1-10-2018

CLIPPING DE PRENSA

mundofranquicia

SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2018

María José Hostalrich

Medio	LA VANGUARDIA
Fecha	1 de octubre de 2018
Link	https://www.lavanguardia.com/vida/20181001/452115088232/economiaempresas--mundofranquicia-acuerda-con-eulam-impulsar-compra-de-franquicias-entre-la-poblacion-china-de-espana.html

Economía/Empresas.- mundoFranquicia acuerda con Eulam impulsar compra de franquicias entre la población china de España

• mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España, con el objetivo de impulsar la compra de franquicias entre la población china de España.

:DACCIÓN
/10/2018 11:17

MADRID, 1 (EUROPA PRESS)

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España, con el objetivo de impulsar la compra de franquicias entre la población china de España.

En concreto, el objetivo de este acuerdo es asesorar a los ciudadanos chinos en España en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la de la franquicia. La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

Con esta alianza, mundoFranquicia afianza su posicionamiento en el mundo de la franquicia, toda vez que amplía su gestión empresarial hacia un sector con un gran potencial inversor y de crecimiento, que busca oportunidades de negocio diferentes a las actuales, según ha informado este lunes.

Alarma por el sorteo (presuntamente) más amañado de la histori del fútbol

"¡Es un fantasma!": Cañizares alucina con lo que hizo De la Rosa en u parking

Medio	Bolsamanía Web Financial Group
Fecha	1 de octubre de 2018
Link	https://www.bolsamania.com/noticias/empresas/economiaempresas--mundofranquicia-acuerda-con-eulam-impulsar-compra-de-franquicias-entre-la-poblacion-china-de-espana--3513874.html

Economía/Empresas.- mundoFranquicia acuerda con Eulam impulsar compra de franquicias entre la población china de España

Europa Press | 01 oct, 2018 @ 11:12

MADRID, 1 (EUROPA PRESS)

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España, con el objetivo de impulsar la compr de franquicias entre la población china de España.

En concreto, el objetivo de este acuerdo es asesorar a los ciudadanos chinos en España en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la de la franquicia. La cartera clientes de Eulam Group la componen firmas como Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

Con esta alianza, mundoFranquicia afianza su posicionamiento en el mundo de la franquicia, t vez que amplía su gestión empresarial hacia un sector con un gran potencial inversor y de crecimiento, que busca oportunidades de negocio diferentes a las actuales, según ha informac este lunes.

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan acercar sus negocios a España a través de la fórmula de la franquicia e invertir con socios locales. De la misma manera permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático.

Medio	europapress.es
Fecha	1 de octubre de 2018
Link	http://www.europapress.es/economia/noticia-mundofranquicia-acuerda-eulam-impulsar-compra-franquicias-poblacion-china-espana-20181001111238.htm

mercadofinanciero | europa press

mercadofinanciero / economía finanzas

mundoFranquicia acuerda con Eulam impulsar compra de franquicias entre la población china de España

Publicado 01/10/2018 11:12:38 CET

MADRID, 1 Oct. (EUROPA PRESS) -

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España, con el objetivo de impulsar la compra de franquicias entre la población china de España.

En concreto, el objetivo de este acuerdo es asesorar a los ciudadanos chinos en España en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la de la franquicia. La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

Con esta alianza, mundoFranquicia afianza su posicionamiento en el mundo de la franquicia, toda vez que amplía su gestión empresarial hacia un sector con un gran potencial inversor y de crecimiento, que busca oportunidades de negocio diferentes a las actuales, según ha informado este lunes.

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan acercar sus negocios a España a través de la fórmula de la franquicia e invertir con socios locales. De la misma manera permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático.

Últimas noticias / Economía »

- El Ibex 35 abre con una caída del 0,84% y pierde los 9.400 enteros, con el foco puesto en Italia
- El gasto en prestaciones por desempleo baja un 0,4% en agosto y la tasa de cobertura se sitúa en el 61%

Medio	EFE: EMPRENDE
Fecha	28 de septiembre de 2018
Link	https://www.efeemprende.com/noticia/mundofranquicia-acuerdo-eulam-group/

EFE: EMPRENDE

Actualidad | Lanzadera | Financiación | Eventos | Cómo se hace una compañía | Mapa del emprendimi

Portada › Actualidad › MundoFranquicia firma un acuerdo con el grupo de comunicación chino Eulam Group

MundoFranquicia firma un acuerdo con el grupo de comunicación chino Eulam Group

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con el grupo de comunicación chino Eulam Group, que opera en España, con el objetivo de asesorar a la comunidad de este país en emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la franquicia.

EFEEMPRENDE | MADRID | VIERNES 28.09.2018

Imagen de MundoFranquicia

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan acercar sus negocios a España a través de la fórmula de la franquicia e invertir con socios locales, según ha explicado MundoFranquicia en un comunicado.

De la misma manera, permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático.

La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como con **Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea**, entre otros, ha detallado la consultora de franquicias.

Medio	INVERSIÓN & finanzas.com
Fecha	1 de octubre de 2018
Link	http://www.finanzas.com/noticias/economia/20181001/economia-empresas-mundofranquicia-acuerda-3918362_age.html

INVERSIÓN & finanzas.com

Inicio | Noticias | Cotizaciones | Análisis Técnico | Finanzas Personales | Opinión

Última hora | Mercados | Empresas | Economía | Vivienda | Empleo | Agenda macro | Comunicad

IBEX 35 9.092,70 (0,20%) | MADRID 919,63 (0,25%) | EUR/USD 1,1559 (-0,15%) | PETRÓLE 81,53 (0,3

publicidad

Impulsa las **finanzas** de tu compañía en **45 días** MÁS INFO

Economía/Empresas.- mundoFranquicia acuerda con Eulam impulsar compra de franquicias entre la población china de España

01/10/2018 - 11:12 EUROPA PRESS

Twittear

MADRID, 1 (EUROPA PRESS)

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España, con el objetivo de impulsar la compra de franquicias entre la población china de España.

En concreto, el objetivo de este acuerdo es asesorar a los ciudadanos chinos en España en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la de la franquicia. La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

Con esta alianza, mundoFranquicia afianza su posicionamiento en el mundo de la franquicia, toda vez que amplía su gestión empresarial hacia un sector con un gran potencial inversor y de crecimiento, que busca oportunidades de negocio diferentes a las actuales, según ha informado este lunes.

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan acercar sus negocios a España a través de la fórmula de la franquicia e invertir con socios locales. De la misma manera permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático.

Medio	AEF ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES
Fecha	1 DE OCTUBRE DE 2018
Link	http://www.franquiciadores.com/?s=EULAM

LA AEF | COMITÉS | DÍA A DÍA | NOTICIAS | VIDEOS | SOCIOS | ESTUDIOS | LEGI

CONVENIOS BILATERALES PAÍSES IBEROAMERICANOS

Inicio / Noticias / mundoFranquicia firma un acuerdo con Eulam Group, el mayor grupo de comunicación chino en España

mundofranquicia

MUNDOFRANQUICIA FIRMA UN ACUERDO CON EULAM GROUP, EL MAYOR GRUPO DE COMUNICACIÓN CHINO EN ESPAÑA

AEF 01/10/2018 Noticias Escribir un comentario 8 Visualizaciones

El objetivo es impulsar la compra de franquicias entre la población china de nuestro país

mundoFranquicia, consultora especializada en franquicias con más de 17 años de experiencia, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el grupo de comunicación líder entre los 280.000 ciudadanos que componen la comunidad china en nuestro país.

El objetivo de este acuerdo es asesorarles en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por ellos, la de la franquicia, y hacerlo con una empresa líder en su sector. La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como con Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomin, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

Con esta alianza, **mundoFranquicia** afianza su posicionamiento en el mundo de la franquicia, toda vez que amplía su gestión empresarial hacia un sector con un gran potencial inversor y de crecimiento, que busca oportunidades de negocio diferentes a las actuales.

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan acercar sus negocios a nuestro país a través de la fórmula de la franquicia e invertir en nuestro país con socios locales. De la misma manera permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático.

Esta alianza entre **mundoFranquicia** y **Eulam Group** refuerza el objetivo de la consultora de convertirse en una firma global y acercar a empresarios españoles con empresarios extranjeros para que puedan crecer a nivel internacional.

COMPARTIR Facebook Twitter Google+ LinkedIn

Medio	elEconomista
Fecha	8 de octubre
Link	http://diario.eleconomista.es/i/1036355-eleconomista-franquicias-08-octubre-2018/1?m4=

mundoFranquicia firma un acuerdo con el grupo chino de comunicación Eulam

La consultora especializada en fraquicias, mundoFranquicia, ha firmado un acuerdo con Eulam Group, el grupo de comunicación líder entre los 280.000 ciudadanos que componen la comunidad china en nuestro país. El objetivo de esta alianza es asesorarles en el emprendimiento a través de una fórmula poco utilizada por el colectivo chino, la de la franquicia. La cartera de clientes de Eulam Group la componen firmas como Huawei, Hoteles Meliá, Xiaomi, EA FIFA Sports o Nivea, entre otros.

El acuerdo también contempla asesorar a empresarios chinos que pretendan traer sus negocios a España a través de la fórmula de la franquicia e invertir en nuestro país con socios locales. De la misma manera, permitirá el contacto de empresarios españoles con capital chino para que puedan crecer de manera internacional en el gigante asiático. Esta alianza entre mundoFranquicia y Eulam Group refuerza el objetivo de la consultora de convertirse en una firma global y acercar a empresarios españoles con empresarios extranjeros para que puedan crecer a nivel internacional.

Medio	AEF
Fecha	11 de octubre de 2018
Link	www.franquiciadores.com/presentado-libro-franquiciamente/

AEF

Exigentes FranquiShop

LA AEF · COMITÉS · DÍA A DÍA · NOTICIAS · VIDEOS · SOCIOS · ESTUDIOS · LEGISLACIÓN · ICEX · FERIAS · ASOCIACIONES

CONVENIOS BILATERALES PAÍSES IBEROAMERICANOS

Inicio / Noticias / Presentado el libro Franquiciamente

PRESENTADO EL LIBRO FRANQUICIAMENTE

AEF · 11/10/2018 · Noticias · Escribir un comentario · 4 Visualizaciones

"La franquicia no es éxito seguro pero reduce el riesgo para el emprendedor"

Mariano Alonso, director general de mundoFranquicia, presenta nuevo libro sobre experiencias exitosas en el mundo de la franquicia

El mundo de la franquicia ya tiene un nuevo referente en el mundo editorial. De lectura imprescindible, **Franquiciamente** aporta una visión actualizada de los grandes retos y desafíos a los que se enfrenta este método de asociación empresarial que, actualmente, representa el **11% de la facturación del sector minorista en nuestro país.**

A través 40 artículos, **Mariano Alonso, director general de mundoFranquicia** y autor del libro, recoge las experiencias que han llevado al éxito a los mejores franquiciadores de nuestro país ofreciendo, en forma de manual, una serie de prácticos consejos a todos los actores que intervienen en este tipo de relación empresarial, las claves para el éxito y los recursos con los que cuentan.

Al acto de presentación del **Franquiciamente** acudieron importantes personalidades del mundo de los negocios y la empresa, representando a compañías como **KPMG Impulsa, Banco Santander, BBVA, Santalucía Seguros, SEUR, la Asociación Española de Franquiciadores** (AEF), o **LID**, editora del manual.

El libro, prologado por el destacado CEO Nacho Sandoval y presentado por el periodista Albert Castillón, sirvió como hilo conductor para hablar, no sólo de la franquicia, un área de negocio que, engloba un **millar de empresas con un total de 75.000 negocios integrados**, sino también de cuestiones relacionadas con el estado actual de nuestra economía. Esta circunstancia fue aprovechada para reclamar más ayudas al sector por parte de la Administración, tanto a nivel financiero como consultivo y para plantear la franquicia como una alternativa a las consecuencias que genera un nuevo contexto de crisis como el que algunos economistas vaticinan.

REDES SOCIALES

FRANCHISING BEYOND BORDERS

SIF

Clic AQUÍ para verlas en diferido

FA FRANQUIATLÁNTICO

¡ABIERTO EL PLAZO DE INSCRIPCIÓN!

LIBRO AEF 2018

FRANQUICIAS 2018

DÍA A DÍA

[11 al 14/10/18] BE MY FRANCHISE UFRAD FRANCHISING FAIR
11 - octubre - 14 - octubre

[11 al 13/10/18] Salone Franchising Milano 2018
11 - octubre - 13 - octubre

Medio	FMK foromarketing.com
Fecha	15 de octubre de 2018
Link	https://www.foromarketing.com/franquiciamente/

Franquiciamente

15 octubre, 2018

Autor:

Mariano Alonso

Editorial:

Lid Editorial

Argumento:

Las franquicias han tenido un vertiginoso desarrollo en los últimos años, en España ya llegan a más de mil empresas con 75.000 negocios integrados. Representan un 11% de la facturación del comercio minorista y es una de las principales fuentes de creación de empleo. En Franquiciamente, Mariano Alonso aporta su visión actual del sector gracias a su amplia experiencia profesional en el ámbito. El autor, a través de 40 lecturas cortas, trata aspectos básicos que resultan útiles tanto a franquiciadores como a franquiciados. En sus páginas se van desgranando asuntos esenciales como el proyecto, la estrategia y su viabilidad, el acuerdo y la contratación, la expansión, tendencias, etc.

Se dan una serie de consejos sobre las áreas de organización más importantes para que todo funcione de manera idónea. Con 40 entrevistas a 40 referentes y expertos del mundo del management y la franquicia, se consigue dar una perspectiva de los grandes retos y desafíos a los que se enfrenta este sistema de asociación empresarial. ¿Cómo elegir la franquicia que mejor nos conviene? ¿Qué es lo que hay que hacer? ¿Cuáles son los pasos a la hora de adherirse a una cadena de franquicias? ¿Qué debe contemplar el emprendedor al seleccionar la mejor opción en franquicia y adquirir sus derechos de explotación? Responde a todas las cuestiones que se plantea un emprendedor a la hora de lanzarse al mundo de las franquicias.

Medio	economiadehoy.es
Fecha	20 de octubre de 2018
Link	https://www.economiadehoy.es/

economiadehoy.es

Inicio Empresas Economía Tecnología Internacional Nombramientos Formación Entrevistas Reportajes

Empresas

Se pone en marcha la primera certificación oficial de franquicias en España

Me gusta 0 Compartir G+ Follow 245 Share Pinit Twittear

El acuerdo ha sido firmado por la consultora mundoFranquicia y la Fundación CertiUni.

La colaboración entre ambas entidades va a permitir el desarrollo de certificaciones oficiales a través de una formación específica y especializada en el sector de la franquicia, tanto a nivel nacional, como internacional.

Los cursos serán impartidos por formadores altamente cualificados e irán destinados a franquiciadores y franquiciados. La formación será online, de manera que pueda ser cursada por el mayor número de alumnos posible, independientemente de su origen geográfico, aunque los exámene serán presenciales y deberán realizarse en la red de centros asociados a **CertiUni**, Fundación cuyos patronos son **Banco Santander**, **CEOE** Y **CEPYME**.

MundoFranquicia se convierte, de esta manera, en la primera consultora nacional en ofrecer una formación especializada y certificada oficialmente en el sector de la franquicia.

La firma de este acuerdo entre D. Mariano Alonso, Socio Director General de **mundoFranquicia** y D.

os cookies para personalizar su contenido y crear una mejor experiencia para usted. Puede aceptar el uso de esta tecnología o admin

Medio	Expansión & EMPLEO
Fecha	20 de octubre de 2018
Link	Edición Papel

MALOS USOS

Excepciones que solo confirman una regla caracterizada por el éxito

El cierre de varias cadenas, por la falta de ética de sus gestores, ha puesto de relieve la necesidad de aumentar los controles sobre enseñas que operan en sectores especialmente críticos, como la salud o la enseñanza. **Por Ana Romero**

En el plano de las ideas todo el mundo coincide en que la salud es uno de los bienes más preciados de la sociedad y considera fundamental su salvaguarda. Por ambas razones, aún permanecen frescos en la memoria colectiva los escándalos que afectaron a algunas franquicias sanitarias y, específicamente, odontológicas.

El de Vitaldent, enseña que opera en ese segmento y que se mantiene aún en el mercado, es uno de los casos más paradigmáticos. "No fue un escándalo porque funcionara mal la franquicia como tal, sino que los problemas llegaron con la mala praxis de su responsable y fundador", explica Eduardo Tormo, director general de la consultora Tormo Franquicias Consulting. "Vitaldent es una marca viva. Obviamente, tras los problemas se produjo un parón en el negocio, pero medio año después el segmento volvió a reactivarse", añade el experto.

El origen de las investigaciones a esta cadena se encuentra en la denuncia de que parte de sus ingresos no se declaraban fiscalmente. Tras un gran seguimiento mediático del caso y un fuerte daño a su imagen de marca, a la reputación de las enseñas de salud y, de algún modo, al sistema de franquicias en su conjunto, Vitaldent volvió a levantar el vuelo.

JB Capital Markets, la firma de inversión liderada por Javier Botín –miembro de la saga fundadora de Banco Santander–, compró Vitaldent en 2017 por 18,5 millones de euros. "Tras la detención del propietario por fraude, en 2016 encontramos una empresa que había visto caer sus ingresos un 45% y que destruía caja a ritmo de cinco millones mensuales. Hemos puesto sentido común y reestructurado la compañía", declaraba a este diario recientemente uno de los actuales responsables de la cadena.

Tras el escándalo de Vitaldent en 2016, la cadena siguió su camino tras ser comprada por 18,5 millones por JB Capital Markets.

De hecho, "los escándalos en el segmento se han superado y no son tanto un problema de franquicia, sino de sucesos puntuales relativos al equipo fundador: hay buenos y malos profesionales en todas partes", apunta.

De la salud a los idiomas

Aunque escándalos como el de Vitaldent situaron inicialmente el foco so-

Las firmas de salud dental fiables aportan competencia e I+D y abren el sector a un público más amplio

mar a faltos de escrúpulos a delinquir, pero la mecha es corta y acaba explotando", asegura el especialista.

Aunque en la práctica totalidad de los casos quien actúa fraudulentamente termina respondiendo ante la justicia, no es menos cierto que resulta muy difícil impedir estafar a quien desea hacerlo. "Desde el sector se pueden mejorar los controles

digo deontológico: "Se pueden y de ben franquiciar estos negocios, por que ayudan a bajar costes y aportar competencia al mercado. No olvide mos que, hasta ahora, algunos cole gios profesionales parecían defen der un monopolio, lanzando dardos fuera, porque tenían algo que ganar".

Con todo, se pueden ofrecer ser vicios franquiciados de salud de for

CONSIDERACIONES PARA NO ERRAR

Hablar de la franquicia es hacerlo de un modelo de negocio de éxito. No obstante, si uno repasa la historia de esta fórmula empresarial también encontrará fracasos, que en muchos casos se habrían evitado si se hubieran tenido en cuenta algunas consideraciones previas.

Para empezar, la franquicia es incompatible con compañías que carecen de una experiencia contrastada y basan todo su éxito en el salto a este modelo de negocio. Y "tampoco valen buenas trayectorias pasadas si en la actualidad la marca está en crisis", tal como alerta Pablo Gutiérrez, director general de Operaciones de la consultora MundoFranquicia.

Este experto también señala que el sector de la salud ha sido uno de los principales motores del sistema de franquicias en España, pues muchas firmas sanitarias han optado por él, aunque no todas lo han hecho de una forma adecuada. Aunque los casos negativos constituyen un jarro de agua fría: "Nos consta que ha habido más fracasos en cadenas que tenían exclusivamente centros propios que en otras con locales franquiciados, de modo que el problema no es del formato, sino de quienes no lo usan bien", explica. Por eso es básico que la franquicia sea utilizada únicamente por quien sepa cómo hacerlo.

Medio	Expansión & EMPLEO
Fecha	20 de octubre de 2018
Link	Edición papel

RENTABILIDAD

El modelo 'premium' triunfa frente al 'low cost'

Hoy es posible asociarse a una franquicia desde 10.000 euros, pero ofrecen mayor seguridad los modelos más costosos. Se estima que quienes apuestan por negocios que requieren 400.000 euros de inversión recuperan ese importe en menos de cinco años. **Por Noelia Marín**

Con la crisis económica, las franquicias *low cost* se plantearon como una opción de autoempleo que no requería de una elevada inversión: alrededor de 10.000 euros para montar un negocio que se prometía de éxito. Sin embargo, en los últimos años, también se ha puesto de moda un modelo totalmente opuesto: franquicias cuya puesta en marcha requiere cientos de miles de euros, como gimnasios, tiendas *gourmet* o inmobiliarias de lujo que han copado los barrios más adinerados de las grandes ciudades.

Pero, ¿cuál de estas opciones cosecha mayor éxito?, ¿ambas son rentables? Los expertos estiman que las franquicias de bajo coste son aquellas que requieren una inversión inicial que oscila entre 10.000 y 30.000 euros. En muchos casos, se trata de plataformas web que necesitan muy poco personal para funcionar y no cuentan con un local físico –o éste es de pequeñas dimensiones, muy básico y no se encuentra en zonas demasiado concurridas–. "Están pensadas principalmente para el autoempleo, la rentabilidad no es muy alta y suelen servir para generar el salario de una sola persona", asegura Pedro Cantalapiedra, socio director de Consultoría en Mundofranquicia, quien los califica de negocios, en líneas generales, "poco exitosos, que no suelen tener una elevada esperanza de vida".

Recuperación de la inversión

Según el informe *La franquicia en cifras*, elaborado por Mundofranquicia, los negocios del sector servicios son los

Medio	Emprendedores
Fecha	24 de octubre de 2018
Link	franquicias.emprendedores.es/certificacion-oficial-franquicias-espana-mundofranquicia-certiuni

mundoFranquicia y CertiUni ponen en marcha la primera certificación oficial de franquicias en España

franquicias.emprendedores.es/certificacion-oficial-franquicias-espana-mundofranquicia-certiuni

Emprendedores Franquicias

Encuentra tu Franquicia

Las entidades han firmado un acuerdo para desarrollar certificaciones oficiales especializadas en el sector de la franquicia.

24/10/2018

La consultora mundoFranquicia y la Fundación CertiUni han puesto en marcha la primera certificación oficial de franquicias de España, que permitirá el desarrollo de certificaciones oficiales especializadas en el sector de la franquicia, tanto a nivel nacional como internacional

Medio	CincoDías
Fecha	25 de octubre de 2018
Link	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/10/18/franquicias/1539855602_668145.html

buena elección a la hora de **emprender un negocio**. Las oportunidades que ofrece este modelo las conoce muy bien Mariano Alonso, Socio Director General de Mundo Franquicia y autor de "Franquiciamente".

La clave está en informarse bien de todas las opciones que se barajan, para exprimir al máximo las ventajas del modelo: minimización de riesgos y más competitividad que si no contáramos con el apoyo de un franquiciador. Son algunas de las reflexiones de la charla que hemos mantenido con Alonso.

¿Cuándo empezaste en el mundo de la franquicia?

Fue a inicios de los años noventa, cuando la franquicia era aún una gran desconocida y muy pocas las empresas que ya la empleaban como sistema de creación de canales de distribución y venta, apenas medio centenar, frente al más del millar de firmas que hoy crecen en franquicia en España. He podido presenciar en primera fila el desmesurado crecimiento del sector y participar muy activamente en ello.

¿Con qué objetivo escribes el libro? ¿A quién va dirigido?

Como consultor y director general de mundoFranquicia siempre pensé que esta fórmula de comercio asociado requiere, ante todo, divulgación. Darse a conocer a empresarios y emprendedores como método de crecimiento compartido. A unos y otros va precisamente dirigida esta nueva publicación.

publicación.

¿Qué oportunidades ves en un negocio franquiciado?

Sobre todo, es una forma de minoración del riesgo inherente a la creación y explotación de todo nuevo negocio, toda vez que permite al empresario franquiciado el desarrollo de una actividad ya experimentada y de éxito probado por el franquiciador, contar con el apoyo y soporte técnico y comercial permanente de este último y hacerlo bajo una marca de cierto reconocimiento en el mercado. Sin duda, todos ellos factores esenciales de competitividad.

¿Qué le dirías a un emprendedor que está pensando qué hacer?

Que se informe bien de qué es una franquicia y lo que conlleva, lo que le exigirá y le aportará en su nueva andadura empresarial, que busque asesoramiento, que analice a fondo todas las oportunidades que la franquicia puede ofrecerle. La lectura de Franquiciamente puede ser un buen inicio.

¿Cómo puede ayudar el libro a los que quieran montar su propio negocio?

Cualquier lectura sobre la materia es altamente recomendable antes de franquiciar un negocio o de adquirir una de sus franquicias. La franquicia es, por encima de todo, información y ésta debe darse antes incluso de un paso tan relevante. Como autor de Franquiciamente espero poder contribuir a ello y a encauzar las decisiones de franquiciadores y franquiciados.

Medio	EL MUNDO FINANCIERO.COM Fundado en 1946
Fecha	28 de octubre de 2018
Link	https://www.elmundofinanciero.com/noticia/78465/libros-recomendados/franquiciamente.html

Esta obra trata de ofrecer el verdadero saber hacer de los mejores franquiciadores. La virtud es que parte de la experiencia de un rotundo fracaso. Si estás pensando en montar un negocio, o desarrollarlo, la obra de Mariano Alonso deberás tenerla muy cerca porque te va a poder ayudar en todas las etapas del camino. Lo abarca todo, desde la información previa de cómo funcionan las franquicias, hasta la identificación de alternativas, el análisis del proyecto, las propuestas de negocio y la firma del contrato.

Franquicia es sinónimo de oportunidad. El comercio minorista y es una fuente inagotable de creación de puestos de trabajo y autoempleo. A finales de 2015, el número de franquicias se ha visto incrementado en un 254% con 996 enseñas, y el de sus negocios en un 193% con la cifra de 71.803 puntos de venta, manteniéndose la proporción de 1 a 3 establecimientos propios y franquiciados, así como el origen nacional de aproximadamente el 85% de nuestras marcas. La franquicia despierta el interés de un número cada vez mayor de personas que piensan en abrir un nuevo negocio, bien para independizarse en su actual ocupación, bien como medida obligada de autoempleo al no haber podido mantener un trabajo pendiente que difícilmente podrá recuperarse por propias circunstancias personales y/o del actual mercado de trabajo. Aparece entonces como una opción a tener en cuenta, con un extenso abanico de posibilidades en cuanto a sectores y marcas, y con unas cotas de seguridad inalcanzables en un emprendimiento independiente. Pero ¿cómo elegir la franquicia que mejor nos conviene?, ¿qué es lo que hay que hacer?, ¿dónde están los riesgos?

Todo emprendedor asume riesgos; de lo contrario no lo sería. Sin embargo, suele considerarse de manera errónea que el emprendedor lo es mucho más cuanto mayor es el riesgo que asume con su inversión, lo que significa un tremendo error. El emprendedor pretenderá en todo momento sacar adelante su negocio y lanzar una rentabilidad adecuada, reduciendo al máximo el riego que siempre conlleva. Y si es así, una franquicia está claro que lo minorará a modo sensible al ofrecer marca, experiencia y soporte de gestión. Por eso, emprender en franquicia se plantea como una gran opción en toda nueva andadura empresarial.

"Franquiciamente" aporta experiencia visión como consultor sobre aspectos de interés básicos para franquiciadores y franquiciados mediante cuarenta breves lecturas. Aquí encontrarás consejos prácticos relacionados con las principales áreas de organización y funcionamiento de una cadena de franquicias y recomendaciones profesionales sobre lo que debe ser una correcta propuesta de negocio y la relación empresarial entre ambas partes: aspectos estratégicos y de viabilidad, expansión de la marca, captación e integración de nuevos franquiciados, etc. Se trata de una lectura imprescindible que aporta una visión actualizada de los grandes retos y desafíos a los que se enfrenta este sistema de asociación empresarial.

Mariano Alonso es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, es socio fundador y director general de "mundoFranquicia" y director general de su portal "mundofranquicia.com". A través de ambas organizaciones, coordina muy diversos programas y foros de promoción y desarrollo de la franquicia en España. Es ponente habitual de seminarios y conferencias y ha visto editado un extenso número de publicaciones relacionadas con este tipo de negocio.
Gabriel Cortina

Franquiciamente
Mariano Alonso
Editorial LID, 2018
349 páginas