallada es clave para garantizar que la franquicia que elijas sea viable a largo plazo. Además de la inversión inicial, es necesario considerar los costes recurrentes, como los royalties, las contribuciones al fondo de marketing o publicidad y otros gastos operativos que deben estar previstos desde el principio.

Un buen plan financiero debe incluir una proyección clara del tiempo que llevará alcanzar el punto de equilibrio. Contar con una planificación sólida te ayudará a mitigar los riesgos y asegurará que los recursos disponibles sean suficientes para arrancar el negocio y sostenerlo durante los primeros meses, cuando la rentabilidad aún puede no estar garantizada.



Como consultora, asesoramos a los emprendedores en este proceso, ayudándoles a analizar los costes y las proyecciones financieras para que puedan tomar decisiones con mayor seguridad. La financiación es un aspecto crítico, por lo que algunas franquicias pueden ofrecer acuerdos preferenciales con entidades financieras o facilidades de pago que se deben considerar antes de comprometerse.

5. Escoge la ubicación

La ubicación de la franquicia es uno de los factores que más pueden influir en su éxito o fracaso, especialmente en sectores que dependen del tráfico peatonal o del comercio minorista. Elegir un lugar estratégico, con una demanda real de los productos o ser-

vicios que se ofrecerán, es clave para asegurar un buen rendimiento desde el inicio. En muchos casos, el apoyo del franquiciador en la elección de la ubicación puede ser un valor añadido importante. Algunos franquiciadores ofrecen estudios de mercado que ayudan a identificar las mejores áreas para operar. Además, la exclusividad territorial es un factor que también debes considerar. Tener la seguridad de que no habrá otra franquicia de la misma marca en tu área te permitirá aprovechar al máximo el mercado local sin la competencia interna.

6. Proyecta tu crecimiento a largo plazo

Finalmente, es importante que al elegir una franquicia pienses no solo en las expec-

tativas de corto plazo, sino también en las oportunidades de crecimiento a largo plazo. Algunas franquicias ofrecen la posibilidad de expandir el negocio abriendo nuevas unidades o ampliando las operaciones a otras regiones. Para los emprendedores con visión de crecimiento, esta puede ser una gran oportunidad de escalar el negocio y maximizar el retorno de inversión.

En **T4 Franquicias**, acompañamos a los emprendedores en todo este recorrido a través de un servicio de asesoramiento personal completo, proporcionando las herramientas necesarias para que tomen decisiones informadas y construyan negocios sólidos, alineados con sus metas y ambiciones. ♦



FUENSANTA

AGUA MINERO-MEDICINAL



DESDE 1846 - ASTURIAS

TODO MEJORA CON UNA SANTA CERVEZA

santacerveza.es





“El camino para aprender inglés en cada etapa de la vida”

Fueron la pasión, la curiosidad y las ganas de aprender las que llevaron a Natàlia Perarnau a fundar Kids&Us en el año 2003. Desde entonces, Kids&Us no ha dejado de reinventar la forma en que los niños y niñas aprenden inglés. Kids&Us nació colocando a los niños en primer lugar y entendiendo su verdadera forma de aprender. Inventando un mundo de colores que ofrece a bebés, niños y niñas muchas oportunidades de descubrir un nuevo idioma y de vivir experiencias únicas, totalmente adaptadas a su edad. Rompiendo con los métodos tradicionales, Kids&Us crea un entorno de experiencias en inglés, y aprovecha su período sensible de aprendizaje durante los primeros años de vida, de 1 a 7 años.



Aunque el aprendizaje de una lengua dura toda la vida, es durante los primeros años cuando somos más receptivos a integrarla de forma no consciente. Por este motivo, la metodología de aprendizaje de **Kids&Us** está basada en el proceso natural de adquisición de la lengua materna, un proceso infalible que tiene lugar en un orden lógico, natural y espontáneo.

El método **Kids&Us** abarca desde niños y niñas a partir de un año —cuando aún asisten a clase acompañados por un adulto— hasta alumnos y alumnas de 18 años. Cuando termina todos los cursos, el alumnado alcanza las más altas competencias lingüísticas para desenvolverse con comodidad en diferentes contextos, tanto profesionales como personales.

Un método único

Los bebés llegan al mundo dotados de un cerebro donde la mayoría de los circuitos están desconectados, entre ellos los del lenguaje. Para conectar y activar esta poderosa red, hay que rodearla de estímulos significativos que potencien al máximo sus habilidades innatas para aprender.

Nacemos con una capacidad innata para el lenguaje. Un montón de procesos cerebrales se activan durante los primeros años de vida y aprendemos la lengua materna de forma espontánea gracias a la exposición constante al idioma. Es un proceso natural e infalible, puesto que, en condiciones normales, todos los niños aprenden su lengua materna sin instrucciones específicas. Esta intuición de cuando somos pequeños es la que facilita el aprendizaje de una segunda lengua y es la clave, también, del método **Kids&Us**, que aprovecha todos estos mecanismos del cerebro y los pone al servicio del aprendizaje del inglés basándose en el proceso natural de adquisición de la lengua materna.

En las clases, los niños y niñas experimentan el inglés a través de juegos y actividades diseñadas con el objetivo de integrar el idioma en sus vidas de manera intuitiva. El método sigue las cinco etapas propias de la adquisición del lenguaje: escuchar, comprender, hablar y, finalmente, leer y escribir. Este enfoque guía al alumnado a medida que crece, acompañándolo en el aprendizaje del inglés de manera natural.



Y para conseguirlo, se tiene en cuenta lo que funciona universalmente. *¿Cómo aprenden los seres humanos?* Jugando e interactuando con otras personas. Porque aprendemos cuando nos lo pasamos bien y cuando podemos dar sentido a lo que aprendemos a través de las experiencias que vivimos y compartimos con los demás. Por eso, en **Kids&Us**, el juego y la interacción con el grupo están siempre en el centro de la experiencia de aprendizaje. Sin embargo, no jugamos por jugar. El juego es el vehículo para que el inglés llegue a nuestro alumnado. Y no cualquier inglés, sino el que es relevante y conecta con ellos en cada momento vital. Por eso, siempre destacamos la finalidad pedagógica que hay detrás de todos los componentes de la experiencia de aprendizaje en **Kids&Us**. También sabemos que los humanos, como seres

sociales que somos, aprendemos mejor en grupo. De nuevo, en un contexto en el que la comunicación real con los compañeros es la mejor manera de comprobar lo que estamos aprendiendo, de establecer una competición sana con ellos y con uno mismo, y de asociar el aprendizaje a vivencias positivas y memorables. Pero *¿qué más sabemos acerca del aprendizaje?* Pues sabemos que los seres humanos somos únicos. Que tenemos talentos innatos, talentos adquiridos, gustos, preferencias, habilidades distintas. Y que, por lo tanto, para conseguir los mejores resultados, debemos caminar en dirección contraria a la estandarización. Es decir, debemos diseñar una propuesta pedagógica que entienda que el proceso de aprendizaje es individual y que cada persona tiene su propio ritmo y sus necesidades.

El universo: una experiencia multidimensional

En **Kids&Us**, el inglés va mucho más allá de las escuelas. Hay varios factores que ayudan a consolidar la experiencia del aprendizaje: la emoción, la sorpresa, la alegría, la experimentación, la fantasía, el apoyo emocional y hacer del inglés una experiencia compartida con nuestros seres queridos. Por eso, **Kids&Us** ha desarrollado diversas actividades en inglés para niños, un universo de estímulos de calidad que buscan ampliar y enriquecer el contacto con el inglés.

Las propuestas de cuentos, juegos y libros de lectura para los más mayores ayudan a complementar y mejorar el inglés cuando el alumnado está en casa. Pero no solo eso. En **Kids&Us**, el aprendizaje se lleva a cabo de forma multidimensional, mediante unos inputs variados que se combinan con actividades en inglés para niños, como, por ejem-

plo, campamentos en inglés durante los periodos vacacionales.

La red Kids&Us

Arriesgarse a desafiar el statu quo tiene su recompensa. **Kids&Us** cuenta ya con más de 180.000 alumnos en 10 países que estudian en más de 650 escuelas, en su mayoría bajo el modelo de franquicia. Niños y niñas de España, Italia, Francia, Bélgica, República Checa, Andorra, México, Japón, Vietnam y Myanmar disfrutan hoy en día del mejor y más revolucionario método de aprendizaje de inglés.

La red de franquicias de Kids&Us supone más del 80 % de los centros abiertos. Esta red trabaja sobre un modelo de negocio sólido basado en un know-how único, como es el método Kids&Us, una marca líder en sus mercados y un servicio exclusivo dedicado a conseguir el éxito de la franquicia. Es por ello que más del 35 % de la red está formada por multifranquiciados. ♦



EVOLUCIÓN 2025

Artículo realizado por Lorena Rodríguez y Begoña López. Llana Consultores

Llana

CONSULTORES

En 2025, los trabajadores y autónomos en España enfrentarán importantes cambios en materia laboral y de seguridad social. Estas son algunas de las principales novedades:

1. Cotización por Ingresos Reales

El sistema de cotización basado en ingresos reales, iniciado en 2023, se consolidará en 2025. Este modelo implica que los autónomos deberán informar anualmente a la Seguridad Social sobre sus previsiones de ingresos, situándose en uno de los 15 tramos de cotización que oscilan entre ingresos inferiores a 670 euros y superiores a 6.000 euros mensuales. Este sistema permite hasta seis ajustes anuales para adecuar las cotizaciones si los ingresos varían. La regularización se hará revisando los ingresos declarados en la renta, lo que puede resultar en devoluciones si se ha cotizado de más o en pagos adicionales si la cotización ha sido menor de lo debido.

2. Aumento de Cuotas y

Mecanismo de Equidad Intergeneracional (MEI)

Los autónomos con ingresos superiores a 1.700 euros verán un aumento de entre 360 y 1.080 euros anuales en sus cuotas. Por otro lado, el Mecanismo de Equidad Intergeneracional (MEI), que busca la sostenibilidad del sistema de pensiones, incrementará la cotización del 0,7% al 0,8%.

3. Cotización Adicional de Solidaridad

Para los trabajadores con salarios que superen la base máxima de cotización, se aplicará una nueva cuota de solidaridad, lo que aumentará los costes tanto para empleados como para empresas. Este incremento afectará especialmente a las empresas que buscan atraer y retener talento con salarios altos.

Facturación electrónica. Método Verifactu.

Hace un año hablábamos en estas líneas sobre la facturación electrónica obligatoria para empresas y autónomos y decíamos que se esperaba entrase en vigor a principios de 2025. Actualmente aún no ha sido publicado el Reglamento que regulará esta obligación por lo que seguimos sin poder establecer su fecha de aplicación, recordemos que su entrada en vigor tendrá efectos al año de la aprobación del Reglamento, para empresas con más de 8 millones de facturación y a los dos años para el resto.

Lo que si se ha aprobado recientemente con su publicación en el BOE el pasado 28 de octubre, es la Orden Ministerial HAC/1177/2024 de 17 de Octubre, que es el desarrollo técnico del Regla-

Lorena Rodríguez.
Asesor Laboral.
Llana Consultores.

mento 1007/23 de 5 de diciembre, también conocido como Reglamento Verifactu y que determina los requisitos que deben adoptar los sistemas informáticos que soporten los procesos de facturación utilizados por empresarios y profesionales. En esta orden se recogen las disposiciones a las que los desarrolladores de programas informáticos tendrán que someterse, disponiendo para ello de un plazo de 9 meses desde la fecha de publicación.

El fin de esta regulación es establecer como deben funcionar los sistemas informáticos de facturación, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 29.2.j) de la LGT, de forma que se garantice la integridad, conservación, accesibilidad, legibilidad, trazabilidad e inalterabilidad de los registros de facturación.

¿Quiénes están obligados al cumplimiento de esta normativa del sistema Verifactu? Los empresarios, profesionales, entidades sin personalidad

Begoña López.
Asesor Economista.
Llana Consultores.



jurídica y sociedades que realicen actividades económicas, tanto si emiten facturas completas como sin son facturas simplificadas y con independencia de quien sea el destinatario (empresa o cliente final). Están excluidos del cumplimiento aquellos empresarios que se encuentran adscritos al sistema de información inmediata de la AEAT (SII), así como deter-

minadas transacciones que no deban recogerse en factura y otros supuestos que necesitarán autorización específica emitida por el Departamento de Gestión de la AEAT. El plazo para disponer de un sistema informático que cumpla los requisitos o realizar las modificaciones que sean necesarias en los que ya se vienen usando, finaliza el próximo 1 de julio de 2025. ♦



TU PROYECTO en Gijón

Facilitamos el emprendimiento,
la consolidación y el crecimiento empresarial

Infórmate...



Gijón | impulsa



 **Gijón Futuro**
2024/2027
AYUNTAMIENTO DE GIJÓN/XIXÓN CCOO FADE UGT



www.gijonimpulsa.es



Somos la pieza que encaja en TU PROYECTO

Facilitamos el emprendimiento, la consolidación, el crecimiento empresarial y los medios para fomentar la experimentación y conexión de proyectos empresariales:

→ INFRAESTRUCTURAS

Distintas tipologías de espacios con servicios comunes y todo lo que puedas necesitar. Parque Científico Tecnológico de Gijón.

→ FINANCIACIÓN

- Subvenciones:

- Para la creación: Aceleración de proyectos innovadores, innovación abierta y diversificación de mercados.
- Para la consolidación, crecimiento y relevo empresarial.

- Herramientas de Financiación: Gijón Financia, Fondo Capital Riesgo PYME Gijón Invierte II.

→ SERVICIOS

Mentoring, Networking, aceleración de proyectos y múltiples apoyos en el emprendimiento.

Formación

- Distintos niveles de formación empresarial.

Asesoramiento

- Tutorización.
- Diseño modelo de negocio.
- Plan de viabilidad.
- Asesoramiento jurídico, fiscal y tecnológico.
- Búsqueda de financiación.

Networking

- Talleres.
- Charlas.
- Seminarios.
- Ferias y encuentros empresariales.



+ de 23.000 m²
de techo empresarial



1,25 mills. /€
de subvenciones



5 mills. /€
fondo capital riesgo



Edificio Impulsa

(P. C. Tecnológico de Gijón)
C/ Los Prados, 166. 33203 Gijón
Principado de Asturias
T. 984 84 71 00 / emprende@gijon.es

MOBALPA

Innovación y calidad en el corazón del hogar



Mobalpa es una de las empresas líderes en diseño, fabricación y distribución de cocinas, baños y muebles del hogar. Una compañía franquiciadora, pionera en el sector y con una red fuerte y exitosa. Nació en 1907 en el corazón de los Alpes como el taller familiar de Eugène Fournier. Después de 25 años de experiencia en la producción de mobiliario de madera, la empresa empezó a especializarse en cocinas y más tarde, en 1948, nació la marca Mobalpa.

Desde 1948, Mobalpa ha estado a la vanguardia del mobiliario de cocinas. Nacida en los Alpes - de hecho su nombre es un acrónimo de 'Mobiliario de los Alpes' - cuenta hoy en día con más de 275 tiendas en toda Europa. Presente en España desde 2019, acabará 2024 con 17 tiendas en nuestro país, todas en régimen de franquicia. Mobalpa pertenece al Grupo Fournier, fabricante líder en Europa de mobiliario de cocinas y del hogar con una facturación de 500 millones al año. En 2023, Mobalpa Spain alcanzó los 11M€ (sin IVA) en ventas en España, un 22,8% más que en 2022.

Su reputación, su saber-hacer único, la calidad de sus productos y el apoyo a sus franquiciados garantizan su éxito. Su misión es ofrecer productos asequibles, que permiten distribuciones únicas y diseños que marcan tendencia. Y siempre, en el marco de una experiencia premium para el cliente.

¿Quién es Mobalpa?

Mobalpa es una de las empresas líderes en diseño, fabricación y distribución de cocinas, baños y muebles del hogar. Una compañía franquiciadora, pionera en el sector y con una red fuerte y exitosa. Nació en 1907 en el corazón de los Alpes como el taller familiar de



Eugène Fournier. Después de 25 años de experiencia en la producción de mobiliario de madera, la empresa empezó a especializarse en cocinas y más tarde, en 1948, nació la marca Mobalpa. La tradición centenaria del grupo le aporta un savoir-faire único, destacando la diversidad que ofrece en términos de materiales, colores, diseños y precios. Produce más de 60.000 cocinas, baños y muebles de hogar al año, y ofrece a cada cliente soluciones adaptadas y a medida de sus gustos, sus necesidades y su presupuesto.

Máxima personalización y servicio al cliente

En Mobalpa creemos en la singularidad de cada espacio y en la personalización como clave del éxito. Por ello, ofrecemos una extensa variedad de opciones de personalización, con una gama de colores, materiales y acabados que permiten a nuestros clientes crear espacios únicos. Nuestros expertos en diseño trabajan mano a mano con cada cliente para convertir sus ideas en realidad, asegurando que cada proyecto refleje su estilo personal y necesidades de vida.

Formación y apoyo continuo a nuestros franquiciados

En Mobalpa, el éxito de nuestras franquicias es el resultado de un constante proceso de formación y apoyo. Nuestros franquiciados

reciben formación inicial intensiva y apoyo continuo a lo largo de su viaje empresarial. Desde la gestión del negocio hasta el marketing y ventas, proveemos las herramientas necesarias para asegurar el crecimiento y la prosperidad de nuestra red de franquicias.

Una experiencia de compra excepcional

Con un enfoque en la experiencia del cliente, nuestras tiendas están diseñadas para inspirar y facilitar la elección del consumidor. El concepto de showroom inmersivo permite a los clientes visualizar los productos en contextos reales, entender sus características y funcionamiento, y apreciar la calidad de nuestros materiales. La satisfacción del cliente es nuestra recompensa y el impulso para continuar innovando.

El pasado mes de octubre, Mobalpa España fue reelegida Mejor Franquicia y Mejor Comercio del Año en el sector cocinas 2025. Por segundo año consecutivo, la firma fue la ganadora del certamen en su categoría gracias a los votos de miles de consumidores que valoraron cualidades como la calidad de los productos y servicios, la relación calidad-precio o el saber-hacer de los equipos.

Compromiso con la calidad

En la fabricación de nuestros productos, se siguen estrictos estándares de calidad para asegurar la durabilidad y la resistencia. Cada

pieza pasa por rigurosos controles antes de ser entregada al cliente. Esta obsesión por la calidad es una de las razones clave por las que se reconoce a Mobalpa como un líder del sector y se traduce en una excelente relación calidad-precio.

Una inversión de futuro

Invertir en una franquicia Mobalpa es apostar por un negocio con un modelo comprobado. La marca cuenta con un fuerte reconocimiento, un producto de alta demanda y un modelo de negocio rentable. Ofrecemos una propuesta de valor única en un mercado en constante crecimiento, lo que convierte a Mobalpa en una inversión atractiva y segura para empresarios visionarios. Un modelo de negocio comprobado con un ROI de 2,5 años de media y una facturación media por tienda de 1,2 millones de euros.

Una invitación a unirse a la red Mobalpa

Con Mobalpa tendrás la oportunidad de ser empresario y responsable de tu propia tienda de cocinas y unirse a una marca líder de un sector en auge.

En tu tienda Mobalpa serás administrador, director de proyecto, instructor y mentor de tu equipo de diseñadores y vendedores, y por supuesto director de tu empresa. A la cabeza de un equipo fuerte, dinámico y creativo, harás de tu negocio Mobalpa un éxito creciente.

En Mobalpa, nos esforzamos por ser más que un fabricante de muebles de alta calidad; buscamos ser creadores de espacios que inspiren, faciliten la vida cotidiana y traigan felicidad a los hogares. La excelencia, la pasión y la innovación definen cada paso que damos y cada producto que creamos.

¿Cuál es el perfil de nuestros franquiciados?

Mobalpa busca personas con espíritu emprendedor, con experiencia en un entorno comercial y en gestión de equipos. No es imprescindible tener experiencia previa en el sector, puesto que nuestro plan de integración y formación te brindará toda las competencias necesarias para llevar la tienda. Es un trabajo polivalente, pero una de tus principales funciones será animar, inspirar, liderar y dar ejemplo a tu equipo de vendedores-diseñadores. ♦

Para más información se puede contactar con Matt Stephens, responsable de expansión
E-mail: mstephens@mobalpa.com
Tel: 640.819.466
Matt Stephens - LinkedIn

Negocio de Franquicia:

Aspectos jurídicos relevantes



Por José Suárez
PRIETO TELENTI Abogados



La franquicia se ha convertido en una opción atractiva para emprendedores, así como para empresas que desean expandir su marca.

En Prieto Telenti Abogados hemos observado el crecimiento del modelo de franquicia en España y su valor como herramienta de negocio, siendo de esencial importancia un adecuado asesoramiento sobre sus aspectos jurídicos.



José Suárez impartiendo una conferencia en AsturFranquicia 2023

Normativa aplicable

Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Distinción entre franquicia y otras relaciones empresariales

El contrato de franquicia formaliza una relación de colaboración empresarial mediante la cual una empresa (empresa franquiciadora) que ha ideado y experimentado un producto, servicio o proceso productivo o distributivo, concede a terceros empresarios independientes (franquiciados) la autorización para producir y vender, o para vender, o para prestar servicios, bajo los signos distintivos y con las modalidades técnicas de comercialización del concedente. El acuerdo de franquicia principal o franquicia maestra es aquel por el cual una empresa -el franquiciador-, otorga a otra -el franquiciado principal-, en contraprestación de una compensación financiera directa, indirecta o ambas, el derecho de explotar una franquicia con la finalidad de concluir acuerdos de franquicia con terceros, -los franquiciados-, conforme al sistema definido por el franquiciador, asumiendo el franqui-

ciado principal el papel de franquiciador en un mercado determinado

No tendrá necesariamente la consideración de franquicia el contrato de concesión mercantil o de distribución en exclusiva, por el cual un empresario se compromete a adquirir en determinadas condiciones, productos normalmente de marca, a otro que le otorga una cierta exclusividad en una zona, y a revenderlos también bajo ciertas condiciones, así como a prestar a los compradores de estos productos asistencia una vez realizada la venta.

Tampoco se considerarán franquicia las siguientes relaciones jurídicas:

- a) La concesión de una licencia de fabricación.
- b) La cesión de una marca registrada para utilizarla en una determinada zona.
- c) La transferencia de tecnología.
- d) La cesión de la utilización de una enseña o rótulo comercial.

En Prieto Telenti Abogados, ayudamos a nuestros clientes a identificar el tipo de relación contractual que mejor se adapta a sus necesidades, asegurando que entienden las diferencias y las implicaciones legales de cada tipo de acuerdo. Esto es crucial para evitar confusiones y disputas, especialmente en sectores donde los modelos de negocio pueden ser complejos y variados.



En Prieto Telenti Abogados, ayudamos a nuestros clientes a identificar el tipo de relación contractual que mejor se adapta a sus necesidades, asegurando que entienden las diferencias y las implicaciones legales de cada tipo de acuerdo.

El contrato de franquicia

El contrato de franquicia establece los términos de la relación entre el franquiciador y el franquiciado.

Antes de formalizar un acuerdo de franquicia, el franquiciador proporcionará al potencial franquiciado información precontractual que le permita tomar una decisión informada. Esta información incluye:

- Datos de identificación del franquiciador.
 - Acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de la marca y signos distintivos de la entidad franquiciadora, y de los eventuales recursos judiciales interpuestos que puedan afectar a la titularidad o al uso de la marca.
 - Contenido y características de la franquicia y de su explotación, que comprenderá una explicación general del sistema del negocio objeto de la franquicia, las características del saber hacer y de la asistencia comercial o técnica permanente que el franquiciador suministrará a sus franquiciado.
 - Descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia.
- El franquiciador podrá exigir al potencial

franquiciado un deber de confidencialidad de toda la información precontractual que reciba o vaya a recibir del franquiciador.

Para asegurar una relación comercial sólida, el contrato de franquicia debe incluir elementos esenciales como:

- Derechos y obligaciones de las partes.
- Duración del contrato.
- Condiciones de resolución (y en su caso de renovación del mismo).
- Contraprestaciones económicas.
- Pactos de exclusivas.
- Limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de franquicia.

Derechos y obligaciones de franquiciado y franquiciador

El franquiciado contrae las siguientes obligaciones:

- Pagar al franquiciador en los términos pactados. Este precio podrá consistir en el abono de una cantidad concreta, de una renta periódica fija o variable, porcentual, etc.
- Explotar el negocio.
- Deber de información y secreto.
- Cumplir instrucciones del franquiciador.

Por su parte, el franquiciador contrae las siguientes obligaciones:

- La marca debe estar debidamente registrada.
- Formar al franquiciado en la utilización del “know how” asociado a la marca.
- Contar con una infraestructura suficiente.
- Ofrecer unos acuerdos de compras lo más beneficiosos posibles para el franquiciado.
- Manual de Operaciones.
- No otorgar franquicias que incumplan el compromiso de exclusividad territorial concedido al franquiciado.

Son derechos del franquiciado:

- Recibir una asistencia inicial del franquiciador para la puesta en marcha del negocio.
- El asesoramiento continuado en cuanto a la gestión del establecimiento.
- Tener asignada una exclusividad sobre un territorio determinado.
- Recibir un suministro continuado y en tiempo de los productos que va a comercializar en el establecimiento bajo la marca del franquiciador.
- Usar los signos distintivos del franquiciador, su nombre comercial, su imagen de marca y hacer uso del “know how” para lo que recibirá la conveniente formación del franquiciador.
- Manual de Operaciones donde se reflejen, clara y nítidamente, la forma en la que se permite realizar la explotación de su establecimiento franquiciado.
- Seguridad jurídica.

Y son derechos del franquiciador:

- El derecho a la confidencialidad.
 - El respeto a la marca.
 - Determinar productos que puede vender y condiciones de venta.
 - Designar los métodos publicitarios y promocionales para todos los establecimientos en régimen de franquicia.
 - Recibir los pagos pactados.
 - El aprovisionamiento en exclusiva del franquiciado en su plataforma de compras.
- En **Prieto Telenti Abogados**, asesoramos a nuestros clientes para que estos derechos y obligaciones estén claramente especificados, asegurando que ambas partes puedan maximizar los beneficios de la relación comercial.

Extinción del contrato de franquicia

El contrato de franquicia puede finalizar por diferentes motivos:

- Finalización de la duración pactada, si era un contrato de duración determinada.
- Acaecimiento de hechos previstos a tal efecto en el contrato.
- Extinción voluntaria bilateral.
- Denuncia unilateral o desistimiento.
- Resolución por incumplimiento.
- Resolución por causa o motivo grave que afecte de manera trascendental al interés contractual que legitima a las partes a resolver el contrato sin necesidad de otorgar un plazo de preaviso. ♦

En Prieto Telenti Abogados, nos comprometemos a guiar a nuestros clientes en cada etapa de su negocio de franquicia. La importancia de un asesoramiento legal sólido es esencial para proteger los intereses de ambas partes y asegurar un desarrollo empresarial exitoso.

Para más información y consultas, puede ponerse en contacto con nosotros.

Dirección: Pl. del Instituto, 3, 3º-Dcha, 33201 Gijón, Asturias

Teléfono: 985147050

Correo electrónico: info@prietotelentibogados.com



Vive la Experiencia Miss Sushi



El mejor restaurante Japo-fusión



Miss Sushi te ofrece, sin duda, la mejor experiencia gastronómica japo-fusión. Un viaje a una amplia oferta donde se puede disfrutar de lo mejor del Sushi, unido a las mejores experiencias de Cooking e innovaciones constantes en nuestra carta.

Tenemos un modelo de negocio y know-how único, diferente e innovador. Por la calidad y variedad de su carta. Porque ante todo... Amamos la cultura japo-fusión y la experiencia Miss Sushi en cada uno de nuestros restaurantes.

Para poder ofrecer lo mejor

de nuestro equipo y conocimiento, nos centramos en 3 pilares fundamentales:

1. **La base tecnológica**, como pilar fundamental en cualquier modelo de negocio.
2. Todo **modelo de negocio** debe estar respaldado por un plan de negocio sólido y preciso y en Miss Sushi tenemos un equipo que respalda a nuestros franquiciados para todo lo que necesiten.
3. **La experiencia del cliente** es la clave del éxito y nosotros sabemos más que nadie ya que tenemos más de 16 años de experiencia. Estos tres principios, hacen de Miss Sushi una marca que

se ha consolidado por su capacidad de innovar en la integración tecnológica y su enfoque meticuloso en los planes de negocio para el crecimiento de sus franquicias.

La Experiencia Miss Sushi: Mucho Más Que Un Restaurante

En Miss Sushi, nos enorgullece ser pioneros en fusionar tecnología, creatividad y análisis en el desarrollo de nuestras franquicias. Pero cuando hablamos de experiencia del cliente, abarcamos mucho más. ¿Qué nos hace destacar? Analizamos algunos de los elementos clave:



• **Una carta en constante evolución:** La calidad es nuestra prioridad, y por eso ofrecemos una propuesta gastronómica japo-fusión que siempre está innovando para sorprender y deleitar a nuestros clientes.

• **Un diseño alternativo y divertido:** El ambiente en cada Miss Sushi está pensado para crear momentos únicos, desde el diseño del local hasta la música, cada detalle está cuidado para generar la mejor de las experiencias.

• **Una sólida cultura de empresa:** Nos enfocamos en la amabilidad, la limpieza, y sobre todo, en el trato cercano y profesional de nuestros equipos. Tanto en el restaurante como a domicilio, nues-

tro equipo es la cara visible de nuestra marca.

Innovación, Tecnología y un Toque Humano

Es evidente que un análisis de negocio desde el punto de vista económico o tecnológico es esencial para el éxito. Tenemos experiencia, conocimiento, innovación y capacidad para adaptarnos a las novedades. Nuestros franquiciados lo saben, y cada uno de ellos aporta su visión sobre cómo integrar ese pequeño grano en el todo.

En Miss Sushi creemos en la singularidad de cada franquiciado, en su capacidad para hacer que cada cliente se sienta especial y en la importancia de sumar esfuerzos para crear algo extraordinario. ♦

¿Quieres formar parte de nuestro equipo? Si estás interesado en ser un franquiciado y aportar tu propio grano de arroz, únete a nosotros y descubre cómo puedes ser parte de esta experiencia única.

Porque no todas las aguas son iguales,
pon en tu mesa el agua del paraíso desde 1846.



FUENSANTA

AGUA MINERO-MEDICINAL
DESDE 1846 - ASTURIAS

f x i www.fuensanta.com



FRANQUICIA DE AUTOR

La clave del éxito en la enseñanza del inglés, ahora disponible como franquicia en España

En un mundo globalizado, el dominio del inglés se ha convertido en una habilidad esencial tanto en el ámbito profesional como personal. La academia "Inglés a la Carta", con más de una década de experiencia en Burgos, ha logrado destacarse por su enfoque único, adaptado a las necesidades de cada estudiante. Ahora, esta academia exitosa está lista para expandirse a través de un modelo de franquicia, ofreciendo una oportunidad emocionante para los inversores que buscan entrar en el floreciente mercado de la enseñanza de idiomas en España.

Conoce nuestra historia
"Inglés a la Carta" abrió sus puertas en 2011 en Burgos, con el firme propósito de ofrecer clases de inglés que se adaptaran a la demanda y necesidades de cada alumno. A lo largo de más de 13 años, la academia ha consolidado su reputación en la región, ayudando a más de 600 alumnos anualmente a alcanzar sus metas lingüísticas. Detrás de este éxito se encuentra un equipo comprometido de 13 personas, incluyendo profesores, administración y dirección, todos ellos dedicados a brindar un apoyo constante a los estudiantes en su camino hacia el dominio del inglés.



Desde sus inicios, "Inglés a la Carta" ha tenido claro que cada alumno es único, y por ello, el enfoque de la enseñanza también debe serlo. Esto ha permitido que la academia no solo crezca en número de estudiantes, sino que también mejore continuamente su metodología para garantizar el éxito de quienes confían en su formación.

Nuestra ventaja competitiva

El pilar fundamental de "Inglés a la Carta" es su enfoque personalizado en la enseñanza del inglés. Entendemos que cada estudiante tiene diferentes metas, ya sea mejorar su nivel de inglés para fines laborales, académicos

o simplemente por enriquecimiento personal por lo que ofrecemos una amplia gama de programas diseñados para satisfacer estas demandas.

Una de nuestras principales ventajas competitivas es que en "Inglés a la Carta" trabajamos con empresas que hacen uso de los créditos formativos de sus empleados. Como centro organizador de formación, podemos encargarnos de la gestión de estos créditos de manera directa. Además, somos un centro examinador oficial de Cambridge, lo que nos permite ofrecer a nuestros estudiantes la posibilidad de prepararse y certificar su nivel de inglés con uno de los títulos

más reconocidos a nivel internacional, todo en un mismo lugar.

Modelo de franquicia: Una oportunidad de éxito con apoyo continuo

En "Inglés a la Carta", hemos desarrollado un concepto único de franquicia que nos diferencia del resto: apostamos por una **FRANQUICIA DE AUTOR**. Este enfoque se basa en un plan de crecimiento moderado que nos permite acompañar de manera cercana y personalizada a cada uno de nuestros franquiciados. Nuestro objetivo no es una expansión masiva y rápida, sino una expansión estratégica y controlada, asegurando que cada

nuevo centro mantenga la misma calidad y compromiso que nos ha caracterizado en nuestra sede de Burgos.

Lo que realmente nos hace diferentes es nuestra filosofía de crear una comunidad especializada en la enseñanza del inglés entre nuestros franquiciados. Creemos firmemente en el valor de la colaboración y la retroalimentación entre los asociados, lo que permite un aprendizaje constante y una mejora continua del modelo de negocio. Nuestro concepto de negocio está

basado en una filosofía win/win, donde tanto la academia como los franquiciados se benefician mutuamente del éxito compartido. Al unirse a nuestra red de franquicias, no estarás solo. Nos comprometemos a ofrecer formación continua tanto para ti como para tu equipo de trabajo, con el único objetivo de potenciar lo mejor de cada uno. Esta formación abarca desde los aspectos pedagógicos y metodológicos, hasta la gestión operativa y las estrategias de marketing, para garantizar que tu academia de inglés sea un éxito tanto a nivel educativo como empresarial.

Soporte integral para franquiciados

Nuestro compromiso con el éxito de nuestros franquiciados es absoluto. Ofrece-

mos un sistema de apoyo integral que incluye:

- Formación inicial para comprender nuestro enfoque y metodología.
- Formación continua para el franquiciado y los trabajadores.
- Soporte continuo en la gestión de la academia. Asistencia en la gestión diaria del negocio y en la

“Inglés a la Carta” se basa en un plan de crecimiento moderado que nos permite acompañar de manera cercana y personalizada a cada uno de nuestros franquiciados

optimización de los recursos.

- Desarrollo de campañas de marketing locales y nacionales, así como apoyo en la creación de estrategias de captación de alumnos.
- Metodología académica propia progresiva y dinámica con acceso a nuestras plataformas tecnológicas y materiales educativos.
- Asesoramiento en la selección de personal, especialmente en la contratación de profesores cualificados y bilingües.

Con este respaldo, los franquiciados pueden centrarse en lo más importante: ofrecer una educación de calidad que transforme la vida de sus estudiantes.

Nuestro objetivo es claro: queremos que cada franquiciado forme parte de una red fuerte y unida, donde la colaboración y el intercambio

de ideas sean clave para crecer juntos. Al optar por una franquicia de autor, te ofrecemos una oportunidad única de sumarte a un proyecto que se distingue por su trato personalizado y su compromiso total con la excelencia en la enseñanza del inglés. Si buscas una franquicia donde el apoyo y la formación constante sean pilares fundamen-

tales, **“Inglés a la Carta”** es la opción perfecta para ti.

¿Por qué invertir en una franquicia de Inglés a la Carta?

El mercado de la enseñanza del inglés en España está en constante crecimiento. En un país donde el dominio del inglés sigue siendo una necesidad apremiante, existe una creciente demanda de academias de calidad que ofrezcan resultados reales. Los estudiantes, tanto niños como adultos, buscan academias que no solo les enseñen gramática, sino que les ayuden a desenvolverse con confianza en un entorno global.

“Inglés a la Carta” se destaca entre la competencia por su enfoque personalizado y sus resultados comprobados. Al invertir en nuestra franquicia, los emprendedores podrán aprovechar una marca sólida y un modelo de negocio probado, con una inversión inicial razonable y un alto potencial de rentabilidad. ♦



Conclusión: Únete a una oportunidad en crecimiento



“Inglés a la Carta” no es solo una academia de inglés, es una oportunidad de negocio con un gran futuro en España. Con una trayectoria de más de una década, un enfoque innovador y personalizado en la enseñanza, y un modelo de franquicia sólido y respaldado por un equipo comprometido, estamos listos para expandir-

nos y llevar nuestra visión a todo el país. Si estás buscando un negocio rentable, en un sector en crecimiento y con el apoyo de una marca consolidada, “Inglés a la Carta” es la opción perfecta. ¡Únete a nuestra red de franquicias y sé parte del futuro del aprendizaje del inglés en España!

Consultora T4 Franquicias

Artículo realizado por el departamento de comunicación de T4 Franquicias

En el mundo empresarial, existen diferentes modelos de negocio que han demostrado su capacidad para transformar y forjar imperios comerciales. Uno de los más destacados y efectivos es el sistema de franquicias. Este poderoso modelo no solo ha revolucionado la forma en que las empresas crecen y se expanden, sino que también ha abierto un abanico de oportunidades excepcionales para emprendedores y empresarios. Es indudable que el sector de las franquicias ha expe-

Fundada en 2013, la consultora especializada en franquicias y crecimiento empresarial T4 franquicias se construyó de la mano de un experimentado equipo con amplia experiencia en la consultoría especializada en franquicia.

rimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, consolidándose como una excelente estrategia para la expansión de marcas y la inversión empresarial. En este contexto, una empresa que se ha destacado significativamente en España como líder en el campo de las franquicias es T4 Franquicias.

Desde su fundación en 2013, T4 Franquicias se ha erigido como un pilar fundamental para aquellas empresas que

buscan expandirse mediante el modelo de franquicia. Con su sede central ubicada estratégicamente en Madrid y gran presencia en Cataluña y otras regiones del país, esta consultora se ha edificado sobre la base de un equipo experimentado, con una vasta experiencia en la consultoría especializada en franquicias. Actualmente, T4 Franquicias ostenta el prestigio de ser la consultora de franquicias de referencia en España.

Confiar en expertos, una apuesta segura



La clave de su éxito radica en su equipo de profesionales, todos ellos con una amplia experiencia en la consultoría especializada en franquicias. Desde sus inicios, la empresa se propuso reunir a los mejores expertos en cada materia. Así, el equipo de T4 Franquicias está formado por profesionales de alto nivel que aportan una visión multidisciplinaria a la consultoría de franquicias y sus diferentes áreas.

Servicio 360°

Sus líneas de actividad van más allá de la consultoría de franquicias. La evolución a través de los años les ha permitido dar un servicio 360 que abarca la consultoría en

franquicia, la expansión y promoción de marcas, internacionalización de franquicias, asesoramiento personal, así como la gestión de redes ya expandidas, servicios de marketing y comunicación, entre otros muchos. Respecto a este último punto, en el dinámico mundo de las

La evolución a través de los años ha permitido a T4 Franquicias ofrecer un servicio 360 grados

franquicias, el marketing se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito empresarial, y T4 Franquicias es consciente de ello. El marketing es un elemento esencial que permite a las franquicias destacar en un mercado competitivo, mantener la coherencia de la marca, generar leads, adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado o brindar apoyo a los franquiciados.

No cabe duda de que las franquicias que comprenden la importancia del marketing y lo integran de manera efectiva en sus estrategias están mejor posicionadas para crecer y prosperar en el competitivo sistema empresarial. Por ello, confiar en el equipo



de expertos de marketing de **T4 Franquicias** no es solo una inversión, sino una herramienta poderosa para el éxito continuo de la franquicia. Asimismo, la consultora dispone de acuerdos con terceros en ámbitos como el tecnológico, donde cuentan con las soluciones más avanzadas del mercado, así como un departamento de headhunting y un área de interiorismo, donde profesionales de alto nivel desarrollan la ambientación y la imagen de todo tipo de negocios.

Éxito demostrado

Uno de los principales indicadores del éxito de **T4 Franquicias** es su impresionante historial de casos de éxito. La consultora ha colaborado con más de 400 empresas franquiciadoras en el desarrollo y expansión de sus negocios. Estos casos abarcan una amplia variedad de sectores, desde la restauración y la moda hasta la educación, alimentación, sector

fitness o servicios. La versatilidad y adaptabilidad del equipo de **T4 Franquicias** son evidentes en la diversidad de empresas que han logrado establecerse y crecer en el mercado de la franquicia.

La consultora ha colaborado con más de 400 empresas franquiciadoras en el desarrollo y expansión de sus negocios

Asesoramiento personal

A la hora de emprender, resulta crucial contar con el asesoramiento personal adecuado. Iniciar una franquicia si no se tiene experiencia en el ámbito puede parecer un viaje hacia lo desconocido. Y, es que, cada franquicia es

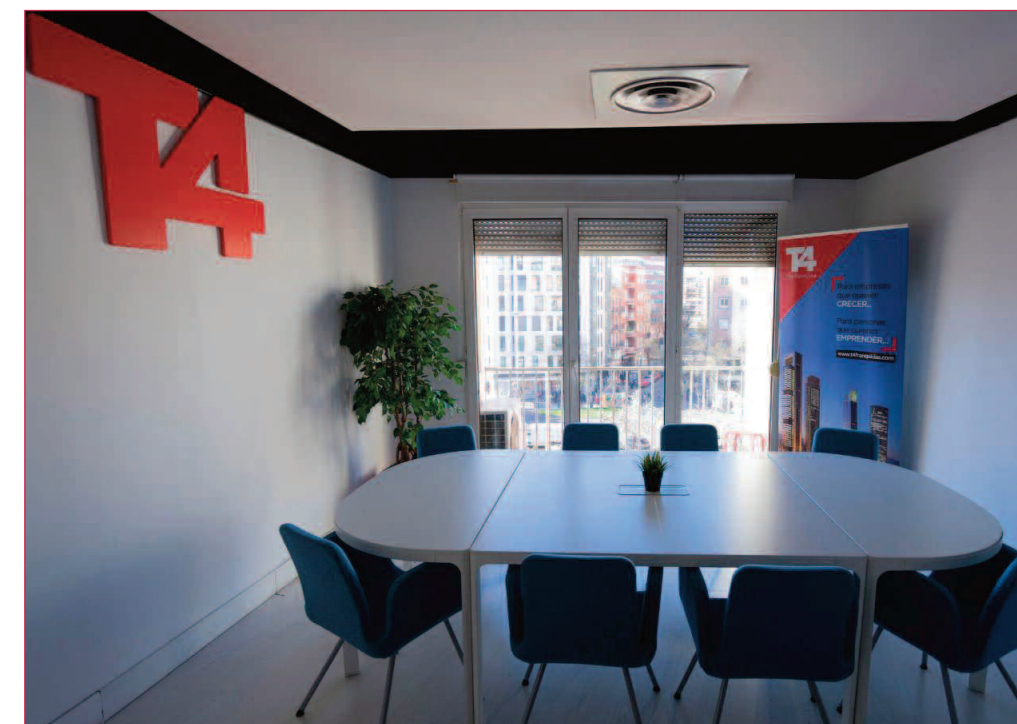
única y plantea desafíos y oportunidades singulares. Es aquí donde el valor del asesoramiento personalizado de **T4 Franquicias** se vuelve fundamental, ya que proporciona un mapa de ruta a medida, diseñado específicamente para adaptarse a las necesidades y circunstancias individuales de cada emprendedor. Lejos de aplicar una solución universal, **T4 Franquicias** se enfoca en crear un plan estratégico que considera detenidamente los objetivos, el presupuesto y las aptitudes de cada persona. Así, la relevancia del asesoramiento personal en el contexto de las franquicias es incuestionable. Por ello, la consultora asentada en Madrid ofrece un enfoque estratégico y adaptado a las necesidades individuales de cada persona, proporcionando orientación legal esencial, optimizando recursos, estableciendo conexiones de valor y asegurando que se mantenga el rumbo hacia el éxito.

Aquellos que buscan ingresar al emocionante mundo de las franquicias deberían considerar el asesoramiento personal como una inversión esencial en su futuro empresarial. Con el apoyo y la orientación adecuada, el camino hacia el éxito en la franquicia se vuelve mucho más claro y alcanzable.

Proyección Internacional

Por último, **T4 Franquicias** no se limita a operar únicamente en España. Su alcance se ha expandido a nivel internacional, con acuerdos establecidos en países de los cinco continentes. Esta proyección internacional es un testimonio de la calidad y el prestigio que la consultora ha ganado en el ámbito de las franquicias.

En resumen, **T4 Franquicias** se ha consolidado como la consultora de franquicias de referencia en España y ha demostrado su valía a nivel nacional e internacional, trabajando con las marcas más punteras. Su equipo de expertos, su historial de casos de éxito y su visión global la convierten en una aliada indispensable para empresas que buscan expandir su modelo de negocio, inversores, así como emprendedores que buscan comenzar su aventura en el interesante mundo de la franquicia. Con un compromiso constante con la excelencia y la innovación, **T4 Franquicias** continúa liderando el camino en la consultoría de franquicias en España. ♦



El alcance de la Consultora T4 Franquicias se ha expandido a nivel internacional, con acuerdos establecidos en países de los cinco continentes





La XIII Edición de AsturFranquicia, la Feria de la Franquicia en Asturias, se celebrará en Gijón el martes 26 de noviembre de 2024. Cristasa, Centro Municipal de Empresas de Gijón, acogerá esta edición.

ASTURFRANQUICIA 2024



Imagen de la entrega de los Premios AsturFranquicia 2023 en Gijón

AsturFranquicia, referente del sector de la Franquicia en el Norte de España inicia su andadura el año 2012 celebrando su primera edición los días 17 y 18 de noviembre en el Palacio de Congresos de Gijón.

Desde entonces cada año se celebra en Gijón esta cita con la franquicia y los emprendedores. Hemos visto crecer año tras año el sistema comercial de franquicia en el Principado de Asturias y ser testigos en primera línea de la expansión y el crecimiento realizado en Asturias por tantas y tantas Centrales Franquiciadoras que han participado en alguna de las ediciones de AsturFranquicia a lo largo de todos estos

años en Gijón para presentarnos su modelo de negocio.

En esta XIII Edición de AsturFranquicia los emprendedores - verdadero motor del sistema comercial de la franquicia- tienen una cita ineludible en Gijón el día 26 de noviembre donde conocer nuevos modelos de negocio en franquicia. La Asociación de Franquicias y Emprendedores del Principado de Asturias -AFyEPA- como en ediciones anteriores organizará el Taller para Emprendedores. Una edición más Gijón Impulsa es entidad patrocinadora de AsturFranquicia. En el acto de inauguración tendrá lugar la entrega de los Premios AsturFranquicia 2024. ♦

AsturFranquicia
Referente del sector
de la Franquicia en
el Norte de España y
cita obligada con
los emprendedores
en Gijón, en Asturias

Fórum Gijón Franquicias



ASTURFRANQUICIA



Inscripción Gratuita

PROGRAMA

- 10:00h. Apertura de puertas **AsturFranquicia 2024**
- 10:30h. Inauguración oficial
Entrega de los Premios **AsturFranquicia 2024**
- **TALLER PARA EMPRENDEDORES**
- **Presenta y Modera el Taller: Doña Guadalupe Zapico.**
Presidenta AFyEPA. Asociación de Franquicias y Emprendedores del Principado de Asturias.
- **“Avales para la financiación de franquicias”.**
Ponente: D. Alberto Fernández. Responsable Comercial Asturgar SGR.
- **“Las claves del éxito de la franquicia en el sector cocina”.**
Ponente: D. Matthew Stephens, Responsable de Expansión Mobalpa España.
- **“Una franquicia de autor sin necesidad de saber inglés”.**
Ponente: Doña Florencia Liubitch Cassol, Directora del Centro Inglés a la Carta.
- **“El Emprendedor y la Administración”.**
Ponentes: Doña Lorena Rodríguez y Doña Begoña López. Llana Consultores.
- **“Miss Sushi, el mejor restaurante japofusión”.**
Ponente: D. José Ramón Villaverde García. Director de Expansión Miss Sushi.
- **“Negocio de Franquicia: Aspectos jurídicos relevantes”.**
Ponente: D. José Suárez. Prieto Telenti Abogados.
- **“Kids&Us. Hello, world. It's me”.**
Ponentes: D. Daniel Vallmajor Roura. Chief Operations Officer Kids&Us.
- **Presentación “Revista Asturias Franquicias”.**
- 14.30h. Pausa.
- 17.00h. **Conferencia: “La Franquicia como solución”.**
Ponente: D. José García, Consultor T4 Franquicias.
- **Modelos de Negocio AsturFranquicia 2024:**

• ANDES. EMPANADAS
• ARGENTINAS
• AROMAS DE IBIZA
• CAMPUS
• EL MARISCAL DEL JAMÓN
• INGLÉS A LA CARTA

• KIDS&US
• LIFE CONCEPT
• LOKAL BURGER
• LOOPS&COFFEE
• MELO'S
• MISS SUSHI

• MOBALPA
• T4 FRANQUICIAS
• TELELAVO
• VERSOS DA RUDA
• VIPKEL

- 19.00h. **Clausura XIII Edición de AsturFranquicia.**

26 de Noviembre de 2024
Edificio Cristasa_Gijón Impulsa. Gijón
www.asturfranquicia.com feria@asturfranquicia.com

Organiza



Patrocina



Colabora





ANDES Empanadas Argentinas

<https://www.andesempanadas.com/>

ANDES Empanadas Argentinas tiene su origen en 3 amigos argentinos emprendedores, Leandro Lázaro Regales, Juan Manuel Silva y Juan Pablo Olivadotti, residentes en España.

Animados por estrechar lazos entre España y Argentina, comenzaron creando en Internet la comunidad Argentinos por España, que actualmente cuenta con más de 40.000 seguidores en Instagram. Más tarde, se plantearon ofrecer al público español la posibilidad de disfrutar de uno de los alimentos más emblemáticos de Argentina.

Conscientes de la buena aceptación de este producto, apostaron por ofrecer una propuesta basada en cuatro valores diferenciales frente a otras marcas: **Calidad, Autenticidad, Comunidad e Innovación.**

Calidad, autenticidad, comunidad e innovación

Entre las ventajas competitivas de ANDES

Empanadas Argentinas destaca su **producto 100% artesanal**, con ingredientes naturales y elaborados por cocineros; el único proceso industrial que utiliza es para el cierre de la empanada. Cuentan con **obra-dor propio** ubicado en San Sebastián de los Reyes (Madrid) con capacidad para atender la demanda actual y futura de las tiendas, tanto propias como franquiciadas que se plantean abrir en toda España.

- Al ser productores, eliminan intermediarios y los costes asociados, controlando toda la trazabilidad del producto, que no genera mermas.

- Las empanadas son productos limpios, fácilmente transportables y un take away perfecto para consumir en la calle.

- Y todos los embalajes son biodegradables y reciclables, porque son respetuosos con el medioambiente y defienden una política de 'cero plásticos'. ♦



LIFE CONCEPT

<https://lifeconcept.com/es/>



La franquicia Life Concept pertenece a una compañía con más de 50 años de experiencia en el sector del calzado. En la actualidad, el equipo está formado por más de

800 personas y dispone de sus propios departamentos de compras, diseño, logística, sistemas, contabilidad, recursos humanos y departamento nacional e internacional de comercialización.

La compañía siempre ha dado prioridad absoluta a la **calidad de su producto, al cuidado de sus diseños, a la innovación y a el cuidado del medio ambiente.** Por ello, todas las marcas de Life Concept cuidan los materiales que usan, son respetuosos con el medio ambiente y sus diseños están en continua renovación como demuestra las más de 5.000 referencias de las que disponen.

Además, en esa búsqueda constante de la competitividad y calidad, el grupo elabora **más de 1.000.000 de pares de zapatos al año** entre las fábricas de España (La Rioja) y Marruecos (Tánger) e invierten casi 1.000.000€ al año en investigación.

La firma, desde prácticamente sus orígenes está **presente en los 5 continentes**, desde Australia hasta Estados Unidos o Canadá, siendo sus mercados principales en Europa, Alemania, Francia y España. Asimismo, creen en las personas, en que pequeños gestos hacen grande el mundo, por eso, invierten parte de

sus beneficios en la construcción de un comedor en Haití o un orfanato en Etiopía.

Ventajas como franquiciado Life Concept

Esta enseña cuenta con unos

valores y ventajas que aportan al emprendedor importantes ventajas competitivas tanto en lo que hace referencia al producto que comercializará en exclusiva como en el trato de excelencia que recibirá por parte de la central franquiciadora.

El calzado, al tratarse de colecciones de diseño y elaboración propia, todas las tiendas cuentan con un amplio muestrario de más de 1.000 referencias por temporada. Además, para el pedido inicial se facilitará la financiación.

Los precios vendrán siempre fijados por la central y puesto que controla todo el proceso de elaboración, siempre serán acordes al mercado, siendo los mismos en tiendas propias y franquiciadas.

El franquiciado sabe que el cliente que quiera vestirse estilo Life Concept, deberá acudir a una tienda que comercializará los **productos en exclusiva** tanto en la zona como en internet.

Life Concept otorga al franquiciado dos años

para aprender el **negocio, sustituyendo el calzado que no se han vendido al final de temporada**, por el mismo importe en género de la nueva temporada. ♦



CAMPUS

www.campus.es

Campus es una red de librerías y papelerías con una amplia gama de productos y servicios de alta calidad. Formar parte de la franquicia Campus es mucho más que unirte a una red de librerías y papelerías exitosa. También significa tener el respaldo de **Makro Paper**, una organización líder en el sector de la papelería con más de 22 años de experiencia en el mercado.

Makro Paper es hoy en día una compañía líder en la distribución de papelería y material de oficina, con miles de clientes satisfechos en España, Portugal y Uruguay. Además, su Departamento de Exportación lleva nuestras marcas a 12 países de la Unión Europea.

Campus, un referente cultural

La estética de los establecimientos Campus se caracteriza por su sencillez y luminosidad, con el objetivo de resaltar sus productos y facilitar la compra a sus clientes. Con líneas modernas y colores claros, sus locales invitan a descubrir una amplia gama de productos. Además, en Campus, la preocupación por la experiencia de los clientes es total, por lo que han diseñado sus locales con una iluminación y música cuidadosamente seleccionadas para que puedan disfrutar de un ambiente agradable y relajado mientras realizan sus compras.

Disfruta de las mejores ventajas a la hora de montar tu negocio

- **Producto exclusivo.** Los productos exclusivos de la marca Campus ofrecen



una excelente relación calidad precio, lo que se traduce en una gran rotación. Además, al ser una marca propia, pueden ofrecer precios más económicos que otras marcas del mercado.

- **Plazo de**

entrega. Su principal baza es el plazo de entrega. Gracias a su eficiente distribución, pueden garantizar entregas rápidas y puntuales. Esto permite a sus franquiciados mantener un nivel bajo de stock en tienda, lo que se traduce en una mayor rentabilidad para su negocio.

- **Precios competitivos.** sus precios siempre son bajos, gracias a una eficiente gestión de costes y alianzas con proveedores. Lo que les permite ofrecer precios competitivos sin tener que entrar en ninguna guerra de precios con la competencia.

- **Mix de productos.** Ofrecen mix de productos actualizado constantemente para mantenerse al día con las últimas tendencias. Este mix de productos está diseñado para incrementar las ventas de impulso, así como el beneficio para el franquiciado.

- **Imagen de Marca.** La amplia variedad de productos marca Campus, con más de 1.500 referencias, contribuye a fortalecer su imagen de marca en los establecimientos. Asi-

mismo, ofrecen una amplia gama de elementos de marketing, como bolsas, regalos y material promocional, para apoyar la promoción y publicidad del negocio.

Todo ello, con un canon de entrada por debajo de la media del sector. ♦



Cardenal Mendoza

ELEMENTS EDITION

“La oportunidad de disfrutar el lujo de lo extraordinario en su forma más pura.”



Descubre la esencia de la innovación y la tradición en cada sorbo de Cardenal Mendoza Elements Edition, una edición limitada diseñada por la ilustradora Carmen García Huerta que reinventa nuestro icónico brandy con un homenaje a los elementos que lo hacen único. Esta creación exclusiva celebra la maestría del envejecimiento en barricas especiales, con notas y matices sorprendentes que evocan la riqueza de la tierra, el fuego, el agua y el aire, presentes en el proceso artesanal.

Cada botella de Elements Edition es una obra de arte, resultado de décadas de tradición y experimentación que capturan el espíritu del auténtico brandy de Jerez. Su perfil aromático es profundo y elegante, con toques especiados y frutales que se entrelazan en una experiencia sensorial única e irrepetible.

Permítete explorar nuevos matices y sabores en esta edición limitada que combina el carácter inconfundible de Cardenal Mendoza con la complejidad de sus ingredientes y el entorno que los rodea. Un brandy para aquellos que buscan algo más: la oportunidad de disfrutar el lujo de lo extraordinario en su forma más pura.

TELELAVO

<https://telelavo.com/>

Fundada hace más de una década, Telelavo ha revolucionado el sector de la lavandería a nivel mundial al crear la categoría de “lavandería artesanal”. La primera lavandería artesanal del mundo llegaba para quedarse, democratizando el servicio de colada a domicilio al hacerlo mucho más fácil, sostenible y económico. Desde pequeños talleres artesanales de barrio, Telelavo recoge la colada y la lava, la seca, repasa las costuras, la plancha y de la entrega a domicilio en un plazo máximo de 48 horas, **con una tarifa plana mensual desde 89 euros**, acorde con el tamaño de cada familia, independientemente del peso o del número de prendas.

Toda la compañía trabaja utilizando la tecnología como su principal aliado, Una metodología propia que involucra una trazabilidad de prendas mediante el uso de imágenes en un video y un proceso exclusivo al que denominan “el Reloj Telelavo”. Este sistema tiene más de 10 años de perfeccionamiento y conocimiento en el cuidado de la ropa y su principal objetivo es reducir el impacto ambiental que produce el lavado de la ropa de forma particular.

La primera lavandería artesanal del mundo, en expansión

Entre sus planes de expansión figura la apertura de un Telelavo en cada barrio de las principales ciudades españolas y su llegada a otros países, empezando por Francia, Italia y Portu-



gal. Cerrará el año 2022 con 35 centros abiertos en España, y esperan acabar el 2023 con

más de 100 establecimientos para plantar cara, de forma definitiva, al lavado en casa. Este servicio tiene todas las características para ser un agente de cambio en el paradigma del cuidado de la ropa: **resuelve un problema masivo, de una forma sencilla y a un bajo costo.**

Telelavo cuenta con una propuesta muy concreta para quien quiera unirse a la Revolución del cuidado textil: por 60.000 euros en 60 días, llave en mano, puedes tener funcionando un taller con la misma calidad que la casa matriz. La rentabilidad de cada unidad de negocio ronda hasta el 30%, convirtiéndose en **una propuesta perfecta para emprendedores, inversores o personas que buscan una fuente de ingresos alternativa y segura.**

Amplía información

Con todo esto, esta innovadora compañía madrileña trabaja en un modelo de triple impacto, económico, social y ambiental, a través de proyectos de cercanía. En su búsqueda por reducir el

impacto del lavado en casa y, con ello, el gasto en los hogares, Telelavo se constituye como el fin de la lavadora doméstica y planta cara al fast-fashion, estableciendo un cambio de paradigma en el cuidado textil bajo el lema “lava menos, pero lava mejor”. ♦



ABOGADOS DE FRANQUICIAS

Pensamiento jurídico enfocado a las mejores soluciones

Especialistas en:

- ✓ Civil.
- ✓ Familia.
- ✓ Laboral.
- ✓ Digital.
- ✓ Mercantil.
- ✓ Compliance.
- ✓ Sucesiones.
- ✓ Inmobiliario.
- ✓ Extranjería.
- ✓ Bancario.
- ✓ Concursal.
- ✓ Penal.

PRIETO TELENTI
abogados

Llámanos:
985 14 70 50

Nuestra web:
prietotelentiabogados.com

Visítanos

Te esperamos en Gijón

Pl. del Instituto, 3, 3º-Dcha
33201 Gijón Asturias

LOKAL BURGER

<https://www.instagram.com/lokalburger.co/?hl=es>

Lokal es una hamburguesería de origen gallego operativa desde 2019, y que consiguió salir adelante en Galicia en 2020 en plena pandemia, obteniendo como resultado un éxito en números y en facturación. Dos años más tarde, pasaría lo mismo en los últimos dos Lokales abiertos en Sevilla.

La marca llevó el mismo modelo de negocio de Galicia a Sevilla, confirmando lo que ya sabían: que han conseguido crear una **forma de trabajo y de restauración que funciona y que es altamente rentable**.

Su principal ilusión es realizar **cocina tradicional en un estilo gourmet de hamburguesas**, en la que los ingredientes no se dejan guiar por las tendencias, sino por la calidad y la armonía de sus sabores.

Hamburguesas artesanas de calidad

La propuesta de valor de Lokal es la creación de hamburguesas artesanas de calidad. Su cocina es una propuesta de cocina honesta. Están muy centrados en la materia prima, y en ofrecer un producto fresco y natural, con un sabor que se escapa de lo típico. **Su diferenciación se encuentra en la elaboración artesanal, en el uso de un producto de calidad, y en una elaboración rápida con precios muy por debajo de la media, pero con alto margen de beneficio.**

La filosofía de Lokal es sencilla: producto artesano, elaborado de forma diaria, de alta calidad, y de rápida ejecución y servicio. Un producto que se elabora y se sirve rápida-



mente, con las mejores calidades de producto y con elaboración artesanal. Además, trabajan con un matadero gallego con el que llevan ya varios años, que les envía la carne directamente, sin pasar por intermediarios y asegurando una calidad de la carne óptima.

Emprende en un sector en constan-

te demanda

El mundo de las burgers ha venido a España a quedarse. Apoyadas en conceptos innovadores y en propuestas que marcan la diferencia, las hamburguesas están viviendo una etapa de crecimiento. El modelo de Lokal va más allá de ser una hamburguesería como otras, ya que ofrece un producto artesano de alta calidad a un precio irresistible para el consumidor, lo que ya está dando unos espectaculares resultados.

Lokal cuenta con **14 tipos de hamburguesas diferentes**, y cada una de ellas tiene personalidad única, pero la oferta no termina aquí: una hamburguesa especial mensual, postres y entrantes caseros, y una amplia oferta de cervezas de importación, que ayudan a completar una experiencia muy apetecible, a un precio razonable.

Como franquiciado recibirás un soporte completo. La central realiza envíos diarios para asegurar la frescura del producto, para que en cocina no sea necesario dedicar tiempo a las elaboraciones. La organización diaria es crucial, por ello, son muy exigentes tanto con la calidad del producto, como con su método de trabajo, estando completamente seguros de que funciona a la perfección. ♦

VIPKEL

<https://inmovipkel.com/>

La inmobiliaria que está revolucionando el mercado

VIPKEL Consulting Services nació en el año 2018, como una nueva manera de entender el mercado inmobiliario. Desde entonces, han visto cómo se cumplían los sueños y objetivos que se fijaron por aquel año: revolucionar el sector generando con-

fianza y siendo la mejor alternativa para las personas que quieren comprar o vender una vivienda. Buena parte de lo alcanzado se debe sin duda al entusiasmo desplegado por todos los que integran la compañía.

Ahora, la franquicia **VIPKEL** está en plena expansión. Su intención es abarcar todo el territorio español e impulsar una fuerte expansión, creciendo para llegar a más clientes, y continuar defendiendo sus valores y compromisos para seguir ofreciendo siempre un servicio de calidad, transparencia y confianza.

Valor añadido a cada operación de compra, venta o alquiler a través de 5 pilares

- **Servicio**: apuestan por el servicio, apuestan por la satisfacción de cada uno de sus clientes.
- **Confianza**: desarrollan mensajes para que los clientes se sientan seguros en todo momento.
- **Transparencia**: es su bandera, el cliente no se encuentra sorpresas en ninguna fase del proceso.
- **Formación**: dan una formación que es transformadora, disponen de su propio modelo para formar profesionales en su



exclusivo método de trabajo.

• **Profesionalidad**: aportando procesos de trabajo específicos fruto de su experiencia.

Todas las herramientas para que tu pasión sea un negocio de éxito

• **I+D**: Están a la vanguardia. Ofrecen a sus clientes y franquiciados las solucio-

nes más avanzadas tecnológicamente, comercialmente y en la materialización de las operaciones.

• **MARKETING**: A través de sus recursos y su modelo de reposicionamiento de activos, te beneficiarás del saber hacer de una marca líder y contarás con captación de inmuebles y potenciales clientes dentro de tu zona de exclusiva. Serás la referencia del sector en tu zona de actuación como nosotros lo somos en la nuestra.

• **OPERACIONES**: su modelo de visita está estudiado y testado. Hacen un seguimiento de tu actividad, con el objetivo de identificar y corregir las deficiencias que se observan. Te apoyamos en el día a día de tu negocio.

• **ACUERDOS CON PARTNERS**: Disponen de acuerdos con diferentes plataformas y con los principales operadores del mercado. Siempre proporcionamos el mejor escaparate a los inmuebles.

• **FORMACIÓN**: Cuentan con programas de formación continuos y transformadores -no hay nada parecido en la industria inmobiliaria-, para proporcionar reciclaje y actualización a sus equipos de trabajo, todo ello con el objetivo de mantener sus estándares de servicio al más alto nivel. ♦

LOOPS & COFFEE

<https://loopsandcoffee.com/>

¡Únete a la franquicia Loops & Coffee!

Con sede en España y 29 locales de éxito en todo el país, esta cadena de cafeterías te ofrece la oportunidad de abrir tu propia franquicia. Podrás deleitar a tus clientes con una amplia gama de productos, desde irresistibles donuts y bagels, hasta refrescantes smoothies, milks-hakes, cappuccinos y el mejor café. Es el momento perfecto para formar parte de una marca en crecimiento y éxito comprobado.

Abre tu propia cafetería Loops & Coffee

La franquicia Loops & Coffee es una empresa divertida, exitosa y dinámica. ¿Por qué son la mejor opción?

- **Compromiso con la excelencia:** Su éxito se basa en un análisis exhaustivo del mercado, la competencia, y en destacar las fortalezas



únicas de sus productos y servicios.

- **Inversión accesible:** Ofrecen una oportunidad de negocio con una inversión reducida en un sector en constante crecimiento.

- **Marca icónica:** Su imagen corporativa está cuidadosamente diseñada para ser una referencia en el mercado, combinando estilo y calidad.

- **Equilibrio financiero:** Garantizan un balance óptimo entre inversión, gastos y amortización, asegurando la rentabilidad del negocio.

- **Para todos, todo el año:** Su oferta es atractiva para todos los públicos y se adapta a cualquier temporada.

- **Experiencia única:** Sus productos no solo son deliciosos, sino que también aportan un plus de sabor y color, convirtiendo cada visita a Loops & Coffee en un momento de disfrute y ocio. ♦



EL MARISCAL DEL JAMÓN

El Mariscal del Jamón

El Mariscal del Jamón se presenta como un concepto de negocio innovador que busca satisfacer a una clientela cada vez más exigente que demanda uno de los productos más representativos de la gastronomía española; los ibéricos. Para ello, ofrece un selecto catálogo de productos con procedencia

certificada de Extremadura, lo que les diferencia claramente con otros establecimientos del sector.

El Mariscal del Jamón propone un modelo de negocio basado en tapas y raciones. Un espacio donde tomar una buena cerveza o un buen vino acompañado de embutidos ibéricos servidos como tapas (con cada consumición).

Las claves del éxito de la franquicia El Mariscal del Jamón

- **Oferta de productos.** Su oferta se adapta a la perfección a todos los momentos de consumo. Un punto de encuentro perfecto para familias, amigos o parejas de todas las edades, con una excelente relación calidad-precio. Del mismo modo, complementa los ingresos de la oferta de hostelería con un espacio de tienda, donde sus clientes pueden comprar una variada selección de productos ibéricos. Además, a pesar de la gran calidad, desde **El Mariscal del Jamón** mantienen una política de precios que se adapta a todo tipo de bolsillo, para que estos puedan disfrutar de la gastronomía.



- **Locales.** Los locales de **El Mariscal del Jamón** destacan por ser agradables, cálidos y acogedores, con un diseño personalizado diferenciándose así de las tendencias de restauración en España. El producto ibérico está presente en todos los rincones, lo que consigue un equilibrio perfecto entre tradición y modernidad.

A su vez, cuentan con una terraza amplia y perfectamente acondicionada, diseñada para aumentar el consumo y servir de reclamo para atraer nueva clientela al establecimiento.

- **Calidad del servicio.** Una de las claras señas de identidad es el personal que trabaja en los establecimientos. Un servicio desenfadado, cercano, amable y rápido que permite que los clientes disfruten de los mejores productos en el mejor ambiente.

- **Ingresos extra.** **El Mariscal del Jamón** cuenta con una tienda especializada de los productos que se ofrecen en el restaurante. En ella, los clientes pueden adquirir los productos de la carta. Esta tienda sirve como ingresos adicionales a los del restaurante.

En resumen, la franquicia **El Mariscal del Jamón** es un concepto innovador centrado en un nicho de mercado con alto potencial y que todavía no está demasiado explotado, como es el mercado de los ibéricos. Un negocio muy rentable orientado tanto a su personal como a sus clientes, de ahí el éxito que está consiguiendo. ♦

AROMAS DE IBIZA

<https://aromasdeibiza.com/>

Aromas de Ibiza es una empresa fundada en el año 2007 en la isla de Ibiza y una de las primeras en apostar por el marketing olfativo en España. Tras casi dos décadas de experiencia, se especializa en ofrecer soluciones integrales para la aromatización de espacios.

Su pasión por las fragancias y por la tecnología de vanguardia la convierte en una de las empresas líderes del sector, creando aromas de ambientación para pequeñas y grandes empresas. A lo largo de todos estos años, ha creado experiencias memorables a través del perfume y del olfato, ayudando a sus clientes a desarrollar fragancias corporativas alineadas con los atributos de su marca.

Una franquicia de referencia en innovación

El marketing olfativo busca crear emociones a través de las fragancias. También denominado branding olfativo o logo olfativo, se emplea como un aliado a la hora de generar



experiencias positivas en sus clientes y es aplicable a prácticamente cualquier sector. Se trata de una estrategia de comunicación que permite a la marca conectar con sus clientes, crear sensaciones inolvidables que perduran en sus recuerdos durante más tiempo. Mejora la experiencia de los clientes

mimando todos los sentidos. Genera un valor añadido a la marca como elemento de diferenciación para destacar entre la competencia.

Aromas de Ibiza aporta a sus franquiciados un modelo de negocio testado y evolucionado basado en la creación de una cartera de clientes, comercios minoristas, establecimientos de hostelería

y complejos hoteleros para ofrecerles soluciones de marketing olfativo que les permitan diferenciarse de su competencia.

Uno de los mejores modelos de negocio para rentabilizar un autoempleo en una actividad en crecimiento constante de la mano del líder del sector, que no requiere realizar inversiones elevadas. ♦



VERSOS DA RUDA

<https://versosonline.com/>

Versos da ruda es una empresa gallega especializada en la elaboración de postres gallegos artesanos de la más alta calidad.

Tras ver la enorme oportunidad de mercado que representa el mundo del postre, tanto dentro del mundo de la gastronomía como de la hostelería, decidieron crear un

negocio que cubriera satisfactoriamente esta necesidad.

Gracias a mucho esfuerzo y una pasión ilimitada por los postres, han desarrollado una solución específica, una amplia y exitosa oferta de postres propia, nueva y diferente: **VERSOS**.

Un modelo de negocio de éxito que se asienta en 4 pilares

- **MATERIAS PRIMAS DE CALIDAD:** elaboran sus postres siempre con materias primas de primera calidad, naturales y de origen gallego. Han confirmado que la calidad y el sabor de sus postres es única gracias a un recetario casero que les permite despertar paladares, evocar sensaciones e, incluso, revivir emociones.

- **ELABORACIÓN ARTESANAL:** disponen de obrador propio y en él aprovechan la calidad de las materias primas gracias a una elaboración artesanal, basada en recetas caseras que hunden sus raíces en lo más tradicional de la cocina gallega. Realizan verso a verso a través de un laborioso proceso en el que se cuidan todos los detalles, hasta el envasado final.



- **POSTRES FRESCOS Y SIN ADITIVOS:** postres frescos, atractivos y sabrosos. Pero, además, naturales y sin aditivos ni conservantes. Esta es una de las razones por las que son capaces de distribuirlos y hacerlos llegar a la mesa conservando todo su sabor y todas las propiedades organolépticas de sus

ingredientes. No utilizan procedimientos industrializados.

- **DE PERSONA A PERSONA:** si ofrecer postres únicos es su razón de ser, entregarlos a sus clientes con el mejor servicio es su manera de ser. Así al menos es como entienden el negocio: postres hechos por personas, para personas y entregados de persona a persona. Un nuevo concepto de franquicia con 2 líneas claras de ingresos:

- **TIENDA:** han desarrollado una tipología de tienda (de 30 a 70m²) adaptada a espacios tanto en planta calle como en centros comerciales. Locales con un diseño moderno, atractivo, cálido y funcional, orientados al consumo en el local y al take away, pensados para un consumo rápido pero confortable, pero donde, a la vez, se pueda disfrutar con calma entre horas.

- **DISTRIBUCIÓN AL CANAL HORECA:** todos los hosteleros se cuestionan el esfuerzo que supone la elaboración y el servicio de postres propios en su restaurante, de ahí que Versos sea una solución ideal y rentable. La distribución al canal HORECA es el complemento perfecto a la tienda. ♦

BAR MELO'S

<https://www.instagram.com/barmelos/?hl=es>

MELO'S es una empresa operativa desde 1979 dedicada al desarrollo de establecimientos especializados en la elaboración y venta de zapatillas (bocadillos de pan de hogaza, lacón y queso fundido de 1 kg de peso), croquetones, pimientos de Padrón, morcilla, queso, empanadas de bonito, todo de elaboración totalmente artesanal.

¿De qué se benefician los franquiciados?

- Nuestros valores “auténtico” “gallego” y “hecho en casa”. Productos auténticos y naturales. Zapatillas y croquetones artesanales recién hechos y elaborados por nosotros mismos.
- Calidad en nuestros productos. Los acuerdos con nuestros proveedores y nuestro trabajo de selección nos permiten garantizar a nuestros clientes la máxima calidad de producto en nuestros locales.
- Nuestra propuesta de valor al cliente final. Con la mejor relación calidad precio que, de lejos, se puede encontrar en el mercado.
- Nuestros procesos de trabajo. Un sistema que garantiza la máxima operatividad y eficiencia de los procesos de trabajo, lo que significa menores costes de personal y mayor simplicidad en la operativa.
- Respeto a la tradición. Respetando los sabores originales de MELO'S.
- Nuestros resultados. Una mayor rentabilidad, la consecuencia de todo lo anterior.

Una central de franquicias al servicio de sus franquiciados

- La explotación de una marca con procesos muy depurados y trabajados.
- Óptima rentabilidad para nuestros franquiciados, permitiendo una acelerada recuperación de la inversión.
- El control operacional es absoluto, por cuanto todos los franquiciados cuentan con sistema de gestión y manuales operativos elaborados especialmente por la central de franquicia.



- La reducción de la inversión inicial, por la optimización de los costos de montaje de cada local.
- Centralización y procesos de compras a proveedores con soporte de la central de franquicia.
- Participación en acciones promocionales realizadas por la empresa y presencia en medios masivos. Además de contar asiduamente con la visita de influencers con presencia nacional que han recomendado el establecimiento y sus productos, otorgando a MELO'S un gran reconocimiento en redes sociales.
- Simplificación de los procesos operativos, y reducción de sus costos.
- Entrenamiento inicial y capacitación permanente del personal.
- Asesoramiento en la selección de personal y en la búsqueda del local.
- Derecho de uso de marca por el plazo del contrato.
- Asesoramiento para el proyecto de arquitectura.
- Otorgamiento del territorio exclusivo.
- Personal de apoyo para apertura.

Si quieres revolucionar el sector de la hostelería, es momento de abrir un MELO'S en tu ciudad. ♦

INGLÉS A LA CARTA

<https://www.inglesalacartaburgos.com>



En un mundo globalizado, el dominio del inglés se ha convertido en una habilidad esencial tanto en el ámbito profesional como personal. La academia "Inglés a la Carta", con más de una década de experiencia en Burgos, ha logrado destacarse por su enfoque único, adaptado a las necesidades de cada estudiante. Ahora, esta academia exitosa está lista para expandirse a través de un modelo de franquicia, ofreciendo una oportunidad emocionante para los inversores que buscan entrar en el floreciente mercado de la enseñanza de idiomas en España.

Nuestra ventaja competitiva

El pilar fundamental de "Inglés a la Carta" es su enfoque personalizado en la enseñanza del inglés. Entendemos que cada estudiante tiene diferentes metas, ya sea mejorar su nivel de inglés para fines laborales, académicos o simplemente por enriquecimiento personal por lo que ofrecemos una amplia gama de programas diseñados para satisfacer estas demandas.

Una de nuestras principales ventajas competitivas es que en "Inglés a la Carta" trabajamos con empresas que hacen uso de los créditos formativos de sus empleados. Como centro organizador de formación, podemos encargarnos de la gestión de estos créditos de manera directa.

Además, somos un centro examinador oficial de Cambridge, lo que nos permite ofrecer a nuestros estudiantes la posibilidad de prepararse y certificar su nivel de inglés con uno de los títulos más reconocidos a nivel internacional, todo en un mismo lugar.

Modelo de franquicia: Una oportunidad de éxito con apoyo continuo

En "Inglés a la Carta", hemos desarrollado un concepto único de franquicia que nos diferencia del resto: apostamos por una FRANQUICIA DE AUTOR. Este enfoque se basa en un plan de crecimiento moderado que nos permite acompañar de manera cercana y personalizada a cada uno de nuestros franquiciados. Nuestro objetivo no es una expansión masiva y rápida, sino una expansión estratégica y controlada, asegurando que cada nuevo centro mantenga la misma calidad y compromiso que nos ha caracterizado en nuestra sede de Burgos.

Nuestro compromiso con el éxito de nuestros franquiciados es absoluto. Ofrecemos un sistema de apoyo integral que incluye:

- Formación inicial para comprender nuestro enfoque y metodología.
- Formación continua para el franquiciado y los trabajadores.
- Soporte continuo en la gestión de la academia. Asistencia en la gestión diaria del negocio y en la optimización de los recursos.
- Desarrollo de campañas de marketing locales y nacionales, así como apoyo en la creación de estrategias de captación de alumnos.
- Metodología académica propia progresiva y dinámica con acceso a nuestras plataformas tecnológicas y materiales educativos.
- Asesoramiento en la selección de personal, especialmente en la contratación de profesores cualificados y bilingües.

Con este respaldo, los franquiciados pueden centrarse en lo más importante: ofrecer una educación de calidad que transforme la vida de sus estudiantes. ♦

MOBALPA

<https://www.mobalpa.es/es>

Desde 1948, Mobalpa ha estado a la vanguardia del mobiliario de cocinas. Nacida en los Alpes - de hecho su

nombre es un acrónimo de 'Mobiliario de los Alpes' - cuenta hoy en día con más de 275 tiendas en toda Europa. Presente en España desde 2019, acabará 2024 con 17 tiendas en nuestro país, todas en régimen de franquicia. Mobalpa pertenece al Grupo Fournier, fabricante líder en Europa de mobiliario de cocinas y del hogar con una facturación de 500 millones al año.

En 2023, Mobalpa Spain alcanzó los 11M€ (sin IVA) en ventas en España, un 22,8% más que en 2022.

Su reputación, su saber-hacer único, la calidad de sus productos y el apoyo a sus franquiciados garantizan su éxito. Su misión es ofrecer productos asequibles, que permiten distribuciones únicas y diseños que marcan tendencia. Y siempre, en el marco de una experiencia premium para el cliente.

Formación y apoyo continuo a nuestros franquiciados:

En Mobalpa, el éxito de nuestras franquicias es el resultado de un constante proceso de formación y apoyo. Nuestros franquiciados reciben formación inicial intensiva y apoyo continuo a lo largo de su viaje empresarial. Desde la gestión del negocio hasta el marketing y ventas, proveemos las herramientas necesarias para asegurar el crecimiento y la prosperidad



idad de nuestra red de franquicias.

Una invitación a unirse a la red Mobalpa:

Con Mobalpa tendrás la oportuni-

dad de ser empresario y responsable de tu propia tienda de cocinas y unirte a una marca líder de un sector en auge.

En tu tienda Mobalpa serás administrador, director de proyecto, instructor y mentor de tu equipo de diseñadores y vendedores, y por supuesto director de tu empresa.

A la cabeza de un equipo fuerte, dinámico y creativo, harás de tu negocio Mobalpa un éxito creciente.

En Mobalpa, nos esforzamos por ser más que un fabricante de muebles de alta calidad; buscamos ser creadores de espacios que inspiren, faciliten la vida cotidiana y traigan felicidad a los hogares. La excelencia, la pasión y la innovación definen cada paso que damos y cada producto que creamos.

¿Cuál es el perfil de nuestros franquiciados?

Mobalpa busca personas con espíritu emprendedor, con experiencia en un entorno comercial y en gestión de equipos. No es imprescindible tener experiencia previa en el sector, puesto que nuestro plan de integración y formación te brindará toda las competencias

necesarias para llevar la tienda. Es un trabajo polivalente, pero una de tus principales funciones será animar, inspirar, liderar y dar ejemplo a tu equipo de vendedores-diseñadores. ♦



KIDS&US

<https://www.kidsandus.es/es>

Fueron la pasión, la curiosidad y las ganas de aprender las que llevaron a Natàlia Perarnau a fun-

dar Kids&Us en el año 2003. Desde entonces, Kids&Us no ha dejado de reinventar la forma en que los niños y niñas aprenden inglés. Kids&Us nació colocando a los niños en primer lugar y entendiendo su verdadera forma de aprender. Inventando un mundo de colores que ofrece a bebés, niños y niñas muchas oportunidades de descubrir un nuevo idioma y de vivir experiencias únicas, totalmente adaptadas a su edad.

Rompiendo con los métodos tradicionales, Kids&Us crea un entorno de experiencias en inglés, y aprovecha su período sensible de aprendizaje durante los primeros años de vida, de 1 a 7 años.

Aunque el aprendizaje de una lengua dura toda la vida, es durante los primeros años cuando somos más receptivos a integrarla de forma no consciente. Por este motivo, la metodología de aprendizaje de Kids&Us está basada en el proceso natural de adquisición de la lengua materna, un proceso infalible que tiene lugar en un orden lógico, natural y espontáneo.

El método Kids&Us abarca desde niños y niñas a partir de un año —cuando aún asisten a clase acompañados por un adulto— hasta alumnos y alumnas de 18 años. Cuando termina todos los cursos, el alumnado alcanza las más altas com-



petencias lingüísticas para desenvolverse con comodidad en diferentes contextos, tanto profesionales como personales.

En las clases, los niños y niñas experimentan el inglés a través de juegos y actividades diseñadas con el objetivo de integrar el idioma en sus vidas de manera intuitiva. El método sigue las cinco etapas propias de la adquisición del lenguaje: escuchar, comprender, hablar y, finalmente, leer y escribir. Este enfoque guía al alumnado a medida que crece, acompañándolo en el aprendizaje del inglés de manera natural.

La red Kids&Us

Arriesgarse a desafiar el statu quo tiene su recompensa. Kids&Us cuenta ya con más de 180.000 alumnos en 10 países que estudian en más de 650 escuelas, en su mayoría bajo el modelo de franquicia. Niños y niñas de España, Italia, Francia, Bélgica, República Checa Andorra, México, Japón, Vietnam y Myanmar disfrutan hoy en día del mejor y más revolucionario método de aprendizaje de inglés.

La red de franquicias de Kids&Us supone más del 80 % de los centros abiertos. Esta red trabaja sobre un modelo de negocio sólido basado en un know-how único, como es el

método Kids&Us, una marca líder en sus mercados y un servicio exclusivo dedicado a conseguir el éxito de la franquicia. Es por ello que más del 35 % de la red está formada por multfranquiciados. ♦



MISS SUSHI

<https://misssushi.es/>

Miss Sushi te ofrece, sin duda, la mejor experiencia gastronómica japo-fusión. Un viaje a una amplia oferta donde se puede disfrutar de lo mejor del Sushi, unido a las mejores experiencias de Cooking e innovaciones constantes en nuestra carta. Tenemos un modelo de negocio y know-how único, diferente e innovador. Por la calidad y variedad de su carta. Porque ante todo... Amamos la cultura japo-fusión y la experiencia Miss Sushi en cada uno de nuestros restaurantes.

Para poder ofrecer lo mejor de nuestro equipo y conocimiento, nos centramos en 3 pilares fundamentales:

1. **La base tecnológica**, como pilar fundamental en cualquier modelo de negocio.

2. Todo **modelo de negocio** debe estar respaldado por un plan de negocio sólido y preciso y en Miss Sushi tenemos un equipo que respalda a nuestros franquiciados para todo lo que necesiten.

3. **La experiencia del cliente** es la clave del éxito y nosotros sabemos más que nadie ya que tenemos más de 16 años de experiencia. Estos tres principios, hacen de Miss Sushi una marca que se ha consolidado por su capacidad de innovar en la integración tecnológica y su enfoque meticuloso en los planes de negocio para el crecimiento de sus franquicias.

La Experiencia Miss Sushi: Mucho Más Que Un Restaurante

En Miss Sushi, nos enorgullece ser pioneros en fusionar tecnología, creatividad y análisis en el desarrollo de nuestras franquicias. Pero cuando hablamos de experiencia del cliente, abarcamos mucho más. ¿Qué nos hace destacar? Analizamos algunos de los elementos clave:



- **Una carta en constante evolución:** La calidad es nuestra prioridad, y por eso ofrecemos una propuesta gastronómica japo-fusión que siempre está innovando para sorprender y deleitar a nuestros clientes.

- **Un diseño alternativo y divertido:** El ambiente en cada Miss

Sushi está pensado para crear momentos únicos, desde el diseño del local hasta la música, cada detalle está cuidado para generar la mejor de las experiencias.

- **Una sólida cultura de empresa:** Nos enfocamos en la amabilidad, la limpieza, y sobre todo, en el trato cercano y profesional de nuestros equipos. Tanto en el restaurante como a domicilio, nuestro equipo es la cara visible de nuestra marca.

Innovación, Tecnología y un Toque Humano

Es evidente que un análisis de negocio desde el punto de vista económico o tecnológico es esencial para el éxito. Tenemos experiencia, conocimiento, innovación y capacidad para adaptarnos a las novedades. Nuestros franquiciados lo saben, y cada uno de ellos aporta su visión sobre cómo integrar ese pequeño grano en el todo.

En Miss Sushi creemos en la singularidad de cada franquiciado, en su capacidad para hacer que cada cliente se sienta especial y en la importancia de sumar esfuerzos para crear algo extraordinario. ♦

¿Quieres formar parte de nuestro equipo? Si estás interesado en ser un franquiciado y aportar tu propio grano de arroz, únete a nosotros y descubre cómo puedes ser parte de esta experiencia única.



Fomentando el Emprendimiento y la Expansión en Franquicia





La **brújula** siempre
marca el **Norte**