

Empresas

Originales y prometedoras apuestas cierran la jornada de 'Franquicias para invertir'

Desde tapas parlamentarias hasta la distribución del pan donde menos te lo esperas y el perfume pensado e ideado para ti. Son ideas transformadas en franquicias, que han cerrado una jornada dedicada a un sector comercial que llama a la inversión.

Digital2 | 25/04/2013

Tweet 0 Me gusta 0 +1 0 + añádemelo Comentarios (0)



La jornada de 'Franquicias para invertir' ha terminado con las apuestas más originales e innovadoras para poner sobre la mesa la necesidad de que el empresario que vaya a iniciarse en este tipo de negocio debe ser creativo. Y uno de estos ejemplos ha sido el de hacer "cosas diferentes", como ha defendido Raquel Cívico de Wooble

que "está de moda en todo el mundo" y que ha pasado de no conocerse nada en Europa a ventas diarias que alcanzan hasta los 300 productos.

Nacido en Taiwan, no es un té, no es una bebida clásica. Es "una moda que ha llegado para quedarse" y que lleva tras de sí una importante campaña en redes sociales y una estudiada estrategia de marketing destinada a todos los públicos que cambia el concepto de salir a tomar algo.

Y, en la misma línea, ha sucedido con 'Oro Rapid', que hace venido a presentar "lo mismo, pero diferente". La venta de oro de modo distinto "ha cambiado la forma de hacer negocio" identificando "un modelo de negocio necesario en España", algo que es clásico pero que podría quedarse en el tiempo a la luz de los datos del desempleo y de la crisis, que "no acaba con el inicio de la recuperación en 2014".

'Inspirazione' sigue la línea de las empresas mencionadas tras su nacimiento hace dos años en Navarra y una inversión inicial de 30.000 euros, 15.000 en productos, con márgenes de un 50% de beneficio para el franquiciado. Sus emprendedores defienden que es un modelo "diferente", que venden jabones al corte, perfumes y cosmética natural, además de ambientación a nivel general.

Y por qué vende 'Inspirazione'. En sus dos años de andadura, aseguran que no compran perfumes a los laboratorios, sino que tienen "lo mejor a nivel nacional". En jabonería han aportado "diseño espectacular" y "otras formas importadas de Reino Unido". En esta línea, también "nos hemos posicionado en jabonería artesanal" y "hemos creado otra línea al corte que solo tienen nuestras tiendas". Además, de ser una tienda local "pasó a ser franquiciada porque esa era la primera reacción del nuevo cliente".

Ideas similares son las que inspiraron a los creadores de 'Mundopán', que distribuye este alimento en un buzón de pan para los clientes. Surgió en 2005 en una reunión de amigos en plena barbacoa donde faltaba el pan, consumido por el 90% de la población española. Primero se patentó el buzón y comenzó la andadura en la zona este de Madrid, como Rivas o San Fernando de Henares. Hubo expansión en franquicia cuando comenzaron a colocar el buzón en las casas de las familias. En 2010, con una cuota de 900 clientes diarios dieron el paso a aventurarse a las franquicias de la mano de Barbadillo y Asociados. No requiere una gran inversión (total de 25.000 euros), motivo por el cual ha habido parados interesados en franquiciarse en este sentido y capitalizar así el desempleo.

José María Rubiales ha llevado al foro 'Parlamento, la catedral del tapeo', que también se circunscribe al ámbito de la restauración con un toque de humor político. Así, uno puede pedir en sus locales un "tránsfuga", un "independentista" o el mismísimo "parlamento", acompañado de vinos dulces y productos típicos andaluces. En los locales creados hasta ahora, tras 20 años de andadura, ya se han expandido con tres comercios entre Murcia y Alicante.

Pero, no solo proliferan las franquicias comerciales dedicadas a ocio y restauración. La jornada organizada por 'La Razón' y 'Barbadillo y Asociados' ha presentado Campus Europa English School, que ha destacado la necesidad de conexión entre la central de la franquicia y el perfil del franquiciado, un punto en el que también se ha detenido la apuesta anterior, 'Inspirazione'.

Este centro de estudio y de educación "no reglada" se ha expandido por Madrid (dos centros), Toledo y Valencia destinado a alumnado "variado" en zonas de cien mil habitantes para convertirlo en "referencia" respecto al resto.

En definitiva, crear un local franquiciado y generar franquicias, según los participantes en la jornada, requiere creatividad, apuestas por lo diferente y ajustarse a la situación actual. En su cierre, Antonio Miguel Méndez Pozo, vicepresidente de las Cámaras de Comercio, ha animado a crear franquicias, porque es un mundo de oportunidades para crear negocio. Por su parte, Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de Franquiciadores, ha puesto los pies en la tierra de la crisis animando "a los emprendedores, que nunca fallan", porque "lo que falla es la financiación y el ordenamiento jurídico". Vallhonrat ha alabado que la franquicia "aguanta muy bien la crisis a niveles estadísticos", por lo que ha animado a buscar "mercados en el extranjero". Para ello, ha aconsejado que el franquiciado sea del perfil que se está buscando. "No todo negocio es para cualquier emprendedor". Por su parte, Santiago Barbadillo, de Barbadillo y Asociados, uno de los organizadores del acto, ha expresado su "satisfacción por los interesantes modelos de negocio expuestos".

- ▶ Pablo Martínez, 'La Mafía': "El cliente busca experiencias"
- ▶ Carmen Cárdeno: "Las franquicias son un sector con capacidad demostrada para crear empleo"
- ▶ Oportunidades de negocio en la Jornada 'Franquicias en las que Invertir'
- ▶ Empresas franquicias La Razón Barbadillo y Asociados Carmen Cárdeno