

WORKING

Actualidad Económica y Empresarial de Asturias

¿Estás pensando en
"emprender"
tu propio negocio?



ASTURFRANQUICIA

Feria de la Franquicia en Asturias

**El impulso
para tu negocio**

La Franquicia,
tu mejor elección

www.asturfranquicia.com

Organiza
Working
COMUNICACION

Colabora

Cámara
Gijón

Turismo Gijón



ASTURFRANQUICIA

Feria de la Franquicia en Asturias

Working COMUNICACION

Working Comunicación, organizadores de la Feria AsturFranquicia, quiere dar las gracias a todos los expositores, ponentes, visitantes y demás personas que nos han acompañado y apoyado durante esta I edición de la Feria de la Franquicia en Gijón.

Queremos hacer especial mención al Ayuntamiento de Gijón y a la Cámara de Comercio de Gijón por su apoyo y la confianza que en nosotros han depositado para la organización de este evento.

Agradecer igualmente a los asturianos y especialmente a los gijoneses, la acogida que han tenido no sólo de Asturfranquicia sino de todas las personas que con motivo de este evento han visitado la ciudad de Gijón desde fuera de nuestra región.

Gracias a todos, les esperamos de nuevo el año que viene en la II Edición de AsturFranquicia

**Guadalupe Zapico
Working Comunicación**



Working COMUNICACION

A Propósito de

ASTURFRANQUICIA...

Comenzar un nuevo proyecto es difícil e inquietante, pero el equipo de **Working Comunicación** ha conseguido aunar esfuerzos y hacer posible esta primera edición de **AsturFranquicia**. Los momentos difíciles que hemos vivido preferimos dejarlos ahí -en el pasado- y seguir mirando hacia delante y esperando el futuro con optimismo. Queremos crecer, conseguir que **AsturFranquicia** sea el referente de la franquicia en el Norte de España. Asturias es una región excepcional, con un gran potencial humano, y cada día son más los asturianos que pasan a formar parte de ese grupo de emprendedores dispuestos a trabajar aquí, a poner en marcha sus negocios aquí, a trabajar por ellos mismos y para que Asturias salga de esta dura situación económica que estamos viviendo, y el sistema comercial de Franquicia es el modelo adecuado para el emprendimiento.

Working Comunicación quiere agradecer, muy especialmente, la colaboración y confianza recibida de los expositores, gracias a su apoyo ha sido posible que esta I Edición de la Feria hoy sea una rea-

lidad. A la Cámara de Comercio de Gijón, por su apoyo y confianza en nosotros y en este proyecto; al Ayuntamiento de Gijón; a Susana Fernández por su apuesta por **AsturFranquicia**, a Gonzalo Burgos por haber conseguido que su buen amigo Jaime Ussia estuviera con nosotros, y a Jaime Ussia por venir a Gijón. Al público que vino a la Feria y que esperamos apueste por poner en marcha su negocio a través del sistema comercial de la Franquicia. A los medios de comunicación asturianos, por la divulgación que han realizado de nuestra Feria.

A todos **GRACIAS** por la confianza, apoyo y colaboración que han tenido hacia nosotros y este proyecto.

Todo lo que hemos vivido en la realización de esta I edición de **AsturFranquicia** quedará en nuestro recuerdo como una grata experiencia vivida en unos momentos en que la economía en general no goza precisamente de bonanza.

Como el camino se hace al andar, caminaremos hacia delante, trabajaremos en la preparación de la II Edición de esta Feria con la misma entrega, entusiasmo y humildad que en la primera edición.



**Jaime Ussia,
Presidente de la Feria de Valencia SI&CO**

Apoyo incondicional y deseo de permanencia a AsturFranquicia



La resignación como respuesta es la peor de las decisiones que podemos tomar.

No andamos con los ánimos demasiado altos por España. No hay día en el que, al leer la prensa o escuchar la radio o los informativos de televisión, dejen de ametrallarnos con malas noticias. La crisis, ignorada primero y despreciada después de manera irresponsable por los incompetentes que nos han gobernado, se ha llevado por delante muchos proyectos, ilusiones y, lo que es más grave, puestos de trabajo.

Reconozco que lo más fácil ante esta situación es agarrarse a la falta de esperanza, a la resignación, a la justificación de nuestro propio fracaso echando la culpa a todos menos a nosotros mismos. Así somos los españoles, incapaces de reconocer nuestros errores y excesos, y de reaccionar hasta que nos tocan el bolsillo.

Pero resignarse y protestar no nos lleva a ninguna parte. La resignación como respuesta es la peor de las decisiones que podemos tomar. Ni colaboramos a que resurja la economía española ni nos ayudamos a nosotros mismos. Las crisis, por muy profundas que sean, terminan y los países no se mueren. Estoy convencido de que no falta mucho tiempo para que empiece a fluir dinero en el mercado y comience nuestra recuperación, antes de lo que los agoreros de siempre predicen.

Las crisis tienen también sus aspectos positivos: desaparecen los que no son competitivos,

los ineficientes, y permanecen los mejores; hay mejores oportunidades para adquirir activos, negociar con proveedores, alquilar inmuebles, seleccionar personal capacitado y para iniciar nuevos proyectos adaptados a los momentos difíciles o surgidos como consecuencia de los cambios profundos que experimenta la sociedad. Y una crisis como la nuestra nos enseña a gestionar mejor nuestros negocios y a poner nuestros pies en la tierra, algo que ya habíamos dejado de hacer hace bastante tiempo.

El éxito es para los emprendedores que arriesgan, trabajan honestamente y bien, y desafían a las dificultades. Y si creemos en nosotros, difícil será que no triunfemos. Lo estamos demostrando sobradamente con el espectacular incremento de nuestras exportaciones, que están soportando, juntamente con el turismo, nuestra balanza comercial. Somos más competitivos de lo que creíamos, y sólo la necesidad nos ha impulsado a salir al exterior. A partir de ahora, seremos cada vez más un referente en este sector.

En un escenario tan complicado como el actual, la Franquicia es un modelo de negocio especialmente útil y necesario para el desarrollo de la economía. De todas sus propiedades y ventajas, que son muchas, hay que resaltar que la experiencia demuestra su espectacular índice de permanencia frente a los negocios individuales; que dispone de los beneficios y capacidades de una gran organización pero con una división de la propiedad de cada punto de venta de manera que



éstos son mucho más eficientes y eliminan la necesidad de muchos mandos intermedios en el esquema; que una franquicia siempre está basada en productos y servicios susceptibles de ser consumidos por el mayor espectro posi-

ble de población y, por ello, cuando el poder adquisitivo de la población disminuye, no se ven tan afectadas las ventas tan dramáticamente como en otros negocios; que el abanico de posibilidades es amplísimo ya que hay franquicias en casi todos los sectores de actividad y las inversiones abarcan cualquier nivel de inversión; que no se necesita experiencia previa pues el franquiciador forma y asiste a los franquiciados de manera constante y, muy importante, que casi todos los nuevos productos y servicios que aparecen en el mercado como consecuencia de los cambios en las tendencias y necesidades de la sociedad, organizan su expansión bajo franquicia, o lo que es lo mismo, que la franquicia representa siempre “lo último” del mercado.

Dar a conocer este modelo de negocio es una inestimable ayuda a la economía española. La pequeña empresa, particularmente la micro-empresa, será una vez más el motor de la recuperación. La franquicia está compuesta de pequeños empresarios y de familias. La iniciativa de **AsturFranquicia** no merece, pues, otra cosa que nuestro apoyo incondicional y nuestro deseo de permanencia.

Por eso, quienes estamos involucrados de cualquier manera en la franquicia sólo podemos decir a sus promotores y organizadores: ¡muchas gracias y mucho éxito!

- **Susana Fernández,**
Socia-Directora de la Consultora Centro Niff

“La Franquicia es un sistema comercial con un gran nivel de autoprotección”



La abogada ovetense especializada en franquicias, Susana Fernández, ha impartido la Conferencia “Asesórese antes de Invertir”, dentro de las Jornadas Técnicas realizadas en la Feria AsturFranquicia.

de que las siguientes ediciones lo seguirán siendo. He de decirle una cosa que nos ha llamado mucho la atención y ha sido la calidad de los visitantes. Eran personas muy interesadas en este sistema comercial y prueba de ello es que en las Jornadas Técnicas llegaron a contarse en la mañana del sábado hasta 92 personas asistentes a las conferencias que se estaban desarrollando en el salón de actos. Le aseguro que es un número sorprendente de personas.

P.- Las Jornadas Técnicas han sido todo un éxito. A que lo atribuye?

R.- Hemos querido hacer unas charlas con contenido concreto y aclaratorio de este sistema comercial, de sus ventajas, de sus secretos para que la gente sepa que debe preguntar o a que

tiene derecho. También he de decir que la calidad de los ponentes con que hemos contado ha sido de primera división. La conferencia inaugural corrió a cargo de D. Jaime Ussía, Presidente de Feria Valencia que es considerado en el sector como uno de los “padres de la franquicia” en nuestro país al igual que D. Gonzalo Burgos, que con más de 27 años de experiencia en el sector es un erudito en la materia, prueba de ello fue que su conferencia a pesar de ser a las cuatro y media de la tarde fue todo un éxito de asistencia y de contenido. Contaremos con ellos para futuras ediciones con toda seguridad.

P.- De las Consultoras participantes en AsturFranquicia, la única consultora asturiana de franquicias fue Centro Niff,

¿Qué podría hacer una consultora por un empresario que quisiera expandir su negocio en la Franquicia?

R.- Antes de nada hay que saber si esta empresa tiene condiciones, productos, oferta y estructura suficientes para ser una empresa franquiciadora, atractiva dentro de la franquicia, lo cual le permitiría hacer una oferta con ventajas competitivas para cualquier inversor. Una vez determinado que sí las tiene, la salida al mercado deberá hacerse realizando primero un Plan Estratégico de Crecimiento y preparar su Paquete de Franquicia que consiste en tener todos los documentos necesarios para los futuros franquiciados, desde su contrato de franquicia a los Manuales Operativos y de Imagen Corporativa. Esto, evidentemente es la labor de una consultora ya que es la base del éxito de cualquier recurso económico que pretendamos invertir en este sentido y por lo tanto hay que estar seguro de lo que se hace.

P.- ¿Por qué la Franquicia, a pesar de la crisis y de la recesión económica actual, sigue creciendo y es el único sector que actualmente lo hace?

R.- La Franquicia es un sistema comercial con un gran nivel de autoprotección. Sus compras corporativas le permiten tener los mejores precios de la materia prima que necesitan, la disponibilidad de fondos para publicidad a través de los cánones de publicidad que pagan todas las tiendas de la franquicia

les permite estar constantemente en la memoria de sus consumidores, los sistemas de que disponen para la gestión operativa del negocio les permite saber constantemente como van las cuentas de explotación y la optimización de los recursos humanos es un factor muy importante para el logro de las rentabilidades previstas, todo esto, que a un comerciante independiente le sería muy difícil y costoso conseguir, los franquiciados lo tienen permanentemente y les permite afrontar estos momentos tan duros con la bajada del consumo con más margen operativo que a cualquier comerciante independiente.

P.- En este sistema comercial también hay detractores que hablan de que existen pagos de royalties y cánones que el comercio libre e independiente no tiene, ¿Esto es una desventaja de la Franquicia frente al comercio independiente?

R. Rotundamente no. Cualquier franquiciado que entre a formar parte de una Cadena Franquiciadora tiene a su disposición tanta estructura empresarial que si cada uno de los departamentos que utilizará en el transcurso de su vida comercial los tuviera que contratar con empresas externas que le prestaran esos servicios, sus costes serian muchísimo más elevados que la suma de los royalties que pueda pagarle al franquiciador. No rotundamente no, además, tenemos las grandes ventajas de abaratamiento de las instalaciones iniciales, la red

de proveedores realizada, las ayudas en la localización más adecuada en los locales, publicidad y formación, ¿No es todo este paquete de ayudas algo que justifica sobradamente los pagos en esos conceptos?

P.- Hablando de protección me gustaría saber su opinión como abogada experta en Franquicias, ¿Están debidamente protegidos tanto el Franquiciado como el Franquiciador por las leyes españolas y de la Comunidad Económica Europea?

R.- Pues lamentablemente he de decirle que no. La Franquicia como tal tiene en nuestro país una escasa regulación legal. El contrato de franquicia carece de una ley que regule este tipo de contrato de distribución como lo tiene por ejemplo el contrato de agencia. El sector reclama una regulación específica. Al no haber regulación específica, tenemos que ir a la normativa general del Código Civil y Código de Comercio. Así y todo he de decir que España presenta una escasa conflictividad en este sector lo que creo se debe a un mayor conocimiento del sector por ambas partes implicadas y por unos contratos cada vez más sencillos, justos y equilibrados. Las Centrales Franquiciadoras son conscientes de que dependen de sus Franquiciados y que a éstos deben mimarlos, cuidarlos, formarlos y protegerlos, y eso se nota en los contratos y la manera de solucionar los conflictos, salvo excepciones que siempre existen claro está.

**Viernes 16 de noviembre,
llegan los primeros expositores a Gijón y comienzan los trabajos de
montaje en la Sala Asturias del Palacio de Congresos Luis Adaro**

ASTURFRANQUICIA, referente de la Franquicia, en el Norte de España



Después de muchos meses de trabajo la Feria de la Franquicia en Asturias, AsturFranquicia, se hace realidad. En la mañana del viernes 16 de noviembre llegan a la Sala Asturias los primeros expositores y con ellos se pone en marcha la Feria. Muebles, moqueta, electricidad, decoración publicitaria... todo en marcha para la inauguración.





Un operario durante la colocación de un vinilo publicitario en el stand de la Consultora mundoFranquicia consulting.
En la imagen inferior, comienzan los trabajos de montaje en el stand de la Consultora asturiana Centro Niff.



En la imagen superior, personal de la empresa Día, realizando labores del montaje y preparación de su stand.
En la imagen inferior el personal de la empresa asturiana Eraventa durante el montaje de su stand.





Al llegar la tarde del viernes la Sala Asturias ya tiene vida propia, están todos los expositores realizando los últimos trabajos para dejar a punto sus stands para la inauguración de la Feria AsturFranquicia al día siguiente.



Además del espacio dedicado a exposición también se ultiman los detalles de la Sala Anfiteatro, donde se desarrollarán las Jornadas Técnicas de AsturFranquicia durante todo el día del sábado y la mañana del domingo.





La TPA en directo con Susana Fernández de Centro Niff



La TPA en directo con José Ramón Fernández de la Empresa Eraventa

Ya es oficial, la llegada de la TPA a la Sala Asturias y el directo que realiza con los expositores, marca el arranque de la Feria



La TPA en directo con Roberto González de Reinas Grupo Inmobiliario



La TPA en directo con Pedro Prieto de Supermercados Eroski



La TPA en directo con Jaime Berdejo de Equivalenza



Sábado 17, últimos preparativos antes de la llegada de expositores, autoridades y público asistente.



Todo a punto para la inauguración de la Feria AsturFranquicia

Eran las diez de la mañana del sábado 17 y todo estaba a punto para el comienzo de la Feria. Los operarios de limpieza, electricidad y mantenimiento finalizaban sus trabajos y los expositores tenían sus stands a punto para la llegada de los primeros visitantes a la Feria.

A las diez y media de la mañana todo estaba preparado y a la espera de las autoridades y personalidades del sector de la Franquicia que decidieron acompañarnos en esta primera edición de AsturFranquicia.





Todo a punto, la Sala Anfiteatro a la espera de la llegada de personalidades y autoridades encargadas de dar comienzo la Primera Edición de la Feria de la Franquicia en Asturias, ASTURFRANQUICIA



Momentos previos a la inauguración de ASTURFRANQUICIA vemos ante el stand de Equivalenza a sus responsables, Doña Angeles y Don Jaime Berdejo, en compañía de Don Jaime Ussía y Don Gonzalo Burgos



Sábado 17 de noviembre,
en la Sala Anfiteatro del Palacio de Congresos Luis Adaro

Inauguración de la primera edición de la Feria **ASTURFRANQUICIA**



Distintas imágenes del Acto de inauguración de la Feria de la Franquicia en Asturias, AsturFranquicia. La inauguración corrió a cargo del Director del Área de Empleo del Ayuntamiento de Gijón, Don Pelayo Barcía; de la Presidenta de ASEM, Doña María Elena Fernández; de Doña Susana Fernández en representación de Centro Niff y Coordinadora de las Jornadas Técnicas, y con Don Jaime Ussia presidente del Salón de la Franquicia de Valencia y autor de la Conferencia inaugural de AsturFranquicia que llevaba por título “No a la Resignación” .





El público comienza a llegar a la Sala Asturias y los expositores reciben a sus primeros clientes

La Feria comienza y el público va llegando, desde el primer momento no solo estuvo la Feria concurrida sino que lo estuvo por un público numeroso y muy interesado por lo que iban a ver. Era un público atraído por la oferta de AsturFranquicia, personas que sabían valorar este sistema comercial que a tantos millones de inversores ha cautivado en el mundo entero, por sus atractivos, por sus protecciones, por la amplitud de su oferta y también por su permanencia en los mercados.





**Jornadas Técnicas
ASTURFRANQUICIA**

**Marcadas por la calidad de
sus ponentes y el éxito de
acogida del público
asistente**



Presentación de la Feria AsturFranquicia a los medios de comunicación. En la imagen D. Álvaro Muñiz, Director de Actividades Feriales de la Cámara de Comercio de Gijón acompañado por D. Gonzalo Burgos, Doña Susana Fernández y D. Hector Quintanilla, de Centro Niff



Don Juan Alberto Rodríguez, Presidente de SECOT Asturias durante la presentación de la conferencia “Asesórese antes de Invertir” impartida por Doña Susana Fernández, de la Consultora Centro Niff.

Don Gonzalo Burgos durante la presentación de la Conferencia inaugural impartida por Don Jaime Ussia “No a la resignación”



Calidad y éxito, es lo que define las Primeras Jornadas Técnicas de AsturFranquicia. Organizadas por la empresa promotora de AsturFranquicia, Working Comunicación y Coordinadas por Doña Susana Fernández y Don Gonzalo Burgos, de la Consultora Centro Niff. La calidad de sus ponentes y la acogida por parte del público asistente, convierten en éxito esta primera edición.

Doña Monserrat Fernández, Jefa del Departamento de Promoción y Desarrollo Empresarial del Ayuntamiento de Gijón y Don Hector Quintanilla de Centro Niff





Don Gonzalo Burgos, Socio-Director de la Consultora Centro Niff durante su ponencia: "Las ventajas de la Franquicia"

Don Ricardo Villaluenga de mundoFranquicia consulting durante su ponencia: "Como seleccionar una franquicia de éxito"



¿Estás pensando en
"emprender"
tu propio negocio?



ASTURFRANQUICIA
Feria de la Franquicia en Asturias



El impulso para tu negocio

*La Franquicia,
tu mejor elección*

17 y 18 de Noviembre 2012
• Palacio de Congresos Luis Adaro • Gijón
www.asturfranquicia.com

Organiza **Working COMUNICACION** Colaboran **Cámara Gijón** Turismo **gijón**



Mesa "Hablan los Franquiciadores", por la izquierda Doña María Elena Fernández en representación de ASEM, Don Jaime Ussía, Don Juan Mendizabal en representación de Foto Ikatz, Doña Florans Zherar en representación de Refan España, Don Roberto González en representación de Reinas Grupo Inmobiliario y Don Benjamín Chevillard en representación de Aloha 24.





Mesa "Hablan los Franquiciadores".

Imagen inferior de Don Ricardo Villaluenga, consultor de mundoFranquicia consulting durante su intervención en las Jornadas Técnicas de AsturFranquicia. La intervención de Don Ricardo Villaluenga consistió en la impartición de dos Seminarios bajo el título: "Cómo Seleccionar una Franquicia de éxito" y "Cómo Franquiciar mi negocio".



En la imagen Don Giorgio Di Benedetto, durante la presentación del Evento The Best Franchise of the World 2012 y convocatoria de 2013.

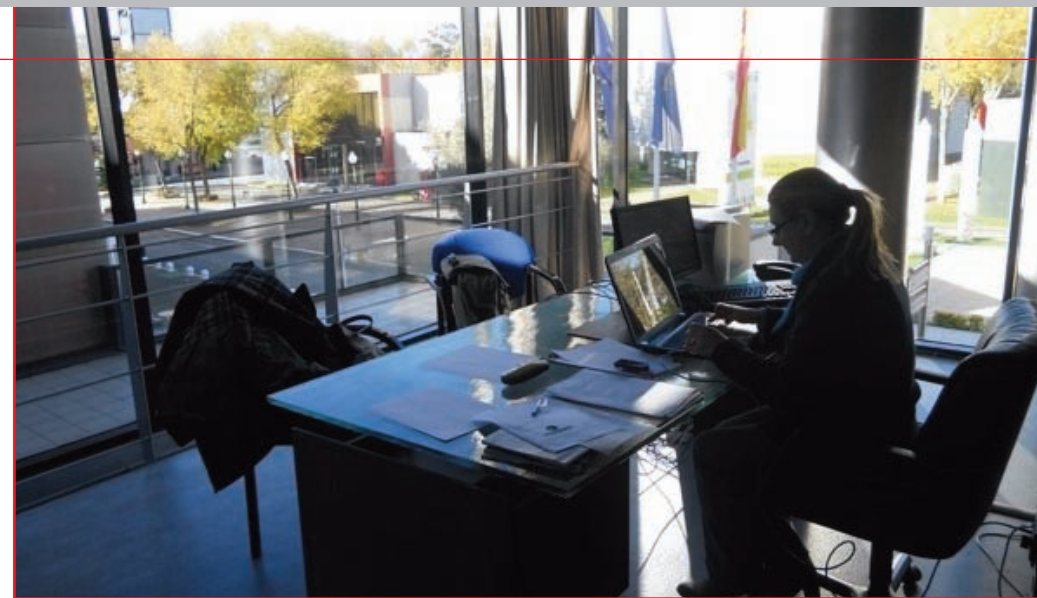
Don Rubén Calleja de la Consultora ExpandeNegocio, durante su intervención en las Jornadas Técnicas



La imagen de la izquierda recoge el momento en que Don Rubén Calleja de la Consultora ExpandeNegocio imparte su ponencia bajo el título "Ya somos franquicia... ¿Y ahora que? La Expansión de una Red. 10 pasos a seguir". La ponencia se basó en describir los pasos a seguir en la fase de expansión de una red de franquicias una vez desarrollada toda la documentación y trámites para operar bajo este sistema de comercio. En la charla se describen de forma práctica aspectos a tener en cuenta en las diferentes etapas de la expansión: antes de empezar la expansión, con los primeros franquiciados y durante el crecimiento de la red.

En la imagen Don Ricardo Villaluenga.







**Gonzalo Burgos,
Socio Director Centro Niff. Zona Centro**

Cierre y meditación de AsturFranquicia



La Feria, no solo estuvo concurrida, sino que lo estuvo por un público numeroso y muy interesado por lo que iban a ver.

Parece que corren tiempos que requieren meditación y que tal y como nos han ido las cosas en esta extraña España de hoy, aquí no ha meditado nadie, ni a los finales y, peor aun, ni a los principios de nada, y además, nadie lo ha hecho durante muchos años. Como en Centro Niff no queremos cometer los mismos errores (que a malos parajes nos han llevado)... queremos hacerlo de forma objetiva y sencilla.

Es evidente que todo lo que en estos momentos se haga en España tiene un máximo común divisor, nuestra situación no solo financiera sino también la anímica y, esto, debemos resaltarlo para no olvidarnos de darle el mérito que les corresponde a los promotores de esta Feria, que con su desprecio al abatimiento, con su lucha contra la adversidad nacional y la apatía empresarial, han tenido el coraje y la valentía de traer a la ciudad de Gijón a un grupo de empresarios emprendedores que también han sabido esquivar ese halo de mala fortuna que se ha apropiado de todos nosotros, han apostado por el cambio y el ¡sí es posible! y han instalado sus stands con ilusión, con esperanza y con profesionalidad... y mira por donde, entre Franquiciadores e inversores hubo acuerdo y la Feria, contra todo pronóstico, no solo estuvo concurrida sino que lo estuvo



por un público numeroso y muy interesado por lo que iban a ver.

No eran domingueros aburridos ni paseantes ocasionales, eran gentes interesadas un la oferta de **AsturFranquicia**, gentes que sabían valorar la oferta de este sistema comercial que a tantos millones de inversores han cautivado en el mundo entero, por sus atractivos, por sus protecciones, por la amplitud de su oferta, por su permanencia en los mercados, incluso, ahora que pintan bastos para todos.

Ahí están sus valores y sus seguridades. Ahí se demuestran las verdaderas fortalezas de este sistema comercial que cuando todos los sectores nacionales decrecen como consecuencia de esta crisis, la Franquicia sigue creciendo en números positivos. ¡Ojalá! todos los que este fin de semana buscaron entre nosotros su negocio lo encuentren y ¡ojalá! el próximo año, en la que será nuestra II **AsturFranquicia**, las autoridades de toda Asturias entiendan la importancia de

esta oferta a sus habitantes y nos apoyen con su presencia, con su participación y con el verdadero valor de las Instituciones, creadas precisamente para atender las necesidades de sus ciudadanos, para acometer en momentos como los actuales, la recuperación del tejido industrial y comercial perdido.

Nuestro problema en España es de consumo. Si se activa el consumo, desaparecerá el paro, los bancos darán créditos, las familias podrán generar con sus compras confianza en los mercados y volveremos a sentirnos seguros en nuestros puestos de trabajo.

La Franquicia podrá aportar a todo este estímulo empresarial grandes valores como empresas consolidadas que son, de éxito, con marcas conocidas, con red de proveedores establecida, con capacidad para realizar campañas de marketing y publicidad, con una perfecta analítica de sus ventas y controles adecuados de la marcha del negocio... ¿Alguien da más?

Rubén Calleja, CEO de ExpandeNegocio



“AsturFranquicia, un buen ejemplo en como acercar la oferta de marca a una zona determinada”

incluso familiares, que apuestan por un crecimiento sostenido y controlado, y encuentran en la franquicia la mejor fórmula de desarrollo.

P.- En cuanto a actividades, podemos ver alimentación, moda, consultoría y asesoramiento, belleza y cosmética... Pero, ¿cuáles son los sectores que mayoritariamente apuestan por franquiciar conceptos?

R.- Destacaría el sector de la hostelería, alimentación y formación. Es vox populi que la gastronomía asturiana tiene una calidad/precio excepcional, por ello los conceptos asociados a la gastronomía de esta región son muy bien acogidos por el público en general.

Es importante destacar que el sector de la restauración de ticket bajo es uno de los que mejor ha “plantado cara” a la crisis. Esa es la premisa que siguen muchas cadenas de restauración. Se han diferenciado, junto con el precio asequible, dando una temática a su local y ofreciendo un ambiente distinto que traslade al cliente a otros lugares. Estas cadenas se caracterizan por ofrecer comida originaria de otras regiones o países y su carta marca la diferencia con el resto de establecimientos.

P.- Teniendo en cuenta que estamos analizando Asturias como tierra de franquicias, por las características de la región, ¿qué actividades considera que tienen mayor futuro para potenciales franquiciados?

R.- En este aspecto no considero que Asturias tenga unos condicionantes muy diferentes a los de otras comunidades autónomas. Todos los sectores de actividad tienen cabida. Dependerá más del perfil de ese potencial franquiciado el que este se tenga que decidir por uno u otro sector. La tendencia a nivel nacional es un importante crecimiento en la expansión de todas las actividades del sector servicios (a particulares y a empresas), los de nuevas tecnologías, formación... Dentro del retail y restauración los que están teniendo éxito son los extremos, es decir, los que van orientados a bajo coste o semi-lujo.

En lo que sí que repercute la orografía asturiana es en el número de establecimientos franquiciados, no son muchos los municipios con un número elevado de habitantes, lo que hace que el número de unidades de franquicia implantadas en la comunidad sea inferior a la media. Esto se debe a que muchas de las enseñas tienen como estándar mínimo de ubicación, poblaciones de más de 50.000 habitantes.

P.- Los establecimientos franquiciados también continúan creciendo. Son muchos los locales franquiciados actualmente operativos. Si pudiera dirigirse a los jóvenes emprendedores, ¿qué ventajas les diría que aporta emprender en franquicia?

R.- Existen infinidad de ellas, pero a mi siempre me gusta resaltar que la adquisición inicial de las experiencias del franquiciador, hacen más fácil la puesta en marcha y multiplican las posibilidades de éxito. A ello habría que añadir que pertenecerían a una red, reconocida generalmente por el público, y que se beneficia de economías de escala.

No hay que olvidar que a pesar de pertenecer a una red, no perderían su condición de empresario independiente y que generalmente tienen una zona de exclusividad para operar con su marca.

P.- De su experiencia en la zona norte del país, ¿qué demanda están teniendo las cadenas de franquicias para la creación de negocios?

R.- Principalmente apoyo en el cierre de las operaciones que tienen iniciadas con interesados. Muchas de ellas no tienen la estructura necesaria para poder atender de forma óptima las solicitudes de información que les llegan a la central y aunque la tengan, optimizan más sus recursos delegando esta función en profesionales del sector con representación en la zona norte. Por ello nos demandan nuestros servicios de gestión de aperturas. Desde nuestros diferentes despachos les damos un servicio global para la materialización de esas operaciones.

Otro aspecto importante en el que estamos trabajando actualmente con muchas redes, es el de prepararlas para la expansión. Para ello, además del desarrollo de los estudios estratégicos pertinentes, intervenimos apoyándoles en la organización interna de la central y estrategias de marketing online, ya que la expansión a través de la red es fundamental.

P.- ¿Y para franquiciar, acuden a ustedes personas con objetivo de

franquiciar negocios? ¿Tienen algún alcance o datos respecto a 2013?

R.- Son más de 30 las empresas asturianas que hemos atendido durante estos 9 años de actividad, con intenciones de desarrollar un concepto de franquicia de sus negocios. Muchas de ellas no han podido emprender el proyecto, porque desde nuestra perspectiva no estaban en condiciones de abordar un proyecto de expansión en este momento. Previamente deben de estructurarse internamente para poder dar servicio y formación. Otras por el contrario, ya están en pleno proceso de expansión y entendemos que serán enseñas relevantes en el sector en un período relativamente corto de tiempo. Para nuestra firma, el 2013 es un año importante ya que tenemos programado un importante programa de acciones que permitan acercar la franquicia a pequeños empresarios locales.

P.- ¿Qué importancia tiene AsturFranquicia en el desarrollo de la franquicia en el norte de España?

R.- Principalmente su carácter regional, por proximidad con el resto de regiones de la zona norte hace que sea una cita diferente, diferenciándose de otras ferias como las organizadas en Madrid, Barcelona y Valencia.

El evento es un muy buen escaparate para un perfil muy concreto de enseñas. Principalmente pueden ser

**ExpandeNegocio
desarrolla acciones
que acercan la
franquicia a pequeños
empresarios locales**

rentables para empresas que están en el inicio de la expansión, o para aquellas que tengan su central franquiciadora próxima a Asturias, o para enseñas que, aun habiéndose extendido a nivel nacional, en el norte no tengan aún presencia.

Con la situación actual, la competencia de portales de franquicias y demás medios especializados, la ecuación inversión/resultado puede ser mejor que en otras herramientas de expansión.

Por eso cada vez tienen más sentido los pequeños eventos con carácter regional con menor coste. De lo que se trata es de acercar la oferta de marcas a una zona determinada; y AsturFranquicia es un buen ejemplo en este sentido.

P.- Finalmente, en cuanto a penetración del sistema de franquicias en Asturias, haciendo una comparativa con la situación en el resto de comunidades, ¿qué podría decirnos de esta región?

R.- Como único dato representativo, destacaría que aunque son las menos, existen empresas que han delimitado su ámbito de expansión al marco autonómico. Esta circunstancia, en parte esta justificada por aspectos logísticos o por diferencias sociológicas, ya que sus marcas son difícilmente exportables o reconocibles fuera de las fronteras asturianas. Ejemplos, algún tipo de concepto de sidrería y de alimentación; han centrado su expansión mediante la fórmula de “mancha de aceite”, saliendo mínimamente de los límites de Asturias, con establecimientos en Galicia y norte de Castilla y León., Aún así yo abogo porque este tipo de conceptos piensen en franquicia, ya que bajo esta fórmula de comercio no es obligatorio el tener que abordar grandes mercados, sino que es perfectamente válida para mercados menores.

**Antonio de Silóniz,
Gerente del Grupo Euro y Compañía**

AsturFranquicia con los tiempos



Medir una Feria por cantidad es como valorar a los hijos por su altura y peso.

Como miembro de la Asociación de Franquiciadores, siento la ausencia de la Asociación en esta Feria, pero como uno de los franquiciadores mas longevos (26 años) como franquiciadores del grupo Euro y Compañía con las franquicias:

- Dt Detalles/Euro y Compañía
- De Cosas Hogar & Moda
- Space Feng Shui
- Dulzia
- Crysanna

Y con mas de 350 franquicias, animamos a los organizadores y participantes a seguir con esta realidad Asturiana de franquicias.

En la primera edición de la Feria no fuimos muchos, pero tampoco lo fueron los descubridores de América o los indios asturianos que regresaron a crear riquezas con sus paisanos. Medir una feria por cantidad es como valorar a los hijos por su altura y peso.

Crear una feria en tiempos de tormenta es realmente creer en la franquicia, en el sector y sus personas.

La feria tiene como objetivo: Acercar al público diferentes conceptos de negocios para que ellos ofrezcan a la sociedad lo más actual y novedoso del mercado, comprobado en otras regiones y países.

Muchos franquiciadores critican mi visión sobre las ferias. Estiman que con internet



acabarán desapareciendo y yo pienso que no, todo lo contrario.

Las ferias han de cambiar, el franquiciador no ha de ser la pieza de caza de recintos feriales autonómicos, el franquiciador ha de ser coherente con su presentación pública y el posible franquiciado ha de ver que detrás de una gran imagen puede haber o no haber nada, ya que sí la feria solo valora por metros vendidos: El mejor es el más grande. La entrada siempre ha de ser gratuita.

Poner cara a una cambio

Un cambio puede ser **AsturFranquicia** un lugar donde se presenta una amplia oferta de franquicias en reducidos espacios donde la parafernalia sea austera, los stands económicos y la oferta amplia.

Todos tenemos un objetivo común, tanto organizadores de la feria, recinto ferial, comunidad autónoma, franquiciadores y posibles candidatos: La supervivencia de nuestros negocios

Y ahora analicemos los fines de cada parte y sus beneficios:

Organizadores de la feria: Una feria econó-

mica y muy surtida trae gran número de expositores con stands más pequeños y económicos.

Recinto ferial: En muchos casos son lugares infravalorados, en desuso, con sus cafeterías fantasmas, concesiones deficitarias. Su uso reactiva su economía.

La comunidad autónoma: Sus hoteles, restaurantes y tiendas reciben un gran número de franquiciadores y visitantes y en el caso que candidatos se conviertan en franquiciados en su comunidad se genera negocio, empleo, licencias,... y nueva oferta comercial para la autonomía.

Para un franquiciador es evidente si vende una franquicia amortiza con creces su presencia y sino da a conocer su concepto en la región con una inversión ajustada.

Los beneficios para un candidato es que muy cerca de su casa sin apenas gastos encuentra la oferta más actual de franquicias. Todo esto es poner cara a los negocios y todo esto no lo da internet.

En conclusión SI a internet para una primera información, pero mirar a los ojos a las personas no está de más en **AsturFranquicia**.

Florans Zherar,
Responsable de Expansión de Refan España

AsturFranquicia, una gran oportunidad para crecer en el Norte



Refan asistió con gran éxito a la Feria de **AsturFranquicia**, con un stand que representaba una de sus tiendas de perfumería y cosmética en funcionamiento. Recibiendo a muchos asistentes que quedaron encantados de probar el producto y poder llevarse una muestra. Promoviendo así la marca y el negocio familiar adaptado a los tiempos de crisis. Participar en **AsturFranquicia** ha sido una gran oportunidad para Refan de crecer en

la zona norte y consolidar parte de sus clientes. Una Feria dedicada exclusivamente a las franquicias, donde el programa diario estaba muy bien enfocado, dando muchas ventajas a las empresas expositoras de presentar su negocio. Organizando mesas redondas y conferencias en las cuales las empresas como Refan asistieron de la mano de Florans Zherar, teniendo el placer de presentar su marca frente a un público entregado que interactuaba haciendo preguntas. Aclarando de esta manera las dudas más generales y promocionando tanto el stand como la marca.

Siendo el primer año que se organiza esta Feria, ha sido un gran éxito poder contar con la presencia de personas como D. Jaime Ussia, Presidente de Feria Valencia SIF&CO y el Presidente de la Cámara de Comercio de Gijón, D. Felix Baragaño.

Al ser organizada por unos grandes profesionales del sector, ha facilitado mucho la planificación de la asistencia a la Feria. Una Feria en la que participaron famosas marcas de franquicia igual que algunas muy innovadoras ofreciendo negocios ahora mismo en auge. Dando charlas y consejos a los emprendedores que asistieron.

El hecho de que la entrada fuera gratuita permitió que se acerquen muchas personas interesadas en emprender su propio negocio, y conocer todas las oportunidades que les ofrece ser un franquiciado.

PARA IMPULSAR SU
FRANQUICIA NO HAY NADA
COMO TENER MUY CERCA
A ALGUIEN QUE LE
ENTIENDA.



En Servar llevamos 30 años ayudando a crear y ejecutar proyectos llave en mano para franquicias y marcas nuevas. Un largo tiempo en el cual hemos ganado la confianza de firmas como Vodafone, Marypaz, Nautalia, Inside, Fresco, Pans & Company entre otras. Además disponemos de un servicio de mantenimiento y asistencia.

Actuamos a nivel nacional e internacional con oficinas en: Valencia - París - Casablanca - Milán.

• www.servar.es •

SERVAR, años de experiencia para soluciones inmediatas



Servar es una firma con más de 30 años de experiencia, especialista en crear y ejecutar proyectos llave en mano para marcas nuevas y franquiciadas.

Desde el principio, Servar centró su misión como empresa en ser una compañía ágil y flexible con un objetivo: convertirse en el mayor especialista en el diseño y construcción de locales comerciales realizando proyectos de principio a fin.

SERVAR ha sabido labrarse un prestigio y un hueco sólido en el mercado. Solo de esta manera uno puede asegurar (con el mismo orgullo por el trabajo bien hecho con que se expresa su director Guillermo Gallardo) que la compañía finalizó el año pasado con más de 200 locales abiertos y unos 20.000m2 reformados.

Una realidad como ejemplo del buen hacer de la empresa, es que ya en los últimos tiempos ha desarrollado más

de 300 locales para la franquicia "Inside" en España, Italia, Portugal y Francia; 350 locales en Portugal, España y en París para la conocida y reconocida firma de zapaterías "Marypaz" y más de 100 tiendas para "Nautalia Viajes", sin olvidar el trabajo desarrollado para marcas del grupo Eat&out como Pans&Company (con el que se trabaja desde hace mucho tiempo y recientemente se ha abierto su primer local en Marruecos), Fresh&co, Bocatta, Pollo Campero, Ribs, entre otras cosas.

Las tres reglas del éxito: Agilidad, flexibilidad y profesionalidad.

Descubrir el secreto del éxito de Servar no es tarea fácil pero aún y así basta echar una mirada a los servicios que ofrece la compañía y a su modus operandi para entender que agilidad, flexibilidad y profesionalidad pueden ser tres de las principales claves. Cuando hablamos de estos tres términos nos referimos a que Servar cuenta con equipos de obra propios así como un departamento de arquitectura y otro de ingeniería. Este hecho facilita que Servar pueda acometer intervenciones inmediatas allí donde sea necesario optimizando los tiempos y la calidad de los resultados tal y como ha con-

seguido en proyectos integrales en Francia, Italia, Portugal y Marruecos, así como por todas las comunidades españolas (también islas Baleares y Canarias).

Tal y como expuso Guillermo Gallardo:

Hemos creado un concepto diferente para los clientes en el desarrollo de puntos de venta. Ya no se habla de hacer una obra, o de hacer un Proyecto, sino de una unión entre cliente y SERVAR, en el que ambos tiene una meta común, "abrir las puertas del negocio y vender" y para ello hay que trabajar codo con codo y tener una visión más

global del punto de venta, conociendo el negocio que estás implantando a través de tus propios clientes, hasta el punto que tengas muy clara la filosofía de trabajo de la firma comercial, el perfil de sus clientes y en definitiva te conviertas en un departamento más de su empresa, resolviéndole todas las demandas que estén a tu alcance."

Pero sin duda, a su éxito se suman otros factores que dotan de un valor añadido al servicio: Servar Asistencia, mobiliario comercial y el estudio del visual Merchandising.

Comunicación permanente:

Una cadena franquiciada así como las cadenas de marca propias con un número de locales repartidos en todo el territorio requiere de una vía de comunicación centralizada. Servar pone a disposición de todos sus clientes un programa de gestión vía internet en el que cada usuario puede acceder a su cuenta y controlar el estado de cada local, los tramites, descargar documentación, así como ver estado de incidencias y revisiones de mantenimiento.

Un factor clave es el equipo humano existente, un equipo que permite al cliente conocer a cada persona de las que se ocupan de su proyecto, pudiendo tener comunicación directa con ellos, tanto en obra como en oficina, dándole así una tranquilidad total.

Servar Asistencia. El secreto está en el servicio

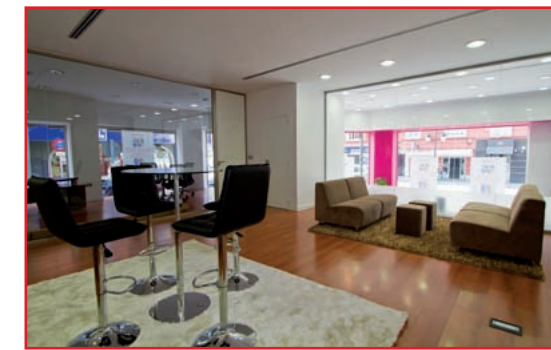
Esta división de Servar es quizás el factor decisivo que marca la diferencia con otras empresas del sector.

A pesar de que se define como una empresa de mantenimiento preventivo y correctivo para espacios comerciales, Servar Asistencia es algo más: es una empresa de apoyo para el cuidado no solo de los espacios comerciales si no las marcas que estos representan. Y entender precisamente el

valor de comunicación de una marca través del cuidado del punto de venta como elemento de transmisión de sensaciones como son la confianza, el bienestar y la comodidad del público y los empleados es algo que pone en valor a lo que ofrece Servar Asistencia.

Un servicio que va desde la prevención y cuidado periódico de las instalaciones, a un servicio correctivo y de reparación de averías urgentes para oficinas y locales, una respuesta rápida de los imprevistos o un control y supervisión de cada uno de los espacios incluyendo garantías de seguridad.

En definitiva, Servar Asistencia ofrece tranquilidad, agilidad y confianza no solo a aquellos clientes que ya han trabajado con ellos sino también a aquellos que precisen de la gestión del mantenimiento de una forma centralizada, sin cuotas fijas, solo por actuación y a través de facturaciones mensuales.



Ricardo Villaluenga,
Consultor de mundoFranquicia consulting

La franquicia en Asturias



Hace unos días que tuvo lugar en Gijón la primera Feria de Franquicias que se celebra en Asturias y como consultora especializada, mundoFranquicia consulting no podía faltar. En su estreno, el certamen reunió a destacadas empresas del sector, que a su vez lograron atraer a un significativo número de asistentes interesados en este modelo de desarrollo empresarial.

Para acercar la franquicia al público asturiano, expertos consultores de la firma impartieron dos seminarios: “*Cómo franquiciar mi negocio*”, enfocado a aquellos empresarios que quieren expandir sus negocios a través de este sistema y “*Cómo comprar mi franquicia*”, dirigido a aquellos particulares que consideren la franquicia como opción de autoempleo o inversión.

La respuesta recibida en **AsturFranquicia** puso de manifiesto el gran potencial que representa el mercado asturiano para este sistema de comercio asociado que ya cuenta con 12 centrales franquiciadoras en la región que gestionan cerca de 500 establecimientos por todo el país.

Asimismo, con su presencia en esta Feria, mundoFranquicia consulting pudo confirmar el excelente momento que vive el crecimiento en cadena en nuestro país, pues constituye una de las vías de desarrollo más seguras en este período de incertidumbre económica. De hecho, la franquicia ha experimentado una importante evolución en los últimos años, una tendencia alcista que la sitúa en una posición privilegiada, capaz de hacer frente al escenario actual con total madurez, manifestando una mayor consistencia que el comercio minorista en general.

Por este motivo, es fundamental transmitir al mercado los valores de este formato empresarial, con iniciativas como **AsturFranquicia**, que funcionan como punto de encuentro para reunir a los distintos agentes que intervienen en el sector.

En este sentido, mundoFranquicia consulting no cesa en su esfuerzo por divulgar todas las claves de este modelo de comercio a través de su Programa de Seminarios Especializados. Al mismo tiempo que cuenta con la estructura y la experiencia necesarias para garantizar a franquiciadores y franquiciados un servicio especializado de consultoría, diseñado para dar soporte global al sistema.



17-19
Octubre 2013



SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA.

Valencia - España



Síguenos en:



Asier Murua,
Responsable Regional de la Franquicia Eroski

Asturias es una zona prioritaria para la extensión de la Franquicia Eroski



AsturFranquicia nos ha servido para tener un contacto directo con los posibles clientes interesados en nuestra Franquicia

Desde el Grupo Eroski se agradece el trato recibido por la organización de la Feria AsturFranquicia y por lo bien que estaba todo coordinado. Comentar que Asturias es una de las zonas prioritarias para la extensión de la franquicia del Grupo y esta Feria nos ha servido para tener un contacto directo con los posibles clientes interesados en nuestra franquicia. También nos permite tener un mayor conocimiento del mercado y tipo de cliente. En cuanto a los resultados de la Feria tendremos que esperar si podemos concretar alguno de los contactos realizados en la Feria AsturFranquicia. Esperábamos un paso mas importante de clientes a la Feria aunque creemos haber contribuido al nacimiento de este primer año de Feria. Destacar que los clientes que vinieron eran clientes que estaban interesados en el mundo de la Franquicia por lo que esperamos concretar algún proyecto. Unirse a la Red EROSKI es una oportunidad de futuro para el emprendedor por su potencial rentabilidad, generadora de implicación en la actividad por su alta relación con el cliente y gestor directo de su propio negocio. Es vincularse con una empresa consolidada y una marca de confianza, avalada por 42 años de actividad con cerca de 500 millones anuales de pasos por caja y posicionada entre las 80 primeras empresas del mundo.

Joaquín García de SECOT
(Seniors Españoles para la Cooperación Técnica)

Nuestro empeño es apoyar toda actividad que pueda suponer creación de empleo

Con mucho gusto aprovechamos desde SECOT la oportunidad que nos brinda Working Comunicación para transmitir nuestra impresión sobre el desarrollo de la Feria de la Franquicia en Asturias AsturFranquicia, con el ánimo de que la misma contribuya a implementar mejoras en futuros eventos, independientemente de los medios que en cada caso se disponga. Desde el punto de vista organizativo, nuestra opinión es favorable, ya que tanto el local como la atención y medios disponibles estuvo acertada y las conferencias y demás actos bien estructurados y racionalmente distribuidos, tanto en el tiempo como en el espacio; explicados de forma esquemática y lenguaje asequible a cualquier futuro Emprendedor, si bien apreciamos menos énfasis dirigido a captar futuros Franquiciadores. Sin embargo, posiblemente debido a nuestro empeño en

apoyar toda actividad que pueda suponer la creación de empleo, máxima demanda Social y al mismo tiempo primer objetivo Nacional, hubiésemos demandado mayor implicación de Autoridades responsables de Desarrollo y/o Economía, de ámbito superior al Municipal, ya que su sola presencia en los actos de Inauguración y Clausura, debidamente publicitada atrae la presencia de futuros Emprendedores y potenciales Franquiciadores. Posiblemente no se haya hecho el suficiente esfuerzo, o éste no estuvo bien orientado, ya que en toda la Comunidad Autónoma, en el Servicio de Empleo, están impartiendo cursos de especialización y reconversión al colectivo de desempleados, y en todos ellos están formando para el autoempleo bien como autónomos o mediante la creación de micropymes. Concretamente en SECOT estamos colaborando en la zona central (Oviedo, Gijón,



Avilés y Langreo) impartiendo charlas a unos 10 grupos en los últimos 3 meses, lo que supone unos 150 alumnos, y en los mismos siempre surgen preguntas sobre la modalidad, ventajas e inconvenientes de las Franquicias, por lo que entendemos que este colectivo sería un público objetivo ideal para la contratación de Franquicias y que en toda la Provincia, debidamente publicitado y promocionado podía reunirse un grupo próximo a las 500 personas. Por nuestra parte hemos comenzado a difundir la gestión de los Promotores, en todas las ocasiones que se nos presentan; tanto en el asesoramiento diario como en los actos antes comentados. Aprovechamos esta oportunidad para saludar atentamente a los promotores de esta Feria y agradecer las atenciones que han tenido con nuestra Organización.

**Ángeles y Jaime Berdejo,
Directora General y Presidente de Equivalenza**

Asturfranquicia está llamada a ser una de las citas más importantes del año para el sector de la Franquicia



Equivalenza ha estado presente en **Asturfranquicia** siguiendo su actual estrategia de expansión con muy buenos resultados. La experiencia ha sido muy positiva, ya que ha permitido a nuestra marca darse a conocer en mayor medida en la zona de Asturias, donde teníamos especial interés por hablar con emprendedores e inversores. Queremos agradecer a la organización de **Asturfranquicia** el trato y profesionalidad que han demostrado durante este evento,

que sin duda está llamado a ser una de las citas más importantes del año para el sector de las franquicias. Se nota que grandes profesionales del sector han trabajado duro para que esta Feria sea posible. En Asturias hay mucho espíritu emprendedor, un aspecto que queremos resaltar, ya que en estos tiempos de crisis nuestra economía necesita personas con empuje que quieran invertir en negocios rentables que generen puestos de trabajo.

Crecer en tiempos de crisis

Modelos de negocio como el de Equivalenza, que combinan baja inversión y la oferta de productos de calidad, triunfan entre emprendedores e inversores

Ser competitivo y crecer profesionalmente es posible aún en tiempos de crisis. Buen ejemplo de ello son las personas que en los últimos meses han decidido unirse al proyecto de Equivalenza. La marca experta en perfume y aroma, líder en perfumería de equivalencia, incorpora ya a su red más de un centenar de tiendas y llegará a 180 antes de finalizar el año.

“Hace unos meses presentamos en Barcelona nuestro nuevo modelo de negocio y previsiones de expansión. Pocos creían que fuéramos a crecer a este ritmo tan vertiginoso, pero los resultados hablan”, afirma Ángeles Berdejo, Directora de Equivalenza. “Todos los días recibimos solicitudes de personas que desean iniciar su propio negocio o invertir en un modelo donde el éxito esté prácticamente asegurado”, añade.

El éxito del modelo de negocio de Equivalenza reside en su baja inversión (es posible abrir una tienda por 18.000 euros+IVA), en ofrecer productos de calidad con filosofía low cost, así como la inexistencia de canon inicial ni royalties.

Equivalenza no es una franquicia al uso, sino que funciona por un sistema de contrato de licencia y suministro. A diferencia de otras marcas, no cobran a sus licenciatarios ni canon de entrada ni royalties. Esto permite condiciones más ventajosas para los emprendedores.

Un equipo humano, compuesto por profesionales de diversos sectores, presta un servicio de apoyo y asesoramiento a toda la red de tiendas, con el objetivo de obtener los mejores resultados de facturación posibles. El



producto de alta calidad, encabezado por los perfumes de equivalencia de grandes marcas elaboradas por el prestigioso perfumista Ramón Béjar, y unos precios muy competitivos hacen el resto.

Los responsables de Equivalenza, aseguran que el sector de la franquicia goza de buena salud a pesar de la crisis, ya que constituye una oportunidad de crecimiento para profesionales emprendedores e ilusionados por un proyecto.

Gijón te encaja...



¿Te inspira organizar tu evento dentro de un reloj?

¿Eliges una cena en un castillo medieval o la prefieres con la magia del Jardín Botánico?

¿Escoges navegar, o perderte en un bosque encantado?

¡Definitivamente, Gijón te encaja!

www.gijoncongresos.com

Asturias con sal

gijón