

# En busca del negocio hecho

Más de 150 particulares mantuvieron ayer un total de 450 entrevistas con una treintena de franquicias



Día Market, que incluye la cadena de supermercados Día, fue ayer una de las franquicias más solicitadas. :: ANTONIO SALAS

ca Ana Picó, que atiende detrás de la mesa de esta marca, que se queda con el cinco por ciento de las ventas en concepto de royalty de explotación y de publicidad, además de cobrar un canon de 9.000 euros. «Es un modelo de negocio absolutamente rentable», asegura. «Hablamos de facturaciones superiores a los 250.000 euros anuales», añade. También que se trata de un modelo de negocio «fácil de operar».

En Día Market, por ejemplo, piden un canon de 300 euros. La firma realiza una aportación a fondo perdido, ayudan en la consecución de la financiación bancaria y asesora en lo que se refiere a la ubicación del local, que puede ser alquilado. También ayuda a realizar el plan de empresa y proporcionan una supervisión continua a los franquiciados. Ayer, las dos personas que atendían detrás de la mesa de esta franquicia del sector de la alimentación no pararon y desde primeras horas su agenda estaba tan solicitada que era difícil encontrar un sitio para hablar con ellas.

## La prueba del algodón

«Preguntar a los franquiciados. Para mí esa es la prueba del algodón». Lo dice Prudencio Martínez-Franco, responsable de Franchishop, cuando se le pregunta si no existe el peligro de que el franquiciado termine trabajando solo para pagar a la firma franquiciada. «Tras preguntar a los franquiciados, se pueden analizar otros aspectos, como la cuenta de resultados, las inversiones o las condiciones del contrato», añade.

Para el responsable de esta cuarta edición de la feria, en la que han participado 34 firmas franquiciadas, que mantuvieron un total de 450 citas durante todo el día con más de 150 particulares interesados en esta fórmula de negocio, los beneficios de hacerse con una franquicia son múltiples: «El emprendedor se apoya en un negocio que tiene un éxito contrastado en el mercado; se beneficia de una marca conocida, que le aporta un fondo de comercio, y puede evitar muchos errores. La franquicia te da el concepto de negocio ya hecho; la idea desarrollada, los proveedores y la imagen corporativa».

En cuanto a los perfiles, Martínez-Franco afirma que «son amplísimos» y que van desde las personas que quieren diversificar sus fuentes de ingresos hasta mujeres que quieren volver a la actividad laboral tras haber criado a los hijos, pasando por empresarios que buscan nuevos negocios. Es el caso de Ángel Rodríguez Vergara, 76 años y del grupo Anrove, que ayer se entrevistó con tres franquicias relacionadas con el sector de la alimentación: «Tenemos oficinas en Shanghai, Qatar y Casablanca. Estoy buscando una franquicia relacionada con las tapas, para realizar la expansión por el Golfo».



GEMA MARTÍNEZ

gemamar@diariosur.es

Permiten la explotación de su marca, producto o actividad a cambio de un canon, una inversión inicial y unos porcentajes de las ventas

**MÁLAGA.** Lo que viene a ser un 'Plan B'. Guillermo Puente, 41 años trabajador de la banca, acaba de hablar con las dos personas que están detrás de la mesa de la cadena de supermercados Día Market, una de las 34 franquicias que finalmente han participado en la cuarta edición de la feria Franchishop, que se celebró ayer en el hotel NH de Málaga. Este economista, sin experiencia alguna en el mundo empresarial, ni en el sector de la alimentación ha acudido a la cita porque los nubarrones en el sector financiero, más que a cielos despejados, apuntan a inestabilidad laboral: «Creo que en estos momentos, en los que el sector financiero también sufre recortes importantes, es bueno tener una actividad o negocio complementario, con el objetivo de tener otro tipo de ingresos en el

caso de que mi trabajo en la banca desaparezca».

Para él «el negocio franquiciado es un negocio desarrollado y testado», por lo que considera que, aunque se trabaja con márgenes más estrechos, «se reduce la incertidumbre o el factor riesgo que acompaña al hecho de iniciar una actividad», algo que considera importante en casos como el suyo, ya que desconoce todo lo relativo a la puesta en marcha de un negocio.

El de Guillermo Puente es uno de los perfiles de personas que hoy en día muestran interés por las franquicias, una fórmula a través de la cual empresas con negocios consolidados y en algunos casos, con una marca reconocible, ceden los derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial a un tercero, con el que se establecen determinados acuerdos, que suelen implicar el pago de un canon, cierta inversión inicial y un tanto por ciento de las ventas.

## Yogures helados

Por ejemplo 'Oh! My Good', una firma especializada en yogur helado (frozen yoghurt) al que se le añade frutas, cereales, chocolate o caramelo en combinaciones elegidas por el consumidor, ofrece esta posibilidad: un quiosco 'llave en mano' completo, incluida maquinaria y suministro de luz y de agua por una inversión de 49.000 euros. El interesado deberá abonar inicialmente el 50% de la misma y el resto en pagos a 30, 60 y 90 días, según expli-

## PARTICIPANTES



Sebastián Triviere  
Educa Training

Se trata de una franquicia del sector de los cursos de formación

«Trabajar con una franquicia solvente es diez veces más fiable»

Mercedes Guzmán  
Emprendedora

Actualmente está en paro y ayer se interesó por la marca Equivalenza

«No me piden un canon excesivamente alto»

Ángel Rodríguez  
Empresario

Buscaba franquicias relacionadas con el sector de la alimentación

«Operamos en Qatar y buscamos franquicias de tapas»

