

CLIPPING DE PRENSA FIS2025

Promueve:



Organiza:

SHOW**2BE**

Patrocinador principal:

BBVA

Índice

FRANCHISE INNOVATION SUMMIT / FRANCHISE INNOVATION SUMMIT

Fecha	Titular	Medio
30 abr 2025	Ya se conocen los ganadores de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024	AEF Franquiciadores
04 may 2025	Ya se conocen los ganadores de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024	Metros2
08 may 2025	Eroski gana 81,7 millones en 2024 y suma tres años de crecimiento en ventas	El Correo
08 may 2025	Los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024 ya tienen ganadores	Foodretail
10 may 2025	2.294.000	El Diario Montañés
12 may 2025	El grupo BaRRa de Pintxos se estrena en Castilla-La Mancha	Suplementos Economista
26 may 2025	Short News	Hi Retail
28 may 2025	Desayunos Emprendedores: franquicias con propósito y cada vez más cerca de las personas	Emprendedores
28 may 2025	Raúl Calleja (Franchise Innovation Summit): "La distribución alimentaria va a tener un papel central en esta edición"	Foodretail
02 jun 2025	La franquicia celebra sus premios anuales	Emprendedores
02 jun 2025	Descubre a algunos de los ponentes de nuestro Learning Day del 11 de junio	Restauración News
09 jun 2025	Aquí está el programa del próximo Learning Day: el encuentro clave para las marcas de restauración emergentes	Restauración News
13 jun 2025	El próximo Foro REM versará sobre bienestar y se celebrará en l'Alfàs del Pi el 26 de junio	Alicante Plaza
13 jun 2025	Learning Day reunió a marcas emergentes y grupos consolidados para hablar sobre cómo crecer en el sector	Restauración News
18 jun 2025	Protegido: Restauración News, FIS y AEF crean un nuevo hub para marcas de restauración en franquicia	Restauración News
18 jun 2025	Restauración News, FIS y AEF unen fuerzas creando un nuevo hub para marcas de restauración en franquicia	AEF Franquiciadores
23 jun 2025	Profesionales debaten este jueves en el Foro REM de l'Alfàs sobre un futuro más saludable y sostenible	El Periòdic
23 jun 2025	Profesionales debaten este jueves en el Foro REM de l'Alfàs sobre un futuro más saludable y sostenible	Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi
24 jun 2025	Profesionales debaten este jueves en el Foro REM de l'Alfàs sobre un futuro más saludable y sostenible	Calvari
24 jun 2025	Mañana es la gran noche de los Hot Concepts 2025: el evento que reconoce lo mejor de la restauración	Restauración News
26 jun 2025	Los Hot Concepts 2025 coronan a los protagonistas del año en restauración	Restauración News
27 jun 2025	El bienestar como motor de desarrollo: L'Alfàs impulsa el diálogo entre salud, empresa y territorio	Alicante Plaza
27 jun 2025	L'Alfàs escenario del Foro Empresarial REM centrado en avanzar hacia un futuro más saludable y sostenible	Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi
27 jun 2025	L'Alfàs escenario del Foro Empresarial REM centrado en avanzar hacia un futuro más saludable y sostenible	El Periòdic
28 jun 2025	L'Alfàs escenario del Foro Empresarial REM centrado en avanzar hacia un futuro más saludable y sostenible	Mediterráneo Press
01 jul 2025	Emprendedores en franquicia: un evento por y para la franquicia	Emprendedores
04 jul 2025	Para nosotros, la calidad no se negocia"	Emprendedores
04 jul 2025	Franquicias con propósito y cada vez más cerca de las personas	Emprendedores
04 jul 2025	Debido a la propia naturaleza de la actividad, la formación es crítica	Emprendedores
15 jul 2025	Claves del éxito en las franquicias inmobiliarias	CapitalRadio.es
16 jul 2025	FIS: la franquicia más profesional	Emprendedores
16 jul 2025	«¿Cómo nos ayudáis a crecer?», el debate del Learning Day que pone el foco en la expansión mediante franquicias	Restauración News
17 jul 2025	Los directores de expansión en restauración se reúnen para debatir sobre los desafíos y oportunidades de la franquicia	Restauración News
22 jul 2025	SUMARIO	Restauración News
22 jul 2025	FIS 2025: la franquicia se da cita en Madrid	Restauración News
22 jul 2025	ca donde cada perfil encuentra algo adaptado a su momento empresarial", apunta Calleja	Restauración News
22 jul 2025	"Hemos diseñado una experiencia especializada por verticales sectoriales y niveles de madurez empresarial", señala Raúl Calleja.	Restauración News
22 jul 2025	FIS: El sector educativo se reinventa desde la franquicia	CapitalRadio.es
22 jul 2025	FISTalks Formación FIS: El sector educativo se reinventa desde la franquicia	CapitalRadio.es
23 jul 2025	Las claves de la sesión con Gerardo Ortega	CapitalRadio.es
24 jul 2025	REM celebra su Foro de Verano con nuevos acuerdos y reconocimientos al talento empresarial	Alicante Plaza
29 jul 2025	Nuevos modelos en restauración organizada con marcas que levantan pasiones	Restauración News
31 jul 2025	¿Rentabilidad o Visibilidad?: el dilema del local perfecto en restauración	Restauración News
21 ago 2025	BBVA saca músculo en el negocio a empresas e incrementa un 33% la financiación a franquicias en el primer semestre	Cinco Días
21 ago 2025	BBVA saca msculo en el negocio a empresas e incrementa un 33% la financiacin a franquicias en el primer semestre	Msn Noticias
22 ago 2025	Descubre los ponentes que participarán en la 5ª edición de Emprendedores en Franquicia	Emprendedores
26 ago 2025	Las marcas franquiciadoras de restauración no se han ido de vacaciones	Restauración News

27 ago 2025	Confirmados dos nuevos ponentes para Emprendedores en Franquicia	Emprendedores
29 ago 2025	Emprendedores celebra el inicio del curso con un evento único	Emprendedores
01 sep 2025	Las marcas franquiciadoras de restauración no se fueron de vacaciones	Qcom.es
01 sep 2025	Algunas de las historias de éxito que conoceremos en Emprendedores en Franquicia	Emprendedores
05 sep 2025	Descubre el programa completo de Emprendedores en Franquicia 2025	Emprendedores
05 sep 2025	FIS2025: el evento total de franquicias pensado por y para emprendedores	Emprendedores
09 sep 2025	Franchise Innovation Summit: evento clave para el sector retail	CapitalRadio.es
09 sep 2025	Entrevista a Joan Porcar (Darwinex)	CapitalRadio.es
14 sep 2025	Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias	Europa Sur
14 sep 2025	Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias	Diario de Cádiz
14 sep 2025	8 meses para cobrar 175 euros en Sada	La Voz de Galicia
14 sep 2025	Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias	Diario de Cádiz
16 sep 2025	Participar en Sportcities es formar parte de la comunidad donde se definen los próximos proyectos de instalaciones deportivas	Diffusion Sport
16 sep 2025	Los franquiciados no son clientes, son socios a los que acompañar para conseguir la máxima rentabilidad	Emprendedores
18 sep 2025	Chiclana acoge una jornada sobre franquicias como motor de desarrollo local y de oportunidades de negocio	Chiclana
18 sep 2025	Chiclana celebra una jornada que conecta a empresarios con franquicias líderes	Portal de Cádiz
18 sep 2025	Chiclana acoge una jornada sobre franquicias como motor de desarrollo local y de oportunidades de negocio	8 Cádiz
19 sep 2025	Chiclana acoge una jornada sobre franquicias como motor de desarrollo local	Cadiznoticias
19 sep 2025	Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal	Diario de Cádiz
25 sep 2025	AEF-FIS Foro Ciudades y Franquicia-Chiclana de la Frontera	AEF Franquiciadores
26 sep 2025	Servicios asistenciales a domicilio: 4 franquicias en un sector que crece al 10,2%	Emprendedores
26 sep 2025	El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en el Teatro Principal a empresarios, inversores y emprendedores	Onda Cero
26 sep 2025	El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en Palencia a empresarios, inversores y emprendedores	Cadena SER Digital
26 sep 2025	El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá a empresarios, inversores y emprendedores	The Objective
26 sep 2025	El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en el Teatro Principal a empresarios, inversores y emprendedores	Alzira Portaldetuciudad
26 sep 2025	El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá en Palencia a empresarios e inversores el 1 de octubre	Palenciaenlared
29 sep 2025	Santander, aliado clave de los franquiciados en la consolidación del modelo de negocio con cifras espectaculares	Libertad Digital
30 sep 2025	Banco Santander ofrece apoyo integral a los franquiciados, que consolidan su modelo de negocio con cifras espectaculares	InfoLibre
30 sep 2025	Santander ofrece soluciones integrales a franquiciados para crecer sin frenos en 2025	Estrategias de inversión
30 sep 2025	LO MEJOR DE CADA MESA	Emprendedores
30 sep 2025	Con el patrocinio de FIS, KüchenHouse, Curves, Remax, Zenergie Body and Soul, Banco Sabadell, Mobalpa, Manitas a D...	Emprendedores
30 sep 2025	Emergentes o cómo construir algo grande desde lo pequeño	Emprendedores
30 sep 2025	Franquicias emergentes con denominación de origen	Emprendedores
30 sep 2025	"PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR"	Emprendedores
30 sep 2025	La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atrac...	Emprendedores
30 sep 2025	LAS FRANQUICIAS MÁS HUMANAS	Emprendedores
30 sep 2025	BIENESTAR A LA VANGUARDIA Y CON ENFOQUE INTEGRAL	Emprendedores
30 sep 2025	Cincuenta años de franquicias en España: un modelo que no deja de crecer	Público
01 oct 2025	El crecimiento del modelo de negocio de los franquiciados, objetivo del apoyo de Banco Santander	elCatalán
01 oct 2025	Banco Santander, socio estratgico de los franquiciados espaoles	Msn Noticias
01 oct 2025	"PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR"	Emprendedores
01 oct 2025	"PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR"	Emprendedores
01 oct 2025	Santander refuerza su compromiso con las franquicias para acompañarlas en todas las etapas de su desarrollo	Vozpópuli
01 oct 2025	Midas abre un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa	Cadena SER Digital
01 oct 2025	Descarga gratis nuestro Especial Franquicias Emergentes 2024	Emprendedores
01 oct 2025	Midas se apoya en el Grupo Palausa e inaugura nuevo taller en Palencia, el noveno en Castilla y León	Infotaller
01 oct 2025	Los franquiciados no son clientes, son socios a los que acompañar para alcanzar rentabilidad	Emprendedores
01 oct 2025	No te pierdas este lunes 15 de septiembre Emprendedores en Franquicia 2025	Emprendedores
01 oct 2025	El 15 de septiembre llega la V Edición de 'Emprendedores en Franquicia'	Emprendedores
01 oct 2025	Midas abre un nuevo centro en Palencia	Posventa de Automoción
01 oct 2025	Midas abre un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa	AEF Franquiciadores
01 oct 2025	Midas abre un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa	autoPneu
02 oct 2025	El modelo de franquicia consolida cifras récord con el apoyo de Banco Santander	La Razón
02 oct 2025	El modelo de franquicia consolida cifras rcord con el apoyo de Banco Santander	Msn Noticias
02 oct 2025	Banco Santander ofrece apoyo integral a los franquiciados con el objetivo de impulsar su crecimiento y competitividad	OkDiario.com
02 oct 2025	SHOW2BE, el operador ferial con vocación internacional y un modelo 360º	El País
02 oct 2025	SHOW2BE, el operador ferial con vocacin internacional y un modelo 360	Msn Noticias
02 oct 2025	El modelo de franquicia consolida cifras récord con el apoyo de Banco Santander	Mundo Franquicia
03 oct 2025	Banco Santander, socio estratégico de las franquicias en España	El Plural

03 oct 2025	Banco Santander, socio estratégico de las franquicias en España	España times
03 oct 2025	Banco Santander, socio estratgico de las franquicias en Espaa	Msn Noticias
06 oct 2025	mundoFranquicia participará en el Franchise Innovation Summit 2025	Mundo Franquicia
06 oct 2025	Franchise Innovation Summit (FIS) arrancará el 15 de octubre con la participación de Carrefour, Dia, Eroski, Alcampo... y FRS	Foodretail
06 oct 2025	SPAZIO Restauración News trae consigo los contenidos para las marcas que quieren crecer	Restauración News
07 oct 2025	Spazio Restauración News: los mejores contenidos para marcas de restauración en expansión en FIS 2025	Restauración News
07 oct 2025	Generation Manager de Mapal, quien fue entrevistada por Clara Román, redactora de Restauración News	Restauración News
07 oct 2025	El FIS 2025 vuelve a concentrar a las franquicias en el Riyadh Air Metropolitano	El País
07 oct 2025	El FIS 2025 vuelve a concentrar a las franquicias en el Riyadh Air Metropolitano	Msn Noticias
08 oct 2025	Anytime Fitness refuerza su liderazgo participando en el Franchise Innovation Summit 2025	Murcia.com
08 oct 2025	FIS congrega al universo de la franquicia el 15 y 16 de octubre	Emprendedores
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	El Boletín
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Notasdeprensa.es
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Comunicae
08 oct 2025	Ambiseint Inspira el Espíritu Emprendedor en el Franchise Innovation Summit 2025 con su Aroma Emprendimiento	Mi Revista
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Alicante 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint Potencia el Espíritu Emprendedor en el Franchise Innovation Summit 2025 con su Aroma de Innovación	Noticias de Madrid
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	FinancialRed
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Sevilla-Noticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Balearesnoticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Valencia-noticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	TarragonaNoticias.com
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Paisvasco Noticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Madrid-Noticias.com
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Bilbao 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Revista Negocios
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Navarra
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Empresa Actual
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Navarra Sur
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Berriozar.info
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Pamplona actual
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Pymes y Franquicias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Rioja Actual
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Euskadinoticias.es
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Canal Racing De Santander
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Stick Noticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Zizira
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Castilla La Mancha 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	LleidaNotícies.com
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Girona noticies
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Diario Siglo XXI
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Málaga y sus pueblos
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Teruel24horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de La Rioja y sus pueblos
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Costa Brava Girona Convention Bureau
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Bilbao Digital 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Galicia Digital 24h
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Jaén24h
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Granada 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	San Sebastian 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Barcelona noticies
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Pamplona 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Torrelavega 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Crónica de Cantabria
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Andalucía Noticias
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Zaragoza 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Europa Digital 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Valencia 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Islas Canarias 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Ourense Hoy
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Islas Baleares 24 horas

08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Huesca24horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Murcia digital 24 horas
08 oct 2025	Mobalpa y SoCoo'c participan en FranquiShop y FIS 2025	Mundo Franquicia
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Palencia Digital 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Leon Digital 24h
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Barcelona Digital 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Burgos Digital 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Cadiz 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Santiago 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Revista Emprendedores
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Asturias Digital 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	El Portaluco de noticias de Cantabria
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Éxito Idea
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Madrid 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Radio Rabel
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Emprendedores
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Cantabria
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Extremadura Digital 24 Horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Iniciativa Empresarial
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Márketing desde cero
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Valladolid Digital 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Vigo 24h
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Toledodigital24horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Murcia.com
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Córdoba
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Vitoria/Gasteiz 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Franquicias en Red
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Ciudad Real
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Sevilla 24 horas
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Noticias de Castilla y León
08 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor con su aroma "Emprendimiento"	InfoFranquicias
09 oct 2025	Aroma de Emprendimiento: Ambiseint Inspira el Espíritu Emprendedor en el Franchise Innovation Summit 2025	Mimub
09 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Franquicia2
09 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	CatalunyaNotícies.com
09 oct 2025	Anytime Fitness refuerza su liderazgo participando en el Franchise Innovation Summit 2025	GYM Factory Online Magazine
09 oct 2025	Cuenta atrás para la gran quedada fitness en el Metropolitano	El Mundo Deportivo
09 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Galicia-noticias
09 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Emprendedores 2020
09 oct 2025	mundoFranquicia y Alfa F participarán en el Franchise Innovation Summit 2025	Mundo Franquicia
09 oct 2025	Todo listo para la celebración del FIS2025	Pymes y Franquicias
09 oct 2025	FIS 2025: Respaldo unánime de la Franquicia a la gran plataforma profesional del sector en su segunda edición	Que Franquicia
09 oct 2025	FIS 2025: Respaldo unánime de la franquicia a la gran plataforma profesional del sector en su segunda edición	Msn Noticias
09 oct 2025	FIS 2025: Respaldo unánime de la franquicia a la gran plataforma profesional del sector en su segunda edición	Cadena SER Digital
09 oct 2025	Descubre todas las actividades de FIS2025	Emprendedores
09 oct 2025	Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento	Cantabria Económica
10 oct 2025	Profesionales de enfermería de toda España debaten sobre innovación y liderazgo	La Tribuna de Toledo
10 oct 2025	Cuenta atrás para la Gran Quedada Fitness en el Estadio Metropolitano	Diffusion Sport
10 oct 2025	El alcalde presentará Chiclana en el Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores	Chiclana
10 oct 2025	El Franchise Innovation Summit 2025 se consolida como la gran cita	Franquicia.net
10 oct 2025	EL PAÍS Profesional impulsa la visibilidad para las franquicias	El País
10 oct 2025	EL PAÍS Profesional impulsa la visibilidad para las franquicias	Msn Noticias
10 oct 2025	REM celebra su foro de octubre en el marco del Franchise Innovation Summit en Madrid	Alicante Plaza
10 oct 2025	Chiclana busca atraer inversión y franquicias en el mayor foro nacional del sector en Madrid	Portal de Cádiz
10 oct 2025	Wanatop afianza su línea de estrategia para franquicias en el FIS	Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragon
10 oct 2025	El alcalde presentará Chiclana en el Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores	8 Cádiz
11 oct 2025	El alcalde de Chiclana presenta la ciudad en el Franchise Innovation Summit 2025 de Madrid para atraer inversores	Cadiznoticias
12 oct 2025	Chiclana se presentará en el Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores	Diario de Cádiz
13 oct 2025	Chiclana acudirá al Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores	Diario de Cádiz
13 oct 2025	Comienza la Semana de la Franquicia	Pymes y Franquicias
13 oct 2025	Descarga el Especial Franquicias Emergentes 2025	Emprendedores

13 oct 2025	Goldman Sachs pierde a banqueros sénior tras la reorganización del equipo directivo y la pausa en la negociación de acuerdos	MarketScreener
13 oct 2025	Comienza la Semana de la Franquicia	Que Franquicia
13 oct 2025	Innovación y expansión, ejes del congreso Spazio Restauración News en FIS	Restauración News
13 oct 2025	Mobalpa y SoCoo'c participan en FranquiShop y FIS 2025	PR noticias
14 oct 2025	Wanatop afianza su línea de estrategia para franquicias en el FIS	ExtraDigital.es
14 oct 2025	Las firmas francesas Mobalpa y SoCoo'c estarán en FranquiShop y FIS 2025	Eco Construcción
14 oct 2025	Siete franquicias madrileñas abren sus puertas en el primer 'Franquitour' previo al FIS	Emprendedores
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Europa Press
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Pressdigital.es
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Diario Siglo XXI
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Norbolsa
15 oct 2025	Economía.- BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Bolsamania
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Estrategias de inversión
15 oct 2025	BBVA España incrementa un 33% su apoyo financiero a franquicias hasta mediados de año	Democrata
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33% en España	El Asesor Financiero
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Ant-co
15 oct 2025	Críticas de estrenos en plataformas	El Antepenúltimo Mohicano
15 oct 2025	BBVA España aumenta en un 33% la financiación al sector de franquicias hasta junio	Noticias De
15 oct 2025	BBVA aumenta financiación a franquicias en España un 33%	Cromatica noticias
15 oct 2025	BBVA España aumenta en un 33% la financiación para franquicias hasta junio.	Cronica España
15 oct 2025	BBVA España incrementa su apoyo financiero a franquicias en un 33% hasta mediados de año.	24h España
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Crónica de Cantabria
15 oct 2025	BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio	Msn Noticias
15 oct 2025	BBVA elevó la financiación a las franquicias en España un 33% en el primer semestre	Servimedia
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La tribuna de Ciudad Real
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La Tribuna de Albacete
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	El Día de Segovia
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	Diario de Burgos
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	El Día de Valladolid
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	Diario Palentino
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	Diario de Ávila
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La tribuna de Toledo
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La Tribuna de Talavera
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La tribuna de Cuenca
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	El Día de Soria
15 oct 2025	La franquicia, una fórmula de crecimiento en restauración no exenta de riesgos: "Contar con una estructura es bá...	Foodretail
15 oct 2025	BBVA elevó la financiación a las franquicias en España un 33% en el primer semestre	La Vanguardia
15 oct 2025	BBVA España incrementa un 33% su apoyo financiero a franquicias hasta junio	Capital
15 oct 2025	Alcampo, Carrefour, Dia y Eroski dibujan en FIS el presente y futuro del supermercado franquiciado: "Será más ada...	Foodretail
15 oct 2025	Palencia se posiciona como un foco de atracción de inversiones en el Foro de Ciudades&Franquicia FIS 2025 de Madrid	Cadena SER Digital
15 oct 2025	Palencia se postula como foco de atracción de inversiones en el Foro de Ciudades&Franquicia FIS 2025 de Madrid	Palenciaenlared
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	La Tribuna de Guadalajara
15 oct 2025	BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%	El Día de La Rioja
15 oct 2025	10 claves que explican la nueva era de las franquicias de supermercados	Foodretail
16 oct 2025	La vocera Palencia busca inversión nacional en las franquicias	Diario Palentino
16 oct 2025	FIS2025 confirma su paso adelante en la primera jornada	Emprendedores
16 oct 2025	Palencia se posiciona a nivel nacional como un foco de atracción de inversiones en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025 de Madrid	Alzira Portaldetuciudad
16 oct 2025	BBVA incrementa un 33% la financiación a franquicias en España y refuerza su apuesta por el sector en el FIS 2025	Noticias Bancarias
16 oct 2025	Marín Destaca a Toledo como Punto Focal para Marcas Nacionales e Internacionales en el Segundo Encuentro de Franquicias	Alcázar de San Juan
16 oct 2025	Marín Destaca a Toledo como Centro de Interés para Marcas Nacionales e Internacionales en el Segundo Encuentro de Franquicias	Diario de Castilla-La Mancha
16 oct 2025	Marín presenta Toledo como polo de atracción para marcas nacionales e internacionales durante la segunda edición...	La Cerca
16 oct 2025	Marín presenta Toledo como polo de atracción para marcas nacionales e internacionales durante la segunda edición...	turismo.lacerca.com
16 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas nacionales e internacionales en el II Encuentro de Franquicias	CIm21
16 oct 2025	Marín Resalta a Toledo como un Punto Clave para Marcas Nacionales e Internacionales en el Segundo Encuentro de Franquicias	Noticias Toledo
16 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas en el Franchise Innovation Summit de Madrid	La Cerca
16 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas en el Franchise Innovation Summit de Madrid	turismo.lacerca.com
16 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas en el Franchise Innovation Summit de Madrid	Torrijos Today
16 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas en el Franchise Innovation Summit de Madrid	Europa Press

16 oct 2025	Bernabé Cano presenta en Madrid las oportunidades de inversión de “La Nucía, Ciudad del Deporte”	Marina Baixa Digital
16 oct 2025	La Nucía “ejemplo de inversión” en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025	El Periòdic
16 oct 2025	La Nucía “ejemplo de inversión” en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025	Ahora Marina Baixa
16 oct 2025	Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid	La tribuna de Toledo
16 oct 2025	Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid	La Tribuna de Talavera
16 oct 2025	La Nucía “ejemplo de inversión” en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025	Bom Radio Benidorm
16 oct 2025	Glocalización y futuro de la franquicia en el FIS2025	Emprendedores
17 oct 2025	Palencia se destaca como atractivo para inversiones en el Foro de Franquicias 2025 en Madrid Palencia se destaca co...	lyMagazine.es
17 oct 2025	Toledo participa en un encuentro de 120 empresas de franquicias internacionales	La Tribuna de Toledo
17 oct 2025	FranquiShop y FIS cuentan con Mobalpa y SoCoo'c	Cocina Integral
17 oct 2025	Toledo se presenta como polo de atracción para marcas nacionales e internacionales	La Voz Del Tajo
17 oct 2025	La Nucía “ejemplo de inversión” en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025	Calvari
17 oct 2025	SPAZIO Restauración News 2025 mide el pulso del sector en dos jornadas decisivas	Restauración News
17 oct 2025	mundoFranquicia concluye su participación en el FIS 2025	Mundo Franquicia
19 oct 2025	El modelo de franquicia crece y se afianza como vía de inversión	Dinero La Vanguardia
20 oct 2025	El modelo de franquicia se consolida como vía de inversión	La Vanguardia
20 oct 2025	El capital privado, más selectivo que antes de la pandemia, busca consolidar un mercado de la restauración muy fragmentado	Foodretail
21 oct 2025	Panaria registra un crecimiento comparable del 6,1% en el tercer trimestre del año	Restauración News
22 oct 2025	FIS2025 congregó a 114 expositores y a 2.198 visitantes	Pymes y Franquicias
22 oct 2025	FIS2025 se consolida como punto de encuentro de la franquicia y se erige como nuevo puente entre Europa e Iberoamérica	Que Franquicia
22 oct 2025	El #FISkathon by Objetivo 17 Alliance impulsa la innovación y el talento joven en el futuro de la franquicia	El diario de Madrid
23 oct 2025	La organización hace balance de FIS2025	Emprendedores

Organizados por la Asociación Española de la Franquicia, fueron entregados por la Directora General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto Novo; la Directora de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid, Olga Mª Ruiz Castillo, y la Presidenta de la AEF, Luisa Masuet

Martes 29 de abril de 2025.- Ya se ha desvelado el nombre de los ganadores de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024, organizados por la (AEF), con Banco Sabadell como patrocinador oficial, y el patrocinio de Admefy, Ambiseint, Mail Boxes Etc., **Franchise Innovation Summit (FIS)** y el Hotel InterContinental Madrid , lugar en el que se ha celebrado la cuarta edición de estos galardones, el lunes 28 de abril. Una gala que fue presentada por la periodista presentadora y moderadora de eventos, Jara Abella , y que fue un éxito de público, ya que reunió a más de un centenar de personas.

Los premios fueron entregados por la Directora General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto Novo; la Directora de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid, Olga Mª Ruiz Castillo, y la Presidenta de la AEF, Luisa Masuet.

Además, asistieron a la gala destacadas personalidades de la clase política, representantes del Partido Popular, el Partido Socialista y VOX, en su calidad de portavoces de sus respectivos partidos, tanto en la Comunidad como en el Ayuntamiento de Madrid, así como directivos del mundo de la franquicia, franquiciados, representantes de asociaciones, instituciones, de ayuntamientos como el de Toledo, y de embajadas como las de Argentina, Brasil y Panamá.

En esta cuarta edición, los premios han recaído en:

Franquiciado del año

En el sector Retail: Jesús Mayoral y Diego Mayoral (Ambiseint)

En el sector Alimentación: Pablo Higuero (EROSKI)

En el sector Servicios: ha quedado desierto.

Franquiciador del año

En el sector Retail: Oh my Cut!

En el sector Restauración: UDON

En el sector Servicios: Midas

En el sector Alimentación: EROSKI

Franquicia emergente Japanese Head Spa

Mejor trayectoria profesional en el último año Sophie Sanz, Country Manager de Yves Rocher

Franquicia internacional del año Kids&Us

Premio al impacto social la ONCE

Franquicia extranjera en España Alain Afflelou

Premio especial por servicios a la franquicia **FIS (Franchise Innovation Summit)**

Premio de libre designación del Jurado Concepción Díaz de Villegas exdirectora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid.

El Jurado, cuya responsabilidad organizativa ha recaído en Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la AEF , ha estado compuesto por: Mario Buisán , Subdirectora General de Regulación y Apoyo al Comercio Interior del Ministerio de Economía; Inmaculada Núñez , Directora de Banco Sabadell Franquicias; Gema Sanz , Directora de Relaciones Institucionales de Madrid Network; Marisa Lazareno , Gerente de Yves Rocher, con seis centros franquiciados en Madrid; Laura González , Fundadora y Socia de Ni Hao Conecta; Hilario Alfaro , Presidente de Madrid Foro Empresarial; Julián Ruiz , Secretario General de la Confederación Española de Comercio (CEC), y Luisa Masuet , Presidenta de la AEF.

A la hora de valorar este evento, la Presidenta de la AEF asegura que “ estos Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia se van consolidando año tras año, como lo demuestra el más del centenar de asistentes a esta cuarta edición. Desde la AEF queremos agradecer la presencia de Marta Nieto Novo y de Olga Mª Ruiz Castillo entregando los premios, así como de representantes de embajadas, instituciones, asociaciones, partidos políticos, miembros del Jurado, directivos del mundo de la franquicia... Sin duda, ha sido una gala en la que la franquicia ha salido reforzada ”.

Por su parte, Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la AEF , afirma que “damos la enhorabuena a todos los premiados, así como a los finalistas y candidatos, en esta cuarta edición, ya que sin duda han sido merecedores de estos galardones por su trabajo y esfuerzo en 2024, y ahora toca desearles suerte para que tengan otro reconocimiento en los Premios Europeos de la Franquicia ”.

Efectivamente, ahora los ganadores nacionales buscan traerse para España el “ Premio Europeo de la Franquicia ”, en una gala que tendrá lugar el 11 de septiembre en Bruselas.

SSL handshake failed

Failed to load URL <https://www.aefranchicia.es/ya-se-conocen-los-ganadores-de-los-premios-nacionales-y-europeos-de-la-franquicia-2024/>

Foto de familia de los ganadores. Ya se ha desvelado el nombre de los ganadores de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024, organizados por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), y patrocinados por Banco Sabadell, Admefy, Ambiseint, Mail Boxes Etc., **Franchise Innovation Summit (FIS)** y el Hotel InterContinental Madrid, donde se celebró... [Read More »](#)



Eroski gana 81,7 millones en 2024 y suma tres años de crecimiento en ventas

El beneficio se redujo un 24% por el impacto del cambio en el Impuesto de Sociedades, que obligó a la cooperativa a pagar 50 millones

LUCAS IRIGOYEN



BILBAO. La moderación del alza de los precios de la alimentación, en el entorno del 2,5%, se empieza a notar en los resultados de las compañías de alimentación. Sus cifras de negocio recogen esa evolución y el crecimiento, como explicó ayer la primera ejecutiva de Eroski, Rosa Carabel, es «más por volumen que por valor». Aun así, la cooperativa vasca firmó en 2024 su tercer año consecutivo con crecimiento en las ventas –algo que no ocurría en la última década– alcanzando los 5.885 millones de euros, un 2,7% más que en 2023. La senda consolida el ritmo, pero también presenta un crecimiento menor que el 4,6% del pasado año por esa moderación de los precios.

La senda positiva de las ventas de Eroski no se reflejó del mismo modo en las ganancias. Ascendieron a 81,7 millones, un 24,3% menos por el impacto de un extraordinario generado por los cambios en la regulación del Impuesto de Sociedades. Así, el beneficio antes del pago de impuestos creció un 23% hasta los 127,2 millones, pero no se trasladó al resultado neto del grupo porque Eroski tuvo que afrontar el pago de 50 millones a Hacienda. Una factura fis-



La primera ejecutiva de Eroski, Rosa Carabel, antes de la presentación de los resultados ayer en Bilbao. EFE

LAS CLAVES

NUEVOS HÁBITOS

La marca blanca representa ya el 37,3% de sus ventas y se convierte en estratégica para el negocio

EXPANSIÓN

Hasta 2029 abrirá 351 tiendas y se centrará en Cantabria, La Rioja, Aragón y Cataluña

cal por el cambio de criterio en el empleo de las bases imponibles negativas de ejercicios pasados y a las que ya no podrá recurrir la cooperativa.

Más allá de este impacto pun-

tual, Carabel destacó que «a pesar de la volatilidad existente y la inestabilidad geopolítica hemos demostrado una notable resiliencia consolidando nuestra posición». El resultado antes del pago

de impuestos y costes financieros –ebitda– se mantuvo en los 332 millones, una cifra récord para la compañía y con una rentabilidad sobre las ventas del 5,65%.

Lo que sí ha permanecido en los consumidores es la apuesta por las marcas blancas. En Eroski representan ya el 37,5% de todas sus ventas, un techo histórico que ha hecho a la compañía reforzar su apuesta por este producto. En total, cuenta ya con 5.000 referencias y se ha convertido en una línea estratégica de crecimiento «por la sensibilidad del consumi-

dor al precio», explicó Carabel.

La deuda de Eroski, una vez «normalizada» con la emisión de un bono de 500 millones, se redujo el pasado año con el pago de 59 millones, 15 más de los previstos. La ejecutiva señaló que actualmente el pasivo de la compañía asciende a 949 millones –sumando las preferentes– y recordó la determinación de la compañía para preparar una refinanciación que mantenga esa estructura financiera apoyada en bonos corporativos y bancos.

Reducir el coste de la deuda

El objetivo es reducir su coste, ya que la deuda corporativa tiene actualmente un interés del 10,62%. Entre las alternativas, además de los bancos, la cooperativa contempla también a agentes financieros vascos entre los que se cuenta el propio Gobierno autonómico, que estudia posibles alternativas.

La expansión sigue siendo una de las prioridades de Eroski, que incorporó 60 nuevas tiendas el pasado año. Para este 2025 proyecta otras 71 aperturas y, hasta 2029, ha planificado un total de 351 nuevos supermercados, de los que 261 serán franquicias y 90 tiendas propias.

En cuanto a zonas geográficas, el plan de crecimiento sigue centrado en la zona norte (desde Galicia hasta Baleares) donde la cooperativa tiene una cuota de mercado del 12,8%. Según Carabel, las acciones se centrarán especialmente en Cantabria, La Rioja, Aragón y Cataluña, donde opera con la marca Caprabo. Son zonas en las que Eroski presenta una cuota de mercado muy inferior a la media y lejos de la posición de liderazgo que tiene en Galicia (21,2%), País Vasco (35,9%), Navarra (26,8%) o Baleares (20,5%).

En el negocio, esta expansión se verá ya en este 2025 con una previsión de ventas que Eroski se ha fijado en 6.100 millones, lo que supondría firmar su facturación más alta en diez años superando las cifras de 2016.

CIE Automotive logra otro récord de beneficio pese a la crisis del sector

La compañía gana 94 millones en el primer trimestre y asegura que los aranceles de Trump a la automoción tendrán un «impacto nulo»

GONZALO RUIZ

BILBAO. CIE Automotive se mantiene en la senda de crecimiento y ha vuelto a lograr un nuevo récord de beneficios en el primer trimestre del año. Concretamente, la empresa vasca especializada en la fabricación de componentes para la industria automo-

triz ha obtenido un beneficio neto de 94,1 millones, es decir, un ligero avance del 1,18% respecto al mismo periodo del año anterior –donde también fijó un nuevo techo con 93 millones de ganancia–.

Unos resultados que su consejero delegado, Jesús María Herrera, calificó de «excepcionales» durante la junta general de accionistas que la empresa celebró ayer en Bilbao. Durante el periodo, CIE Automotive ha ganado 126 millones de euros de caja operativa. Unas cifras que demuestran la alta rentabilidad de la compañía que preside Antón

Pradera, y que les permite rendir por encima de sus competidores del sector, lastrado por una crisis estructural que ahora se ha visto agravada por los aranceles de Trump a la automoción.

Así, la facturación del primer trimestre llegó a los 1.013 millones, siendo Europa su mercado principal concentrando el 36,5% de las ventas. Sin embargo, la diversificación sigue siendo la palanca de crecimiento principal. En esta línea, la empresa confirmó ayer que la planta mexicana en la que han invertido 88 millones de euros –la mayor inversión extranjera realizada hasta la fe-

cha– estará operativa este año, tras lograr los permisos necesarios esta misma semana. Una operación estratégica por las características del país azteca y sus ventajas productivas. Se trata de una fábrica multitecnológica en la que producirán varios productos diferentes.

Asimismo, desde la compañía aseguraron que los aranceles de Trump a la automoción tendrán un impacto nulo en su negocio, dado que su modelo se basa en el mercado local, tanto en EE UU como en México. Con la puesta en marcha de esta nueva planta, CIE cuenta con 13 centros en el país azteca.

Una autocartera del 10%

La junta de accionistas celebrada ayer se enmarcó en un contexto especial, dado que CIE Au-

tomotive anunció una ‘autoopa’ el pasado 20 de marzo, que contemplaba una oferta sobre el 9,675% de su capital social por un importe de 278,9 millones de euros, a un precio de 24 euros por acción. Una operación que ya fue admitida a trámite por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y que CIE espera que le dé luz verde esta próxima semana.

Con esta maniobra, la autocartera de la empresa se situaría en el 10%, que es el límite máximo establecido por ley. Según expresó en su día la compañía, el objetivo de la ‘autoopa’ es brindar, «a todos los accionistas de la sociedad y en igualdad de condiciones, una posibilidad de liquidez puntual adicional a la propia del funcionamiento de las bolsas de valores».



Antón Pradera

Superficie **100%** Audiencia **4.668** Valoración **79€**

Eroski, UDON y Franchise Innovation Summit (FIS), que recibió el Premio Especial por Servicios a la Franquicia, figuran entre los galardonados.

La Asociación Española de la Franquicia (AEF) ha celebrado en Madrid la IV edición de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024, en una gala que reunió a más de un centenar de profesionales del sector y reconoció a las marcas y franquiciados que han destacado por su excelencia, innovación y compromiso ético en el ámbito de la franquicia.

Este es el listado de los ganadores:

Franquiciado del Año

Sector Retail: Jesús Mayoral y Diego Mayoral (Ambiseint)

Sector Alimentación: Pablo Higuero y Emma Hernán (Eroski) Franquiciador del Año

Sector Retail: Oh my Cut!

Sector Restauración: UDON

Sector Servicios: Midas

Sector Alimentación: Eroski

Franquicia Emergente : Japanese Head Spa

Mejor Trayectoria Profesional : Sophie Sanz (Yves Rocher)

Franquicia Internacional del Año : Kids&Us

Premio al Impacto Social : ONCE

Franquicia Extranjera en España : Alain Afflelou

Premio Especial por Servicios a la Franquicia: Franchise Innovation Summit (FIS)

Premio de Libre Designación del Jurado : Concepción Díaz de Villegas (exdirectora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid)

Según indica la organización, "estos galardones no solo celebran el éxito empresarial, sino que también reflejan la capacidad de adaptación y crecimiento de las franquicias en un entorno económico desafiante. La AEF, a través de estos reconocimientos, busca fomentar las mejores prácticas y la excelencia en la gestión empresarial".

- ANUARIOS PAPEL
- ÚLTIMAS NEWSLETTERS
- DESCARGA EBOOKS
- BLOGS
- VIDEOS



RETAILERS

Los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024 ya tienen ganadores

Eroski, UDON y Franchise Innovation Summit (FIS), que recibió el Premio Especial por Servicios a la Franquicia, figuran entre los galardonados.



LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

1

1 Juan Roig (Mercadona): 'No se trata de lo que España puede hacer por mí, sino de lo que puedo hacer yo por España'

2

LOS PROGRAMAS MÁS VISTOS

08.05.2025 Fuente Kantar Media

Noticias 2
Antena 3

2.294.000
(18,6%)



PROGRAMA	CANAL	ESPECT.	SHARE
Noticias 1	Antena 3	2.165.000	23,9%
El hormiguero 3.0	Antena 3	2.019.000	15,2%
Pasapalabra	Antena 3	1.954.000	18,8%
La ruleta de la...	Antena 3	1.676.000	22,9%

SERIES Y 'STREAMING'

Happy Face (Cara feliz)

SKY SHOWTIME. Ya está disponible esta miniserie sobre Keith Hunter Jesperson (interpretado por Dennis Quaid), un psicópata conocido como 'El asesino de la cara feliz', que quitó la vida a al menos ocho mujeres en los años 90 y que disfrutaba enviando cartas a periodistas y policías confesando sus crímenes y firmando con una carita sonriente.



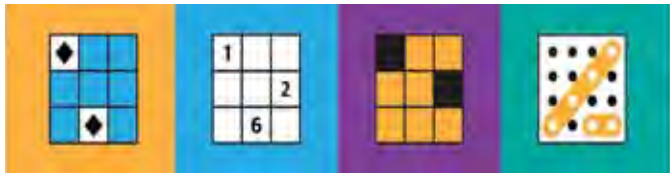
DEPORTES

*Estos horarios pueden sufrir modificaciones

10.40 Fútbol sala. Primera División (F): Roldán-Navalcarnero *TDP*
11.00 Tenis. Torneo de Roma. *M+ Deportes*
12.50 Ciclismo. Vuelta a España Femenina: 7ª etapa. *TDP*
13.15 Ciclismo. Giro de Italia: 2ª etapa. *Eurosport 1*
14.00 Fútbol. LaLiga EA Sports:

Valencia-Getafe. *M+ LaLiga*
16.15 Fútbol. LaLiga EA Sports: Celta-Sevilla. *Gol Play*
17.00 Baloncesto. Liga Endesa: Badalona-Baskonia. *M+ Vamos*
18.10 Balonmano. Liga Guerreras: Play off. 1/4 final: Bera-Bera-Granollers. *TDP*
18.25 Fútbol. L. HyperMotion: Elche-Levante. *M+*
18.30 Fútbol. LaLiga EA Sports: Girona-Villarreal / Mallorca-Valladolid. *DAZN / M+ LaLiga*

19.30 Baloncesto. Liga Endesa: Andorra-Girona. *M+ Deportes*
19.55 Fútbol sala. Primera Div. (M): Peñíscola-Barça- *TDP*
20.45 Baloncesto. Liga Endesa: Valencia Basket-Gran Canaria. *M+ Deportes*
21.00 Fútbol. LaLiga EA Sports: Atlético de Madrid-Real Sociedad. *DAZN*
22.30 Automovilismo. Indycar Series: IMS Road Course. *M+ Vamos*



¿Juegas?

Entra en www.eldiariomontanes.es y ponte a prueba con la nueva sección de Pasatiempos.



EL DIARIO
MONTAÑÉS

POPULAR TV

09.00 Popular Cine: Fievel y el nuevo mundo (1986)
10.30 Mundo Natural
11.00 Santa Misa
11.40 Caminando
12.15 Voces: 125 años de Adoración Nocturna en Santander
13.00 La Gradona
14.30 Pulso empresarial
15.00 Guía Cinematográfica
16.00 Popular Cine: Misión de audaces (1959)
18.00 Popular Cine: Valkiria (2008)
20.00 Ganaderos en su hábitat: Ganadería Campo La Cruz
20.30 Iglesia Nª Sra. de La Asunción de Torrelavega
20.55 Comentario del Evangelio
21.00 Cantabria de Cerca: FIS
21.35 Cine con Mayúsculas: Matar a un ruiseñor (1962)
23.40 Guía Cinematográfica
00.30 Ajuste de programación

MOVISTAR+

8.15 Cine: 'Transformers: La venganza de los caídos'. 2009. 150'
10.35 Tom Cruise, oficio de estrella Documental
11.35 Crímenes: 'Palacete'
12.25 Informe Plus+
13.20 The Americas: 'Patagonia'
14.05 Chaplin. Espíritu gitano
15.30 El consultorio de Berto
16.20 Cine: 'Al otro barrio'. 2024. 108'
18.00 DeportePlus+ Actualidad deportiva
18.25 Fútbol: (18.30) LaLiga HyperMotion: Elche-Levante (D)
20.30 DeportePlus+ Actualidad deportiva
21.05 Ilustres ignorantes: 'Los genios'
21.35 Cine: 'Desmontando un elefante'. 2024. 82'
22.55 DeportePlus+ Actualidad deportiva
0.00 Cine: 'Colmillos del Bayou'. 2025. 87'

TRECE

14.40 Cine: 'War Horse (Caballo de batalla)'. 2011. 146' **17.20** Cine: 'Doctor West'. 2009. 180' **21.20** Cine: 'Pisando fuerte'. 2004. 86' **22.40** Cine: 'Rambo III'. 1988. 101' **0.30** Cine: 'Copland'. 1997. 105'

TELEDEPORTE

17.40 Hockey patines. OK Liga Iberdrola: Telecable-Martinelia **18.10** Balonmano. Liga Guerreras. Play off: Bera Bera-Granollers (D) **19.55** Fútbol sala. 1ª División (M): Peñíscola-Barça (D) **21.50** Ciclismo. Vuelta a España Femenina: 7ª etapa **23.00** Estudio estadio (D)

GOL PLAY

16.15 Fútbol. LaLiga EA Sports: Celta-Sevilla (D) **18.15** DG: Tarde (D) **20.30** Minuto a minuto (D) **22.45** Directo Gol (D) **1.15** Boxeo

FDF

17.00 El pueblo **18.35** La que se acerca **22.20** Cine: 'Men In Black'. 1997. 98' **0.00** La que se avecina

DIVINITY

15.55 La casa de mis sueños (maratón) **22.05** R.F.D.S.: Médicos en el aire **1.35** Chicago Med

BE MAD

15.50 Cine: 'Carros de fuego'. 1981. 123' **18.05** Cine: 'El guateque'. 1968. 99' **19.55** Cine: 'Rocky'. 1976. 119' **22.00** Cine: 'Cleopatra'. 1963. 243' **2.15** Cine: 'El guardaespaldas de la primera dama'. 1987. 105'

MEGA

17.20 Pesadilla en la cocina **21.00** Batalla de restaurantes **23.45** Pesadilla en la cocina **2.30** JokerBet

NOVA

13.15 Pecado original (maratón) **21.45** Hermanos **0.30** Doctor Alí (maratón)

NEOX

15.20 Cine: 'Daniel el travieso'. 1993. 93' **17.00** Cine: 'Di que sí'. 2008. 104' **18.50** Cine: 'Boat Trip: Este barco es un peligro'. 2003. 94' **20.25** Cine: 'Mi super ex-novia'. 2006. 95' **22.15** Cine: 'El gran Stan: El matón de la prisión'. 2007. 105' **0.25** Cine: 'Carta blanca'. 2011. 105'

DMAX

16.00 Desmontando la historia **18.50** Control de Puertos **21.05** 091: Aler-ta Policía **1.50** Destino Terror

PARAMOUNT NETWORK

15.45 Cine: 'Zulu'. 2013. 110' **17.50** Cine: 'El protector'. 2002. 96' **19.45** Cine: '3 días para matar'. 2014. 117' **22.00** Cine: 'A todo gas: Tokyo Race'. 2006. 104' **0.00** Cine: 'Nacido para ganar'. 2019. 87'

LAS PELÍCULAS

AINARA FERNÁNDEZ

CLASIFICACIÓN: ●●● MUY BUENA ●● BUENA ● REGULAR ● MALA

xXx: Reactivated	● Cuatro	15.40
Carros de fuego	●● BeMad	15.50
One Day (Siempre el mismo día)	●● La 1	15.55
Speed II	● Cuatro	17.30
Una inquilina inesperada	● Antena 3	17.45
El guateque	●●● BeMad	18.05
La jefa perfecta	● Antena 3	19.15
Rocky	●●● BeMad	19.55
Megalodón	● La 1	22.00
Fast & Furious IX	● Cuatro	22.00
Cleopatra	●● BeMad	22.00
Men In Black	●● FDF	22.20
Catwoman	● La 1	23.40
Fast & Furious IV	● Cuatro	0.40



Cleopatra

EE UU. 1963. 243 m. Drama. Director: Joseph L. Mankiewicz. Intérpretes: Elizabeth Taylor, Richard Burton, Rex Harrison, Roddy McDowall, Martin Landau, Pamela Brown, George Cole.

22.00 BEMAD. El maestro Joseph L. Mankiewicz, ganador de dos Oscar a mejor realizador por 'Carta a tres esposas' y 'Eva al desnudo', firma esta majestuosa y épica superproducción, una de las pocas del Hollywood clásico encabezada por una mujer, y es que la bellísima Elizabeth Taylor, que está escoltada por Richard Burton (sobresaliente Marco Antonio) y Rex Harrison (sublime Julio César), está impresionante. Una experiencia única, gracias a su puesta en escena, diseño de producción, icónico vestuario y banda sonora, que marcó el final de una época.

Carros de fuego

Reino Unido. 1981. 123 m. Drama. Director: Hugh Hudson. Intérpretes: Ben Cross, Ian Charleson, Nigel Havers, Cheryl Campbell, Alice Krige.

15.50 BEMAD. Deslumbrante ópera prima de Hugh Hudson ('Greystoke'), que no se llevó el Oscar a mejor dirección no-

vel pero sí los de película, libreto original, banda sonora y vestuario. Un emotivo drama basado en hechos reales, de cuidada ambientación, que siempre será asociado a la maravillosa música de Vangelis. Todo un símbolo del esfuerzo, el compañerismo y la superación personal.



Megalodón

EE UU/China. 2018. 113 m. Acción. Director: Jon Turteltaub. Intérpretes: Jason Statham, Li Bingbing, Rainn Wilson, Ruby Rose, Cliff Curtis.

22.00 LA 1. A las órdenes de Jon Turteltaub ('La búsqueda'), Jason Statham lidera esta cinta con aire de serie B, pero enorme presupuesto, perfecta para no pensar durante dos horas. Un submarino es atacado por una enorme criatura y reclutan a un especialista de rescate en aguas profundas para salvar a la tripulación. El problema es que es un tiburón prehistórico.

Fast & Furious IX

EE UU/Tail./Can. 2021. 142 m. Acción. Director: Justin Lin. Intérpretes: Vin Diesel, Michelle Rodriguez, Charlize Theron, Tyrese Gibson, John Cena.

22.00 CUATRO. Justin Lin ('Star Trek: Más allá') se ponía de nuevo detrás de las cámaras en esta novena entrega de la longeva franquicia que comenzó como estandarte del tuning y las carreras ilegales y ha terminado como otra de acción con impresionantes (e inverosímiles) efectos especiales, cochazos y un flojísimo argumento. Atención al regreso sorpresa.

Men In Black

EE UU. 1997. 98 m. Ciencia-Ficción. Director: Barry Sonnenfeld. Intérpretes: Tommy Lee Jones, Will Smith, Linda Fiorentino, Rip Torn.

22.20 FDF. Gracias a su ameno guion, su humor, sus espectaculares escenas de acción, su reconocible banda sonora y los carismáticos Tommy Lee Jones y Will Smith este filme de ciencia-ficción se convirtió en el inicio de una multimillonaria saga (la cuarta parte se estrenó en 2019), aunque sus siguientes títulos no hayan estado a la misma altura.

LAS PROMOCIONES DE EL DIARIO MONTAÑÉS



MENTES MARAVILLOSAS
Leonardo da Vinci, Einstein, Marie Curie... Conoce la vida de algunas de las mejores mentes de la humanidad. A través de esta colección de libros ilustrados, niños y jóvenes aprenderán la vida y obra de importantes personajes de la Historia.

Cada domingo una entrega.
PVP/entrega: 2,95 €



JUGUETES DE CONSTRUCCIÓN
Despierta la creatividad de los más pequeños con nuestros juegos de construcción. Diversión, aprendizaje y horas de entretenimiento. ¡Hazte con los tuyos!

Cada domingo una entrega.
PVP/entrega: 3,95 €

Franquicias | Pymes y Emprendedores

25

elEconomista.es

Expansión territorial

El grupo BaRRa de Pintxos se estrena en Castilla-La Mancha



El Grupo BaRRa de Pintxos apuesta por su crecimiento por toda España y se estrena en Castilla-La Mancha. Este pasado mes de abril, BaRRa de Pintxos ha abierto su primer restaurante en Albacete. El restaurante recién inaugurado dispone de una superficie de 330 metros cuadrados en su interior, más otros 100 metros cuadrados de terraza. Una apertura que ha supuesto la creación de 11 puestos de trabajo. Además de esta inauguración, para esta pri-

mera mitad del año está prevista la apertura de otros cuatro restaurantes más, que ya están en marcha, en Ibiza, Mirasierra, Las Rozas y Alcalá de Henares. Tras abrir este nuevo restaurante y anunciar otros tres más, el objetivo del Grupo es continuar con su expansión por toda España, reforzando su presencia en algunas comunidades en las que ya están presentes e implantándose en otras nuevas como Málaga, Alicante y Valencia.

Galardones

La Asociación Española de la Franquicia celebra la IV edición de sus premios



La Asociación Española de la Franquicia (AEF) celebró el pasado 28 de abril su IV edición de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024. Entre los galardonados estuvieron en el premio Franquiciado del año para el sector retail: Jesús Mayoral y Diego Mayoral (Ambiseint) y en el de alimentación: Pablo Higuero y Emma Hernán (Eroski). Franquiciador del año en retail: Oh my Cut!, restauración: UDON, servicios: Midas, alimentación: Eroski. Franquicia emergen-

te: Japanese Head Spa. Mejor trayectoria profesional en el último año: Sophie Sanz, Country Manager de Yves Rocher. Franquicia internacional del año: Kids&Us. Premio al impacto social: la Once. Franquicia extranjera en España: Alain Afflelou. Premio especial por servicios a la franquicia: FIS (Franchise Innovation Summit). Premio de libre designación del Jurado: Concepción Díaz de Villegas, exdirectora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid.

Apuesta internacional

Nude Project se estrena en Países Bajos con su primera tienda en el país



Nude Project, marca española nacida en el ejercicio 2019 bajo la firma de Bruno Casanovas y Álex Benlloch, certifica su apuesta por el mercado internacional con su tercera apertura en otros países.. Esta vez, los emprendedores y fundadores de la marca han apostado por Países Bajos, concretamente se ubica en Ámsterdam, para seguir ampliando la marca Nude Project. Con esta nueva apertura, la enseña ya suma nueve locales, de los cuales

tres se encuentran situados fuera de nuestro país –uno en Milán (Italia), otro en Oporto (Portugal) y el último en Países Bajos– y cinco en España –una en Madrid, otra Valencia, dos en Barcelona, una en Bilbao y una en Ibiza–. Sobre el local ubicado en Ámsterdam, cuenta con un espacio de 285 metros cuadrados distribuidos en tres plantas y para el que la compañía ha generado veinte empleos en el país del norte de Europa.

Alianza

South Summit y Genyus School impulsarán el emprendimiento infantil



South Summit y Genyus School han sellado una alianza para impulsar el emprendimiento infantil a través de la South Summit Kids Competition. El objetivo no es otro que incentivar el espíritu emprendedor desde edades tempranas y poner en valor el talento innovador de proyectos desarrollados por niños. De esta forma, la South Summit Kids Competition se celebrará en el marco de la próxima edición de South Summit Madrid, que tendrá lugar del 4 al 6 de junio

en La Nave. Concebida como una experiencia formativa y creativa, South Summit Kids Competition se celebrará el 6 de junio e invitará a niñas y niños a representar a sus colegios con sus propios proyectos innovadores. Además de fomentar la creatividad, el emprendimiento y la colaboración, la iniciativa promueve una mentalidad centrada en resolver problemas reales a través de soluciones sostenibles y colaborativas.

Short News

Retail



PREMIOS DE LA FRANQUICIA 2024

Ganadores de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024, organizados por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), y patrocinados por Banco Sabadell, Admefy, Ambiseint, Mail Boxes Etc., Franchise Innovation Summit (FIS).

Una gala que fue presentada por la periodista, presentadora y moderadora de eventos, Jara Abellá, y que fue un éxito de público, ya que reunió a más de un centenar de personas.

Los premios fueron entregados por la Directora General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto Novo; la Directora de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid, Olga M^a Ruiz Castillo, y la Presidenta de la AEF, Luisa Masuet.

Además, asistieron a la gala destacadas personalidades de la clase política, representantes del Partido Popular, el Partido Socialista y VOX, en su calidad de portavoces de sus respectivos partidos, tanto en la Comunidad como en el Ayuntamiento de Madrid, así como directivos del mundo de la franquicia, franquiciados, representantes de asociaciones, instituciones, de ayuntamientos como el de Toledo, y de embajadas como las de Argentina, Brasil y Panamá.



Superficie **100%** Audiencia **16.924** Valoración **423€**

Patrocinada por Franchise Innovation Summit, la 48ª edición de este encuentro acogió a las franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario, una actividad con gran proyección.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

 INICIO
FRANQUICIAS/FRANQUICIAS:ACTUALIDAD

Desayunos Emprendedores: franquicias con propósito y cada vez más cerca de las personas

Patrocinada por Franchise Innovation Summit, la 48ª edición de este encuentro acogió a las franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario, una actividad con gran proyección.

Desayunos Emprendedores 48ª edición

Compartir:
   

Por
Claudio M. Novoa
Publicado el 28 de Mayo de 2025

Ayer celebramos en las oficinas de SHOW2BE, en Madrid, la 48ª edición de los Desayunos Emprendedores, patrocinada por Franchise Innovation Summit (FIS), evento promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF).

Bajo el título, *Franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario: impacto positivo y poder transformador*, en esta mesa redonda profundizamos en una de los segmentos con mayor potencial dentro del mercado de la franquicia.

Para ello contamos con la participación de **Mariona León** (CEO y fundadora de Inima Rehabilitación), **Javier Bergon** (CEO y fundador de Andá Conmigo), **Silvia Caballero** (CEO de Cuidamos Mundi), **Mª José Vidal** (Coordinadora y Supervisora de Delegaciones Cognitivall), **Laura Escanero** (Directora de marca de Bonadea Care), **Fernanda Duga** (Departamento de Expansión de SerHogarsystem), **Eduardo Abadía** (Director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia) y **Raúl Calleja** (Director de Franchise Innovation Summit). Una conversación moderada por **Alejandro Vesga** (CEO y director de Emprendedores) y **Claudio M. Novoa** (responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores).

Ya en la ronda de presentaciones, se puso sobre la mesa la gran proyección de una actividad impulsada por factores demográficos y sociales. Abadía subrayó cómo todo lo vinculado a la salud, no solo física, sino también mental y deportiva, está creciendo de forma exponencial, "de ahí que la celebración de este encuentro tenga mayor sentido que nunca". Calleja, por su parte, señaló que los servicios sanitarios, cuidados personales y atención domiciliaria, así una vertical que va a tener un crecimiento tremendo en los próximos años. "A partir de aquí, nos interesa que marcas posicionadas y con planes de expansión tan interesantes compartáis las inquietudes, retos y oportunidades para seguir creciendo".

A continuación, una detallada crónica de la conversación que germinó entre estos referentes de la franquicia.

Desayunos Emprendedores: calidad y propósito en cadena

Un franquiciado con vocación humanista

Vesga inició el debate de estos Desayunos Emprendedores preguntando por la captación de franquiciados, uno de los grandes desafíos dentro del sector; al contar con un perfil muy específico y más especializado que en otros mercados.

"Lo que nos hemos encontrado en alguna feria, sobre todo, es un perfil inversor, que le gusta el proyecto, los números, pero al ver el corazón de la empresa, a la que

Superficie 100% Audiencia 6.914 Valoración 230€

Entrevistamos al director de la gran feria de la franquicia en España, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Franchise Innovation Summit 2025 (FIS), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid, se convertirá los días 15 y 16 de octubre en el epicentro de la innovación y la inversión en franquicias, con especial atención a la distribución alimentaria. En ella estarán presentes algunas de las principales enseñas de nuestro país, además de otras muchas que se caracterizan por el rápido crecimiento y la innovación.

Conversamos acerca de todos los detalles del evento con Raúl Calleja, director y máximo responsable de la feria.

— FRS: FIS se presenta como un punto de encuentro clave para el mundo de la franquicia y el retail. ¿Qué diferencia al Franchise Innovation Summit de otros eventos del sector en España?

— Raúl Calleja: FIS, Franchise Innovation Summit es el principal instrumento al servicio del sector retail en modelo expansión franquicia para dar visibilidad y reputación al sector, generar oportunidades comerciales para las marcas atrayendo a posibles nuevos franquiciados, inversores, emprendedores y empresarios de toda España.

Promovida directamente por la Asociación Española de la Franquicia, es el punto de encuentro sectorial de referencia. Lo que realmente distingue a FIS es su vocación de servicio a las empresas y su visión de futuro. Cualquier gran sector necesita de plataformas feriales de referencia, y FIS se convierte en ese instrumento. Reúne este año 2025 en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid a líderes, marcas en expansión, nuevos conceptos emergentes y referentes internacionales para generar conexiones reales. Lo hacemos en un entorno profesional de altísimo nivel, y con un contenido congresual que anticipa las tendencias clave del retail y la franquicia. Además, trabajamos estrechamente con organizaciones como la AEF y medios especializados como Food Retail para dar voz a los sectores que están transformando nuestra economía.

— FRS: ¿Qué pueden esperar los visitantes de FIS en relación a las franquicias de la distribución alimentaria?

— R.C.: La distribución alimentaria va a tener un papel absolutamente central en esta edición del Franchise Innovation Summit (FIS). Es un sector clave, tanto por su peso en la economía como por su capacidad para adaptarse e innovar en un entorno cambiante. Y en FIS queremos poner ese dinamismo en el centro del escenario.

— FRS: ¿Nos podrías anticipar cuáles son las enseñas invitadas?

— R.C.: Claro, este año contaremos con una representación destacada de algunas tan consolidadas como Carrefour Express, Eroski, La Despensa Express o Alcampo, junto a modelos emergentes que están sabiendo leer muy bien las nuevas necesidades del consumidor: omnicanalidad, proximidad, sostenibilidad o nuevas experiencias de compra. Todos ellos estarán presentes no solo como expositores, sino también como protagonistas de una jornada monográfica que estamos preparando para analizar a fondo los retos y las oportunidades para franquiciadores e inversores.

Este año contaremos con una representación destacada de algunas tan consolidadas como Carrefour Express, Eroski, La Despensa Express o Alcampo, junto a modelos emergentes que están sabiendo leer muy bien las nuevas necesidades del consumidor

Queremos invitar a emprendedores de toda España a acercarse a FIS y descubrir de primera mano qué está ocurriendo en el mundo de la distribución alimentaria. Será una ocasión única para conocer en detalle los modelos de negocio que están franquiciando, entender cómo invertir o diversificar en este ámbito, tener agenda de reuniones personalizadas con las marcas que buscan crecer con nuevos socios.

Además del marco del estadio Metropolitano de Madrid, con experiencias deportivas, nos invita a disfrutar de un ambiente emprendedor de auténtica pasión.

— FRS: Una de las grandes apuestas de FIS es impulsar el encuentro entre operadores comerciales, inversores y emprendedores para la expansión de sus negocios. ¿Qué tipo de marcas o emprendedores pueden encontrar aquí su mejor oportunidad de crecimiento?

— R.C.: La clave está en la diversidad de sectores del retail representados en FIS. También en la calidad de las propuestas para los posibles franquiciados, así como en el hecho de que la convocatoria está especializada por sectores para atraer visitantes profesionales. Desde sector distribución alimentaria, pasando por las marcas de restauración, fitness y bienestar, cuidado y salud, sector inmobiliario...

El perfil de visitante de FIS es diverso, pero muy cualificado: inversores en busca de rentabilidad, emprendedores con visión local o internacional, y franquiciados que ya operan con éxito y quieren escalar. Todos ellos encuentran aquí oportunidades concretas, modelos de negocio rentables y un ecosistema que les permite proyectar su crecimiento a medio y largo plazo.

— FRS: En un entorno tan cambiante como el actual, ¿cuáles son las principales tendencias en franquicia e innovación que están marcando el rumbo del retail y que se abordan en el Summit?

— R.C.: La digitalización es un eje transversal: desde apps de gestión para gimnasios hasta soluciones logísticas en supermercados. Otra tendencia clave es la sostenibilidad: no solo como política de RSC, sino como ventaja competitiva real, especialmente en alimentación. También estamos viendo una evolución hacia modelos "boutique" y de hiperproximidad, tanto en alimentación como en fitness, donde el trato personalizado y la experiencia marcan la diferencia. Todo esto se trata en nuestros foros y sesiones temáticas, con casos reales de marcas y aprendizajes de la mano de franquiciados del sector food retail. — FRS: El networking es uno de los pilares del evento. ¿Cómo facilita FIS las conexiones estratégicas entre operadores, inversores y marcas? ¿Qué tipo de sinergias surgen habitualmente en este entorno?

— R.C.: FIS está diseñado para que las oportunidades pasen. No solo tenemos una zona de exposición, sino que organizamos encuentros B2B, pitch sessions, y espacios exclusivos como el Club FIS para networking premium. FIS365 es la plataforma de networking que permite a todas las marcas en expansión participantes del FIS tener acceso al 100% de los leads, cualificando en perfil y áreas de interés. De la misma manera tienen acceso a FIS&MEET, una herramienta que permite a todos los visitantes profesionales solicitar citas desde un mes antes de la celebración del evento en el Metropolitano de Madrid.

En la edición pasada, se cerraron acuerdos de expansión territorial, nuevas multifranquicias y joint ventures con partners de toda la península. Además, la jornada monográfica que celebraremos junto a Food Retail el 15 de octubre está pensada para facilitar el aterrizaje de inversores en el sector alimentario, poniendo en valor marcas de primer nivel y tendencias clave como los supermercados de proximidad o las franquicias cooperativas.

— FRS: Mirando al futuro, ¿cuál es la ambición de FIS en los próximos años? ¿Cómo esperáis seguir aportando valor al ecosistema de la franquicia y el emprendimiento comercial?

— R.C.: Nuestra ambición es clara: convertir a FIS en el hub de referencia y punto de encuentro que conecta Latinoamérica con Europa para la innovación en franquicia y retail. Queremos seguir creciendo en calidad y volumen, pero, sobre todo, en impacto. Por eso, reforzaremos nuestras alianzas con medios, asociaciones sectoriales y fondos de inversión. Queremos que emprendedores, franquiciados y marcas encuentren en FIS no solo oportunidades, sino visión estratégica. Eventos como nuestra jornada sobre oportunidades de franquicia en alimentación con Food Retail serán clave para ello, porque conectan la realidad empresarial con las herramientas necesarias para escalar con éxito.

[ANUARIOS PAPEL](#)
[ÚLTIMAS NEWSLETTERS](#)
[DESCARGA EBOOKS](#)
[BLOGS](#)
[VIDEOS](#)

RETAILERS

Raúl Calleja (Franchise Innovation Summit): "La distribución alimentaria va a tener un papel central en esta edición"

Entrevistamos al director de la gran feria de la franquicia en España, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.



LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

1

Juan Roig (Mercadona): "No se trata de lo que España puede hacer por mí, sino de lo que puedo hacer yo por España"

La franquicia celebra sus premios anuales

Ya conocemos a los ganadores de la cuarta edición de los Premios Nacionales y Europeos de la Franquicia 2024, organizados por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), y patrocinados por Banco Sabadell, Admefy, Ambiseint, Mail Boxes Etc., FIS y el Hotel InterContinental Madrid.

Los premios fueron entregados por la directora general de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto; la directora de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid, Olga Mª Ruiz Castillo, y la presidenta de la AEF, Luisa Masuet.

LOS PREMIADOS

El evento reunió a más de un centenar de personas, que asistieron a la entrega de los 14 galardones en sus diferentes categorías. En este sentido, los premiados fueron: **Franquiciado del año:** sector retail (Jesús Mayoral y Diego Mayoral, de Ambiseint), sector alimentación (Pablo Higuero, de Eroski), sector servicios (ha quedado desierto). **Franquiciador del año:** sector retail (Oh my Cut!), sector restauración (Udon), sector servicios (Midas), sector alimentación (Eroski), franquicia emergente (Japanese Head Spa). **Mejor trayectoria profesional en el últi-**

mo año (Sophie Sanz, *country manager* de Yves Rocher). **Franquicia internacional del año** (Kids&Us). **Premio al impacto social** (la ONCE). **Franquicia extranjera en España** (Alain Afflelou). **Premio especial por servicios a la franquicia:** FIS (**Franchise Innovation Summit**). **Premio de libre designación del Jurado** (Concepción Díaz de Villegas, exdirectora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid).

Ahora todos los ganadores nacionales optarán al **Premio Europeo de la Franquicia**, en una gala el próximo 11 de septiembre en Bruselas.



Un crecimiento con nombre propio

Anytime Fitness, la cadena de gimnasios líder en el mundo, abrirá su primer club corporativo en Madrid, que además será el quinto en propiedad en España. Este espacio, que abrirá los 365 días del año y cuya puesta en marcha está prevista para después del verano, integrará un club de fitness de 500 metros cuadrados y dispondrá de un espacio de oficina corporativa.

Una alianza para impulsar una expansión de calidad

Aquí tu Reforma, compañía española líder en el sector de la reforma de viviendas, ha alcanzado un acuerdo estratégico con Carmila, la inmobiliaria propietaria y gestora de 75 centros comerciales en toda España, para abrir nuevas tiendas en sus centros comerciales de Madrid, Cataluña y Andalucía, “ofreciendo a los franquiciados unas condiciones atractivas y competitivas”.

Gracias reconocimiento a Eroski por su modelo de franquicia

El modelo de franquicia de Eroski es un modelo de franquicia de tipo B2B, que permite a los franquiciados operar en el sector de la alimentación y la distribución de productos de consumo masivo. Este modelo de franquicia es muy atractivo para los inversores que buscan una oportunidad de negocio con un alto potencial de crecimiento y una fuerte presencia en el mercado.

El modelo de franquicia de Eroski es un modelo de franquicia de tipo B2B, que permite a los franquiciados operar en el sector de la alimentación y la distribución de productos de consumo masivo. Este modelo de franquicia es muy atractivo para los inversores que buscan una oportunidad de negocio con un alto potencial de crecimiento y una fuerte presencia en el mercado.

El modelo de franquicia de Eroski es un modelo de franquicia de tipo B2B, que permite a los franquiciados operar en el sector de la alimentación y la distribución de productos de consumo masivo. Este modelo de franquicia es muy atractivo para los inversores que buscan una oportunidad de negocio con un alto potencial de crecimiento y una fuerte presencia en el mercado.

El modelo de franquicia de Eroski es un modelo de franquicia de tipo B2B, que permite a los franquiciados operar en el sector de la alimentación y la distribución de productos de consumo masivo. Este modelo de franquicia es muy atractivo para los inversores que buscan una oportunidad de negocio con un alto potencial de crecimiento y una fuerte presencia en el mercado.

La franquicia celebra sus premios anuales

El evento reunió a más de un centenar de personas, que asistieron a la entrega de los 14 galardones en sus diferentes categorías. En este sentido, los premiados fueron: **Franquiciado del año:** sector retail (Jesús Mayoral y Diego Mayoral, de Ambiseint), sector alimentación (Pablo Higuero, de Eroski), sector servicios (ha quedado desierto). **Franquiciador del año:** sector retail (Oh my Cut!), sector restauración (Udon), sector servicios (Midas), sector alimentación (Eroski), franquicia emergente (Japanese Head Spa). **Mejor trayectoria profesional en el último año** (Sophie Sanz, *country manager* de Yves Rocher). **Franquicia internacional del año** (Kids&Us). **Premio al impacto social** (la ONCE). **Franquicia extranjera en España** (Alain Afflelou). **Premio especial por servicios a la franquicia:** FIS (**Franchise Innovation Summit**). **Premio de libre designación del Jurado** (Concepción Díaz de Villegas, exdirectora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid).

Superficie **100%** Audiencia **7.314** Valoración **46€**

El próximo 11 de junio llega una nueva edición de nuestro Learning Day by Restauración News , que tendrá lugar en el Espacio Zenit (C/Orense, 69, Madrid).

La jornada formativa tendrá lugar de 9:00h a 16:30h y está dirigida únicamente a hosteleros. En esta ocasión, el nuevo Learning Day busca dar voz a las marcas emergentes con ambición de crecer . Además, presentamos un nuevo formato mucho más participativo , en que pondremos en común a marcas emergentes y consolidadas del sector de la restauración.

¿Todavía no tienes tu plaza? ¡Regístrate aquí!

Ya sabemos quienes serán algunos de los ponentes que participarán en la jornada , y aquí te los dejamos:

El evento reunirá a una destacada selección de líderes del sector de la restauración las franquicias y la tecnología, con un programa lleno de conocimiento e inspiración. Lee aquí el programa completo.

Abrirá la jornada Vicente Montesinos, socio de Ameba Research, seguido por Gema Ruiz, Demand Generation Manager de Mapal, y Eduardo Domínguez, Head of Sales Spain & Italy de Acrelec, quienes ofrecerán claves sobre análisis, generación de demanda y tecnología aplicada al negocio.

También participarán Diego Ramos, consultor de Cegid Revo, y representantes de players del sector como Traza y ePack Pro España.

La mesa “ ¿Cómo nos ayudáis a crecer?” contará con Raúl Calleja (FIS 2025), Pablo Gutiérrez (mundoFranquicia) y Alberto Salvador (T4 Franquicias) , abordando el papel de los socios estratégicos en la expansión empresarial.

La otra mesa de la jornada será “ Innovar sin perder el alma ” que reunirá a Alejandro Fernández (La Fresería), Christopher Aguilar (La Martinuca), Jesús Fernández (Grupo Sibuya) y Reyes Giménez (Compañía del Trópico), y

Los Cara a cara y La Ronda del Experto: los nuevos formatos del Learning Day

En los cara a cara, se enfrentarán visiones consolidadas y emergentes con ponentes como Eduardo Céspedes (LEW Brand), Carlos Bautista (Culto Kebab), Virginia Donado (Juan Valdez España), Enrique Pérez-Castro (NUGU Burger), Ciro Cristiano (Baldoria Group) y Alfonso Valero (especialista en franquicias).

Como broche final, intervendrá Carlos Pérez Tenorio, Senior Advisor experto en cadenas de restauración organizada en La Ronda del Experto.

Este formato es abierto, ágil y participativo, ya que los asistentes podrán plantear directamente sus dudas, reflexiones o retos a Carlos Pérez Tenorio , uno de los expertos más influyentes del sector de la restauración.

Carlos Pérez Tenorio es un directivo con una amplia trayectoria de más de 20 años en el sector, habiendo pasado por los equipos directivos de compañías como Foodbox o Restalia. Esta experiencia le aporta una visión estratégica y conocimiento del mercado, de las que puedes aprender en nuestro próximo evento.

Sin duda, el próximo Learning Day se presenta como una jornada imprescindible para quienes apuestan por crecer con visión, tecnología e identidad

Si aún no has reservado tu plaza, hazlo antes de que se agoten.

Me apunto al Learning Day



Superficie **100%** Audiencia **7.314** Valoración **44€**

El 11 de junio , el Espacio Zénit de Madrid acogerá la próxima edición del Learning Day , que pondrá el foco en las marcas de restauración emergentes.

Apúntate aquí

Ya tenemos todo listo para esta cita clave para el sector, que reunirá a cadenas de restauración emergentes, emprendedores, especialistas en expansión, y también grupos consolidados con amplia experiencia.

Asimismo, también contará con players del sector expertos en tecnología, seguridad alimentaria, eficiencia, recursos humanos, delivery...

Con un programa repleto de contenidos especializados en el sector, el Learning Day se posiciona como un evento imprescindible para todos aquellos que quieran aprender del sector, conectar con profesionales, y llevarse nuevas ideas que aplicar a sus negocios. Además, desde la organización garantizamos que es un evento únicamente dirigido a hosteleros.

Si aún no lo has hecho, te recordamos que aún estás a tiempo de registrarte para venir al evento, que comenzará a las 9h00 y terminará sobre las 16h00. Durante la jornada formativa habrá momentos para el coffee y un cóctel, en el que podrás compartir junto a los asistentes tus reflexiones sobre lo aprendido.

No te pierdas el programa del Learning Day

09:00 | Registro y café de bienvenida

09:30 | Ponencia Vicente Montesinos, socio de Ameba Research.

09:50 | Entrevista a Gema Ruiz, Demand Generation Manager de Mapal.

10:10 | Mesa de debate «¿Cómo nos ayudáis a crecer?»

– Raúl Calleja, director de FIS 2025

– Pablo Gutiérrez, socio director general de Operaciones de mundoFranquicia

– Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias

– Eduardo Abadía , director ejecutivo de AEF (Asociación Española de la Franquicia).

– Modera: Ana I. García, redactora jefa de Restauración News.

10:50 | Ponencia «Tecnología que suma: Cómo implementarla para aportar valor a la marca y al cliente», por

Eduardo Domínguez-Head of Sales Spain & Italy de Acrelec

11:10| Entrevista « Creciendo en grande: tecnología que acompaña, no limita » a Diego Ramos, Consultor Negocio Corporate de Cegid Revo

11:30 | Pausa para Café y Networking

11:55 | Ponencia ¿Es obligatorio un técnico de seguridad alimentaria en tu restaurante?» por Vicente de Pablos, CEO de TRAZA

12:20 | Cara cara #1: visión consolidada Vs. nuevas ideas disruptivas

– Virginia Donado, CEO de Juan Valdez España

– Enrique Pérez-Castro , CEO de NUGU Burger

12:40 | Cara cara #2: empresario con trayectoria Vs. emprendedor emergente

– Joaquín Capel, CEO y accionista de Grupo Con Fuego

– Enrique Pérez Villarroya, cofundador de Culto Kebab

13:00| Ponencia “ El Poder del Posicionamiento: Claves para Multiplicar tu Visibilidad y Ventas en las apps de Delivery” por Jennifer Hughes, Growth Account Manager de Deliverect

13:25 | Mesa de debate: «Innovar sin perder el alma: ¿es más fácil para los grandes?»

– Alejandro Fernández , Fundador de La Fresería

– Christopher Aguilar, CMO de La Martinuca

– Jesús Fernández , CEO de Grupo Sibuya

– Reyes Giménez , directora de Negocio Coporativo de Compañía del Trópico

-Modera: Clara Román, redactora de Clara Román

14:00 – 15:00 | Cóctel

15:05 | Cara a cara #3: visión consolidados Vs. nuevas ideas disruptivas

– Ciro Cristiano , CEO de Baldoria Group

– Alfonso Valero , especialista en Franquicias

15:30 | La Ronda del Experto, con Carlos Pérez Tenorio, Senior Advisor Especialista en Cadenas de Restauración Comercial Organizada

Regístrate aquí para el Learning Day

[Inicio](#) · [Destacadas](#) · Aquí está el programa del próximo Learning Day: el encuentro clave para...

Destacadas

Aquí está el programa del próximo Learning Day: el encuentro clave para las marcas de restauración emergentes

Jornada titulada Vive Alfàs del Pi Saludable L'ALFÀS DEL PI. L'Alfàs del Pi acogerá el próximo Foro REM el jueves 26 de junio . La jornada, titulada Vive Alfàs del Pi Saludable , está organizada por Relaciones Empresariales del Mediterráneo (REM) con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS). Esta cita contará con la participación de Vicente Arques , alcalde de l'Alfàs del Pi, y Luis Morant , concejal de Turismo, Medio Ambiente, Playas y Huertos Urbanos Ecológicos de L'Alfàs del Pi. Además de Raul Calleja , director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons , directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold , licenciado en Ciencias del Deporte y asesor del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi; Pilar García , directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz , doctor en el laboratorio Bechi. Este foro exclusivo, que tendrá una asistencia máxima de cien personas, dará comienzo a las 11:00 h con un café de recepción de invitados. A continuación, de 12:00 a 13:30 h tendrá lugar la parte protocolaria; de 13:30 a 15:00 h habrá un cocktail; de 15:00 a 16.30 h tendrá lugar un almuerzo y de 16.30 a 18.00 h se celebrará el café y fin de jornada. Las inscripciones se deberán realizar a través de la página web www.remalicante.es

El próximo Foro REM versará sobre bienestar y se celebrará en l'Alfàs del Pi el 26 de junio

Jornada titulada Vive Alfàs del Pi Saludable



Últimas Noticias

- 1** Elche sigue con su plan de peatonalizaciones: turno de plataforma única para Mayor del Pla
- 2** El Parque Científico de la UA acoge la séptima edición del CIENCIATHON, maratón de ciencia y tecnología
- 3** Seísmo en el equipo de Gobierno de San Vicente: Vox atiza al PP por no incluir la rebaja del IBI
- 4** El AMPA del CEIP Josefina Manresa denuncia el abandono del Ayuntamiento de Orihuela en el mantenimiento del centro

El pasado miércoles 11 de junio celebramos un Learning Day más, que esta vez puso el foco en las marcas de restauración emergentes con ganas de crecer.

La jornada se celebró en el Espacio Zénit, en Madrid , y congregó a un amplio número de asistentes dispuestos a aprender sobre el sector, las claves de la expansión y los principales retos de los negocios de restauración.

Ameba Research analizó la situación del sector

Para comenzar, la jornada abrió con una ponencia por parte de Vicente Montesinos , socio fundador de Ameba Research , quien compartió con todos los asistentes cuál era la situación actual del sector de la restauración en España.

Vicente Montesinos ofreció una perspectiva real y sin maquillar del momento actual que vive la restauración organizada. “ Estamos en el mejor de los tiempos y en el peor de los tiempos ”, comenzó, y continuó señalando que “actualmente el mercado crece un 2,1% en ventas comparables, pero esconde una preocupante caída del tráfico”. Según explicó, “el ticket medio está alineado con la inflación”, pero la afluencia de clientes disminuye porque “la gente mira el bolsillo”. El consumidor medio ha perdido hasta un 16% de poder adquisitivo desde 2008, lo que afecta sobre todo al 80% de los hogares situados por debajo de la renta media , quienes, además, son los que más frecuentan la restauración organizada.

En este contexto, el sector ha reaccionado reduciendo el número de aperturas por primera vez desde hace dos décadas. “Estamos en negativo en aperturas . Cerramos unidades pequeñas y abrimos menos, pero más grandes y mejores ”, explicó Montesinos, apuntando a una mayor eficiencia y rentabilidad, pero también a una transformación obligada por el entorno. Muchos grupos se estancan en los llamados techos de cristal: el de los 30 locales —cadenas locales o regionales— y el de los 100 —cadenas nacionales—. “Para pasar a nivel nacional hay que cambiar la gestión, la logística, y construir una identidad de marca potente. Eso, hoy, es mucho más difícil que antes de la pandemia ”, señaló.

Este bloqueo estructural, unido al aumento feroz de la competencia en ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia, abre paso a una nueva etapa de fusiones y adquisiciones. “ Va a haber compras, pero no serán grandes operaciones. Van a ser salvamentos. Vender activos para salvar los muebles ”, advirtió. Además, muchos fondos de inversión que entraron en el sector con expectativas prepandemia están buscando salida. En palabras del propio Montesinos, “ hay gente que quiere hacerse un Goiko... y se lo tienen que hacer mirar, porque si no eres rentable, ese sueño se aleja cada vez más ”. El futuro, concluyó, será para quien consiga ser “asequible, accesible y atractivo” de forma consistente.

La tecnología al servicio de las personas, por Mapal

A continuación, subió al escenario del evento Gema Ruiz, Demand Generation Manager de Mapal , quien fue entrevistada por Clara Román, redactora de Restauración News. En su entrevista, Gema Ruiz puso en valor el papel clave de la tecnología en la transformación de la gestión de personas en hostelería. “ Uno de los grandes retos sigue siendo atraer y fidelizar talento ”, explicó, haciendo referencia a problemáticas como la alta rotación o la falta de compromiso de candidatos , que en ocasiones no llegan a incorporarse a los puestos, pese a haber pasado el proceso de selección.

En este complicado contexto que vive actualmente el sector, Mapal ofrece un ecosistema digital que integra herramientas para la formación, el compromiso y la operativa diaria desde una sola plataforma . “Facilitamos un onboarding más ágil y la posibilidad de visualizar una carrera profesional dentro de la empresa, con planes formativos claros y trazables ”, apuntó Gema Ruiz. Además, con funcionalidades como los reconocimientos entre compañeros o managers, “logramos aumentar la motivación y el sentimiento de pertenencia del equipo”.

Gema destacó también la integración de distintas herramientas como Easylis o Compliance para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de las operaciones: control de desperdicio alimentario, seguimiento de temperaturas, trazabilidad de productos o alineación del stock con la carta real. “ Todo está digitalizado y conectado, lo que permite una toma de decisiones más precisa y rápida ”, explicó. Esto impacta en la cuenta de resultados y, por supuesto, también en la experiencia del cliente, al asegurar que haya personal suficiente y bien formado en cada turno.

La inteligencia artificial es otro de los frentes en los que Mapal está avanzando. “ Estamos desarrollando un asistente digital capaz de dar información clave —desde reputación online hasta niveles de desperdicio— de forma conversacional ”, adelantó Gema. Finalmente, señaló un cambio de mentalidad en el mercado español: si antes el foco estaba casi exclusivamente en la eficiencia operativa, “ en el último año ha crecido mucho el interés por la cultura de empresa y la formación ”. En su visión, Mapal actúa como “ un puente entre la tecnología y las necesidades reales del negocio hostelero”.

¿Cómo me ayudáis a crecer? Un debate sobre la expansión y la franquicia para emergentes

Lo siguiente fue la primera mesa redonda de la jornada, centrada en el crecimiento y la expansión de las marcas de restauración. Estuvo moderada por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News y en ella participaron: Raúl Calleja, director de FIS 2025 Pablo Gutiérrez, socio director general de Operaciones de mundoFranquicia Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias Eduardo Abadía , director ejecutivo de AEF (Asociación Española de la Franquicia).

Todos ellos compartieron su expertise en franquicias y ayudando a marcas de restauración a hacer crecer su negocio. Detallaron cuáles son las bases sobre las que una marca debe planearse su crecimiento, y cuáles son las claves para lograr una expansión exitosa. Muy pronto podréis leer el resumen completo de la mesa y ver el vídeo de la misma en nuestro canal de YouTube.

Acrelec y cómo la tecnología puede sumar a tu negocio

El siguiente en tomar la palabra fue Eduardo Domínguez, Head of Sales de Acrelec para España e Italia, quien abordó cómo la tecnología puede convertirse en un verdadero valor añadido tanto para la marca como para el cliente final.

Bajo el título “ Tecnología que suma” expuso un enfoque integral para digitalizar los restaurantes, basado en cinco categorías de soluciones: vender, promocionar, analizar, preparar y entregar . “La clave está en entender la tecnología como una palanca para vender más, optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente ”, afirmó. Desde kioscos hasta menús digitales, pasando por monitores de cocina o sistemas de entrega en mesa, el ponente insistió en que todas las piezas deben estar integradas bajo una misma visión operativa.

Uno de los focos fue la elección de un buen partner tecnológico , especialmente relevante para marcas emergentes. “ Es fundamental que pueda ofrecer un servicio integral, con consultoría, instalación, mantenimiento e incluso capacidad logística ”, recomendó. También destacó la importancia de que ese socio cuente con referencias sólidas, muchas integraciones disponibles y capacidad de escalar —incluso internacionalmente—. Para Domínguez, trabajar con un fabricante directo, especializado y con control sobre su tecnología, “puede marcar la diferencia en el éxito de la implementación”.

En cuanto al uso de kioscos , señaló que pueden incrementar el ticket medio hasta en un 35% y potenciar la venta sugerida , “porque es menos invasiva que la del camarero”. Pero lanzó una advertencia clara: “No todas las marcas están preparadas para instalarlos. No es una moda. Si tu cocina no soporta los pedidos o no tienes flujo en hora punta, es mejor esperar ”.

Los menús digitales , por su parte, permiten centralizar contenidos, ahorrar en soporte físico y mejorar la percepción de marca. Según Domínguez, “ instalarlos encima de los kioscos tiene mucho sentido, porque la cola ya no está en el mostrador, está en la sala ”. En la fase de entrega, abogó por soluciones como los monitores de estado de pedido o el servicio en mesa con localizadores, que ayudan a “ fidelizar gracias a una experiencia final más satisfactoria ”.

Cegid-Revo y la tecnología como papel estratégico en el sector

Inicio > Actualidad > Learning Day reunió a marcas emergentes y grupos consolidados para hablar sobre...

Actualidad Sector

Learning Day reunió a marcas emergentes y grupos consolidados para hablar sobre cómo crecer en el sector

A continuación, subió al escenario Diego Ramos, consultor de negocio corporate de Cegid Revo, quien fue entrevistado por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News . Ramos comenzó compartiendo una visión clara y contundente sobre el papel estratégico de la tecnología en la hostelería, especialmente para marcas emergentes. “ Hoy en día, sin tecnología no se puede gestionar un restaurante ”, sentenció. Digitalizarse no es opcional, y menos aún en un contexto donde el cliente —incluso el más tradicional— ya es digital . Desde la gestión del stock hasta la relación con el cliente y la entrega a domicilio, todo requiere de sistemas conectados y eficientes para operar con márgenes cada vez más ajustados.

Dirigiéndose especialmente a las empresas emergentes, Ramos ofreció consejos clave para evitar errores estratégicos al elegir tecnología . “La estructura tecnológica que elijas hoy va a determinar lo que puedas hacer en los próximos cinco años”, advirtió. Para él, no se trata solo del precio, sino de la capacidad de escalar, integrar nuevos canales, gestionar una cocina central en el futuro o lanzar un sistema de fidelización. “ Muchas veces decidimos por precio y luego descubrimos que nuestro software nos limita cuando más queremos crecer ”, comentó. Así, Ramos apostó por una visión a largo plazo y por directivos “valientes”, capaces de defender inversiones tecnológicas ante fondos o consejos que solo ven el Excel.

Ramos también insistió en que la tecnología debe venir acompañada de un verdadero equipo consultor. “No basta con comprar un software, necesitas un partner que te acompañe estratégicamente y entienda el negocio”, explicó, citando ejemplos de colaboración diaria con grupos como UDON . Ese acompañamiento cobra aún más importancia en compañías con red de franquiciados, donde la complejidad administrativa y operativa se multiplica. “ Las herramientas pueden ser las mismas, pero la forma de implementarlas cambia radicalmente. Necesitas empatía, adaptación y mucha generosidad entre las partes ”, concluyó.

Traza aclaró todas las dudas acerca de seguridad alimentaria en el restaurante

Tras la pausa para el café, el Learning Day acogió la ponencia ¿Es obligatorio un técnico de seguridad alimentaria en tu restaurante?» por Vicente de Pablos, CEO de TRAZA.

En su intervención, Vicente de Pablos abordó con claridad y cercanía un tema que a menudo genera confusión en la hostelería. Así, De Pablos recordó que, aunque no es obligatorio por ley contar con un técnico en plantilla, sí lo es disponer de un sistema de autocontrol eficaz que garantice la seguridad de los alimentos servidos . “El sistema APPCC no es un invento de la administración, lo creó la NASA para evitar intoxicaciones en el espacio”, explicó, subrayando que los restaurantes deben garantizar y verificar que lo que ofrecen es seguro, con independencia de cómo lo gestionen

De Pablos animó a los hosteleros a apoyarse en expertos externos que garanticen continuidad, objetividad y rapidez de respuesta ante inspecciones o incidentes . “Un técnico interno puede irse, enfermar o perder objetividad. Nosotros garantizamos disponibilidad 365 días al año y una visión independiente y técnica de lo que ocurre en cada establecimiento”, aseguró.

Además, subrayó la importancia de contar con análisis acreditados por ENAC , especialmente cuando hay riesgos reales como brotes provocados por manipuladores portadores sanos una causa frecuente de intoxicaciones. Con más de 4.500 auditorías anuales y 2.000 operadores atendidos, TRAZA ofrece informes claros y visuales con puntuaciones por áreas, medidas correctoras y control documental actualizado . “Nuestro trabajo no es bonito, pero puede evitar brotes, problemas legales y, sobre todo, proteger a vuestros clientes”, concluyó.

Cara a cara #1: Nugu Burger Vs. Juan Valdez Café

Seguidamente llegó el momento del primer cara a cara del Learning Day , un nuevo formato por el que hemos apostado en Restauración News, en el que enfrentamos a un representante de una marca emergente con uno de un grupo consolidado , con más experiencia, para que se pregunten entre ellos y compartan sus conocimientos y diversas visiones del negocio.

La sesión comenzó con una breve presentación de los ponentes: Virginia Donado recientemente nombrada CEO de Juan Valdez España , reconocida por su trayectoria en el sector de la restauración organizada y por su papel en el crecimiento de marcas como Restalia; y Enrique Pérez Castro cofundador de NUGU Buger, una emergente cadena de hamburgueserías con un enfoque diferencial y una historia de reinención constante, proveniente del mundo de la consultoría estratégica.

Durante la conversación, ambos hablaron de cómo hacer escalar un negocio de restauración. En este sentido, Donado habló de dos pilares fundamentales: operaciones simplificadas y posicionamiento de marca claro . “Evita los chefs, los procesos complicados y el personal del que dependas al 100%”, aconsejó. También defendió la necesidad de tener claro quién eres como marca y a qué nicho te diriges: “No intentes estar en todos los momentos del día si no estás preparado para ello. Zapatero, a tus zapatos”.

Otro tema de los que hablaron fue de la importancia de constuir un buen storytelling para comunicar tu marca, y también para que conecte con los clientes. Así, Enrique Pérez-Castro señalaba que NUGU Burger refleja la personalidad de sus fundadores: originalidad, informalidad y colaboración. “ Queríamos una cultura en la que todo el mundo pueda opinar. Incluso el equipo de management me rebate cosas todos los días, y me encanta ”. La clave para él ha sido no poner el foco en los fundadores, sino crear una marca en la que todos se sientan parte activa. Además, ambos compartieron su visión sobre el liderazgo. Donado se propuso demostrarse a sí misma que sigue “en forma” y capaz de liderar un reto de alto impacto: abrir 140 tiendas en 7 años. “Estoy en una fase 360, y quiero volver a bailar este rock and roll con ilusión y con un gran equipo”, afirmó. Pérez, por su parte, se definió como un director de orquesta : “Me encanta delegar. Cada nueva persona que entra suma, y la sinfonía que sale de eso siempre es mejor que lo que yo podría hacer solo”.

Cara a cara #2: Culto Kebab Vs. Grupo Con Fuego

Seguidamente tuvo lugar el segundo cara a cara de la jornada, en que se dieron cita dos visiones complementarias de la restauración organizada: la de Joaquín Capel , CEO y accionista de Grupo Con Fuego , con más de una década de experiencia y cinco marcas desarrolladas, y la de Enrique Pérez Villarroya , joven cofundador de Culto Kebab , una marca con apenas tres meses de vida pero con una propuesta ambiciosa y muy trabajada.

En el encuentro debatieron sobre diversos temas, como la consolidación del Grupo Con Fuego gracias a una estrategia firme: crecimiento pausado, fidelidad a los principios iniciales y mucha atención a las ubicaciones . “Hemos cometido errores por impulsividad, por enamorarnos de un local, pero ya no los repetimos. Si no hay viabilidad clara, no abrimos”, explicó. También puso en valor el servicio como elemento diferencial: “Queremos que el cliente repita. Para eso, necesitas equipos comprometidos con la cultura de la empresa”.

Por su parte, acerca de cómo Culto Kebab prevé consolidarse en un entorno con players tan potentes, Enrique fue claro: “ Nuestro enfoque es producto, producto y más producto. Hemos invertido mucho tiempo y mimo en diferenciarlo, y el cliente lo percibe ”. Además, buscan abrir en ubicaciones cercanas a grandes cadenas para beneficiarse del tráfico que generan. Aunque empezaron con un enfoque puramente dine-in , ya han activado el delivery , aunque sin perder el foco en una experiencia de sala cuidada.

Deliverect y el poder del posicionamiento en restauración

En su ponencia “El Poder del Posicionamiento”, Jennifer Hughes, Growth Account Manager de Deliverect, explicó con claridad cómo las marcas pueden multiplicar su visibilidad y ventas en las apps de delivery

En un entorno donde más de 30.000 restaurantes compiten por aparecer en el top 10 de resultados en plataformas como Glovo, Uber Eats o Just Eat, destacó que factores como el tiempo de entrega, las valoraciones, la calidad del menú y el tiempo activo en la app son determinantes para el algoritmo. “El 2% de tiempo cerrado puede suponer miles de euros en pérdidas”, advirtió, subrayando la importancia de evitar lo que llamó “el asesino silencioso”: la inactividad no detectada de las tiendas.

Para responder a este reto, presentó Pulse , la herramienta de Deliverect que permite centralizar datos de múltiples plataformas, detectar incidencias en segundos y tomar decisiones inmediatas. A través de funcionalidades como Sentinel , que reabre automáticamente los canales cerrados por error, y dashboards que comparan rendimiento con competidores, Pulse ayuda a optimizar operaciones sin necesidad de equipos de analistas. Hughes ilustró su eficacia con casos reales como Burger King UK , que aumentó su ratio de apertura al 99%, o Viena Capellanes , que evitó pérdidas en campaña gracias a las alertas de cierre. “Estar en delivery ya no es suficiente; necesitas destacar”, afirmó.

Las claves para innovar sin perder la esencia, tanto para emergentes como consolidados

La jornada formativa continuó con una mesa redonda cenrrada en innovación, que reunió a dos representantes de grupos consolidados y a dos marcas más emergentes, que fueron modrados por Clara Román, redactora de Restauración News: Alejandro Fernández , Fundador de La Fresería Christopher Aguilar, CMO de La Martinuca Jesús Fernández , CEO de Grupo Sibuya Reyes Giménez , directora de Negocio Coporativo de Compañía del Trópico.

Durante el encuentro, los cuatro profesionales compartieron sus puntos de vista sobre la innovación, profundizando en los riesgos y retos que supone para la empresa, y en cómo organizarse y estructurar la compañía para llevarlo a cabo. Muy pronto podréis leer el resumen completo de la mesa y ver el vídeo de la misma en nuestro canal de YouTube.

#3 Cara a cara: Alfonso Valero Vs. Ciro Cristiano, CEO de Baldoria Group

Tras la pausa para la comida, fue el momento del tercer y último Cara a cara del Learning Day, que juntó a Alfonso Valero, especialista en franquicias con más de 20 años de experiencia en el sector; y Ciro Cristiano, CEO de Baldoria Group y fundador de la marca Beata Pasta.

Alfonso Valero abrió el encuentro repasando sus más de veinte años de trayectoria en el sector, la mayoría de ellos en Grupo Zena, donde pasó por departamentos tan diversos como marketing, expansión, calidad y gestión de marcas. “He hecho de todo, menos finanzas”, bromeó, antes de subrayar que esa transversalidad le ha permitido tener una visión global del negocio, algo que no habría conseguido si se hubiera quedado solo en un área. Actualmente trabaja como asesor independiente ayudando a marcas a crecer, redefinirse o profesionalizar sus operaciones, y recordó con cariño sus colaboraciones pasadas con Restauración News , desde cuando fue jurado en las primeras ediciones de los premios Hot Concepts.

Ciro Cristiano, por su parte, explicó por qué decidió crear una nueva marca, Beata Pasta, en lugar de expandir el restaurante Baldoria, recién elegida como mejor pizzería de España y segunda de Europa. Según contó, la idea desde el principio era construir un grupo multimarca, “porque si no, habría seguido el mismo modelo que ya conocía, como en Big Mamma”. Beata Pasta nació, por tanto, como una apuesta estratégica, no como una simple variación de lo ya existente.

Beata Pasta no es solo un restaurante de pasta fresca. Es, en palabras de su creador, “una experiencia construida en torno a un producto artesano, con un diseño cuidado, música en directo sin robar protagonismo, y un servicio cercano”. En un momento en el que proliferaban los dinner shows , Cristiano quiso ir a contracorriente, ofreciendo algo más auténtico. “No tenemos bailarinas ni focos sobre el escenario: el protagonismo es del restaurante y de los clientes”, afirmó.

Por su parte, Alfonso Valero aportó una perspectiva crítica sobre uno de los errores más frecuentes en las marcas jóvenes: la obsesión por crecer deprisa . “Vemos marcas que abren en Madrid, luego en Valencia, después en Coruña... sin estructura operativa. Y eso, al final, te revienta la marca”, advirtió. También alertó sobre el entusiasmo mal enfocado hacia la franquicia: “Muchos piensan que con tres locales ya pueden franquiciar, pero no se plantean si tienen realmente algo que ofrecerle al franquiciado”.

La charla finalizó con una idea común: el éxito en restauración no viene de atajos, ni de modas pasajeras, ni de crecer por crecer. Viene de tener un modelo sólido, una operación bien estructurada y una propuesta clara para el cliente.

La Ronda del Experto, un espacio de conocimiento con Carlos Pérez Tenorio

En este Learning Day desde Restauración News presentamos otro un nuevo formato de participación directa del público con una figura reconocida del sector: “La Ronda del Experto” . La primera edición de esta fórmula, concebida para enriquecer el debate con preguntas espontáneas desde la audiencia, tuvo como protagonista al veterano directivo Carlos Pérez Tenorio , quien aceptó el reto con naturalidad, humildad y una sinceridad que marcó el tono de toda la sesión.

Lejos de las ponencias clásicas, “La Ronda del Experto” se articuló como un diálogo sin guion , donde las preguntas llegaban en tiempo real desde los asistentes, y donde el invitado respondía sin filtro, con la credibilidad que le da haber vivido de cerca —y en primera línea— la evolución de la restauración organizada en España.

¡No te pierdas aquí todos los vídeos y resúmenes de nuestros Learning Days!

Imágenes de Sandra Rodríguez / Restauración News.

Superficie **100%** Audiencia **7.314** Valoración **183€**

Este contenido está protegido por contraseña. Para verlo, por favor, introduce tu contraseña a continuación: Contraseña:



SPAZIO Restauración News, será el nuevo hub especializado en hostelería y restauración en el marco de **Franchise Innovation Summit (FIS2025)** los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Ryhad Air Metropolitano de Madrid.

Será el gran punto de encuentro profesional para marcas de restauración en proceso de expansión en modelo de franquicia, para potenciar la innovación, inversión y generación de oportunidades comerciales.

Madrid, 10 de junio de 2025 – El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), da un nuevo paso en su estrategia de especialización con el lanzamiento de SPAZIO Restauración News, un hub monográfico y especializado dedicado exclusivamente al universo de las marcas de restauración organizada bajo el modelo de franquicia

Este nuevo hub nace fruto de la alianza con Restauración News, medio líder del canal horeca, y responde al creciente protagonismo de este sector dentro del sistema de franquicia, que en España supera ya las 200 cadenas activas y genera un volumen de negocio superior a los 7.000 millones de euros, según datos de la AEF.

“Con esta alianza con Restauración News damos forma a la estrategia de **FIS** especializando contenidos y convocatoria con partners y líderes sectoriales.” explica Raúl Calleja, director de **FIS**. “La restauración organizada en ámbito franquicia necesitaba un espacio propio donde hablar de negocio, innovación, tendencias y expansión. Spazio Restauración News será el altavoz de todo ello, un instrumento al servicio de las marcas para conseguir leads de calidad de cara a captar nuevos franquiciados de toda la geografía española.”

Más que una zona expositiva: un ecosistema de oportunidades

SPAZIO Restauración News contará con un espacio diferenciado dentro del showroom de **FIS 2025**, donde las marcas de restauración en expansión tendrán visibilidad propia y herramientas para potenciar su crecimiento.

El corazón del hub será el Restauración News Stage, un escenario con programación especializada en negocios, franquicia e innovación, que incluirá ponencias de líderes del sector, casos de éxito, mesas redondas y análisis de tendencias.

Además, se celebrarán pitch sessions para marcas que buscan inversión o nuevos socios franquiciados, meetings 1to1 con operadores e inversores, experiencias gastronómicas inmersivas y múltiples espacios de networking sectorial.

Desde Restauración News llevamos más de 20 años conectando marcas, innovación y profesionales del foodservice», apunta Nacho Rojas, director del medio. “Este acuerdo con **FIS** nos permite dar un paso más, impulsando un entorno de contenidos, donde las marcas de restauración puedan mostrar todo su músculo, aprender, inspirarse y hacer negocio”.

Una alianza con vocación transformadora

Desde la Asociación Española de la Franquicia, entidad promotora de **FIS**, destacan el valor de este acuerdo para dinamizar el ecosistema de las marcas de restauración en modelo franquicia.

“La restauración es uno de los sectores más dinámicos de la franquicia”, afirma Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF. “Esta iniciativa pone en valor su potencial y crea un entorno de referencia para marcas, inversores y emprendedores. Desde AEF estamos convencidos que esta alianza aportará servicios reales a las empresas del sector”.

Una cita imprescindible para el universo food&franquicia

FIS 2025, con el BBVA como patrocinador principal, se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid, con la participación de más de 120 marcas expositoras 3.500 profesionales acreditados y más de 60 speakers nacionales e internacionales. Con iniciativas como Spazio Restauración News, el summit se consolida como la plataforma líder en innovación, desarrollo y conexión para todo el ecosistema de la franquicia.



El próximo jueves 26 de junio Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, organiza un Foro centrado en el bienestar y la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial. Si hay alguna persona interesada en asistir deberá inscribirse previamente a través de la página web www.remalicante.es.

La cita en el senior living THE COMM (antes Forum Mare Nostrum) a las 11.00 horas.

Este Foro REM, explica Luis Morant concejal de Turismo del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, va a reunir a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible. "Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y crear alianzas estratégicas que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo". Una cita estratégica con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS).

Raul Calleja, director Franchise Innovation Summit: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García directora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España. Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto



El próximo jueves 26 de junio Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, organiza un Foro centrado en el bienestar y la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial. Si hay alguna persona interesada en asistir deberá inscribirse previamente a través de la página web www.remalicante.es.

La cita en el senior living THE COMM (antes Forum Mare Nostrum) a las 11.00 horas.

Este Foro REM, explica Luis Morant concejal de Turismo del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, va a reunir a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible. "Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y crear alianzas

El próximo jueves 26 de junio Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, organiza un Foro centrado en el bienestar y la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial. Si hay alguna persona interesada en asistir deberá inscribirse previamente a través de la página web www.remalicante.es. La cita en el senior living THE COMM (antes Forum Mare Nostrum) a las 11.00 horas.

Este Foro REM, explica Luis Morant concejal de Turismo del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, va a reunir a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible. “Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y crear alianzas estratégicas que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo”. Una cita estratégica con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS).

Raul Calleja, director Franchise Innovation Summit: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García d irectora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España. Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto.



Superficie 100% Audiencia 146 Valoración 3€

El próximo jueves 26 de junio Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, organiza un Foro centrado en el bienestar y la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial. Si hay alguna persona interesada en asistir deberá inscribirse previamente a través de la página web

<http://www.remalicante.es>

La cita en el senior living THE COMM (antes Forum Mare Nostrum) a las 11.00 horas.

Este Foro REM, explica Luis Morant concejal de Turismo del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, va a reunir a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible.

“Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y crear alianzas estratégicas que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo”. Una cita estratégica con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de **Franchise Innovation Summit**; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y **Franchise Innovation Summit (FIS)**.

Raul Calleja, director **Franchise Innovation Summit**: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García directora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España. Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto

Superficie **100%** Audiencia **7.314** Valoración **41€**

La cuenta atrás ha terminado. Mañana, 25 de junio, llega una de las citas más esperadas del año en el sector Horeca: la gala de los Hot Concepts 2025 , organizados por Restauración News e impulsados por Peldaño.

En esta 22ª edición, los premios se celebran por primera vez en un enclave a la altura de su prestigio: uZalacaín, en LaFinca (Pozuelo, Madrid) . Un espacio que simboliza la elegancia, la excelencia y la innovación que definen estos galardones.

Durante la velada se darán a conocer los ganadores de las 17 categorías que conforman este año los Hot Concepts, elegidos entre un elenco de finalistas de primer nivel . El jurado que ha decidido quienes son los ganadores en cada categoría está presidido por Loli Requelme , directora general de Grupo La Mafia, y compuesto por grandes profesionales del sector como Asier de Echarri, fundador y propietario de Chalito; Mª Carmen Jáñez, Global HR Director en Amrest; Ciro Cristiano, CEO y fundador de Baldoria Group; Elvira Durand, propietaria y CEO de Le Coq; Jesús Collado, CFO/CDO de Krispy Kreme & Chariots Investments; Jordi Quílez, Global Business Development Director en UDON; José Manuel García, CEO de Azotea Grupo; Lucía Álvarez, fundadora y CMO de Berty's; Luis Trancho, director de Franquicias de Alsea; Macarena Charlo, directora general de Muerde La Pasta; Sergio de Eusebio; CEO de Avanza Food; Virginia Donado, CEO de Juan Valdez España; y Ana I. García, redactora jefa de Restauración News

Ellos son los profesionales que han tenido la difícil tarea de valorar las candidaturas y decidir quién se alzará con uno de los codiciados galardones. Han elegido al ganador de todos los premios excepto del Hot Concept de Honor , que otorga el equipo editorial de Restauración News, para reconocer a aquella empresa del sector que ha destacado y marcado la diferencia en el sector en el último año.

Conoce aquí a los finalistas de los Hot Concepts 2025

Los Hot Concepts son posibles gracias al apoyo de nuestros patrocinadores

Tenemos muchas ganas de reconocer al sector como se merece, y no podemos olvidarnos de que nada de esto sería posible sin el apoyo de nuestros patrocinadores , que hacen realidad esta celebración del talento y el esfuerzo en la restauración. Gracias a Alimentaria, Hostelco, Bidfood, Carpisa, Catcher, Cheerfy, El Pozo, FIS, GastrorankingPro, InnovaChef, Interovic, Last App, Mission Foods, Montchis, Rational, Repsol, The Fork, Winterhalter y Zuplyit , por acompañarnos en este camino y compartir nuestra pasión por el sector. Y también a nuestros colaboradores: Bezoya, El Águila, Muñoz Bosch, Red Bull y Wondercool.

Tras la ceremonia de entrega, que será conducida por el mentalista y presentador Vicente Lucca, la noche continuará con un cóctel en el jardín , donde los asistentes podrán relajarse, brindar, reencontrarse con compañeros y amigos del sector y descubrir las propuestas gastronómicas de varias marcas colaboradoras. Será un momento perfecto para hacer networking, compartir inspiración y seguir celebrando.

Desde Restauración News, deseamos toda la suerte del mundo a los finalistas. Mañana será su noche, pero también la de todos los que, día a día, construyen el futuro de la restauración.

¡Nos vemos en los Hot Concepts 2025! Estad mañana muy atentos a nuestras redes sociales, porque allí iremos anunciando a los ganadores.



¡Ya conocemos a los ganadores de los Hot Concepts 2025! La gala de los Hot Concepts 2025 , celebrada en el espacio uZalacain, volvió a convertirse en la gran noche de la restauración organizada.

Con más de 400 asistentes entre directivos, operadores, proveedores y medios, la ceremonia, organizada por Restauración News, reconoció a los conceptos más innovadores y relevantes del sector, que han sido elegidos por nuestro jurado de profesionales.

Los premios, organizados por Restauración News e impulsados por Peldaño, no serían posible sin nuestros patrocinadores, a los que queremos dar las gracias: Alimentaria, Hostelco, Bidfood, Carpisa, Catcher, Cheerfy, El Pozo, FIS, GastrorankingPro, InnovaChef, Interovic, Last App, Mission Foods, Montchis, Rational, Repsol, The Fork, Winterhalter y Zuplyit.

Y también a nuestros colaboradores: Bezoya, El Águila, Muñoz Bosch, Red Bull y Wondercool.

A continuación, repasamos todos los galardonados de esta edición.

Hot Concept al Servicio Rápido: Deleito

En la categoría de Servicio Rápido , patrocinada por Last.app , el galardón fue para Deleito , una marca joven que ha sabido reformular el concepto de cocina rápida apostando por producto fresco, estética urbana y una experiencia cuidada sin perder eficiencia. Su crecimiento en dark kitchens y nuevos canales la consolida como un actor disruptivo en el mercado del food delivery. El premio fue entregado por Jose Rodríguez Lozano , Strategic Accounts Manager de Last.app, y Loli Requelme , directora general de Grupo La Mafia se Sienta a la Mesa y presidenta del jurado. Lo recogieron sus tres socios fundadores: Raimon Recoder (Director General), Alberto Gras (Kitchens Director) y Gerard Moreno (Director de Operaciones).

Hot Concept al Casual Dining: Runni (Grupo Bellaciao)

Runni , el universo gastronómico de Grupo Bellaciao, ha sido el proyecto elegido como mejor propuesta de Casual Dining , con el apoyo de Mission Foods . Su combinación de experiencias, espacios temáticos y cocina atrevida ha consolidado su éxito como marca.

Ángel Rodríguez de Tejada , jefe de ventas Food Service España en Mission Foods, fue el encargado de entregar el galardón, que recogió Beini Qian , CEO del grupo, quien agradeció el reconocimiento al trabajo de todo su equipo.

Hot Concept al Fine Dining: Mena

El restaurante Mena , ubicado en La Finca Grand Café, ha recibido el Hot Concept al Fine Dining , con el patrocinio de theFork . Mena representa una experiencia gastronómica de alto nivel donde la técnica, el producto y la emoción conviven. Su cocina sofisticada y contemporánea, unida a un servicio impecable y un entorno exclusivo, ha conquistado al jurado.

El galardón fue entregado por Joan Muñoz , director comercial de TheFork en España, y Elvira Durand , CEO de Le Coq y miembro del jurado. Subió a recogerlo Eduardo Céspedes , CEO de LEW Brand , grupo al que pertenece el restaurante.

Hot Concept a las Colectividades: Think Green (Sodexo)

Think Green , de Sodexo , ha sido premiado en la categoría de Colectividades , con el patrocinio de Bidfood . Think Green, de Sodexo, es una propuesta educativa y sostenible que redefine el papel de la alimentación en centros escolares.

El premio fue entregado por Joaquim Arasanz , CEO de Bidfood Spain, y recogido por Sara Enciso , responsable de marketing de Sanidad y Educación de Sodexo.

Hot Concept a la Empresa Revelación: Beata Pasta

En la categoría de Empresa Revelación , patrocinada por Zuplyit , el jurado distinguió a Beata Pasta , un concepto informal de cocina italiana nacido en Madrid. La marca, que pertenece a Baldoria Group, ha conquistado al público con su autenticidad, estética desenfadada y espíritu de comunidad. Su propuesta de pasta fresca al momento, combinada con un marketing muy visual y una operativa sencilla, ha logrado generar una fuerte conexión con el público joven urbano.

El galardón fue entregado por Omar Orduz , director de ventas de Zuplyit, y recogido por Ciro Cristiano , CEO y fundador de Baldoria Group , junto a su equipo.

Hot Concept a la Trayectoria Empresarial: Grosso Napoletano

El Hot Concept a la Trayectoria Empresarial , patrocinado por ElPozo , recayó en Grosso Napoletano , cadena pionera en introducir el modelo de pizzería napolitana en España con un enfoque contemporáneo, cuidando al máximo el producto y la experiencia. Desde su fundación en 2017, Grosso ha mantenido un crecimiento constante.

El premio fue entregado por Mar Fuertes Quintanilla , directora de relaciones institucionales de Grupo Fuertes – ElPozo Alimentación. Recogió el galardón su CEO, Bruno González Calvo , quien destacó el esfuerzo del equipo en todas las etapas del crecimiento.

Hot Concept a la Restauración en Hoteles: Hospes Restauración

En la categoría de Restauración en Hoteles , patrocinada por INTEROVIC , el reconocimiento fue para Hospes Restauración , la división gastronómica del grupo Hospes Hotels. Esta cadena boutique ha sabido diferenciarse con una oferta gastronómica personalizada en cada uno de sus hoteles, apostando por el producto de proximidad, el respeto al entorno y una atención al detalle que trasciende el estándar hotelero.

El premio fue entregado por Tomás Rodríguez , director de INTEROVIC, y recogido por Manuel Olivares , CEO de Hospes Restauración, quien puso en valor el papel del equipo en esta evolución hacia una restauración con alma propia dentro del ámbito hotelero.

Hot Concept a la Experiencia de Cliente en Sala: La Mordida

El galardón a la Experiencia de Cliente en Sala , patrocinado por Winterhalter , fue para La Mordida , la emblemática cadena mexicana que ha convertido cada visita en una fiesta sensorial. Más allá de su carta colorida y sabrosa, La Mordida destaca por su ambiente vibrante, atención cercana y la capacidad de crear una atmósfera auténtica que traslada al comensal a las calles de Ciudad de México.

Juan Medina , Marketing Manager de Winterhalter Ibérica, fue el encargado de entregar el premio, que recogió Carlos Ruiz , CEO de Mexicana de Franquicias, grupo que opera la marca, junto a parte de su equipo de operaciones.

Hot Concept a la Experiencia de Cliente (global)

En la categoría de Experiencia Digital de Cliente , patrocinada por Gastroranking , el premio fue para Sinestesia , un restaurante madrileño que combina gastronomía, arte, tecnología y emoción en un formato inmersivo. Cada plato está vinculado a proyecciones visuales y música, creando una experiencia única que ha conquistado a públicos nacionales e internacionales y convertido al local en un fenómeno viral.

El premio fue entregado por Ruth Talaya Monteagudo , directora general de Gastroranking Pro, y lo recogió Carmen Garoafa , responsable de eventos y reservas de Sinestesia.

Hot Concept a la Restauración para Viajeros: Cafestore

Cafestore , la marca de restauración vinculada a estaciones de servicio y áreas de carretera, recibió el premio a la Restauración para Viajeros , patrocinado por Alimentaria . En los últimos años, Cafestore ha realizado un importante esfuerzo de modernización de espacios y cartas, mejorando la experiencia de sus clientes en ruta con una oferta más variada, saludable y eficiente.

Susana Gibert , directora de expansión internacional en Alimentaria Exhibitions, fue la encargada de entregar el galardón, que recogieron Hernando Martín , director general de Cafestore, y Enrique Sanz , responsable de Operaciones de Restauración.

Hot Concept a la Innovación en Alimentación: Croissantízzima de Domino's Pizza

En la categoría de Innovación en Producto de Alimentación , patrocinada por Innova Chef , el jurado premió a Domino's Pizza por su exitosa

Wine / Actualidad / Los Hot Concepts 2025 coronan a los protagonistas del año en restauración

Actualidad Destacada

Los Hot Concepts 2025 coronan a los protagonistas del año en restauración



creación Croissantízzima , una original reinterpretación del croissant en formato salado, relleno y con masa hojaldrada. Esta innovación ha supuesto un éxito de ventas y un claro ejemplo de cómo una marca global puede seguir sorprendiendo al consumidor local.

El premio fue entregado por Vanesa Fidalgo , directora de operaciones de Innova Chef, y lo recogió Silvia Serrano , directora de marketing de Alsea, grupo operador de Domino's en España.

Hot Concept a la Tecnología: Cheerfy

El premio a la Tecnología , patrocinado por Rational , fue para Cheerfy , por su solución de Sala Digital , una herramienta de CRM y automatización de marketing que permite a los restaurantes personalizar la relación con cada cliente. Su impacto en la fidelización y mejora de la experiencia lo han convertido en un aliado estratégico para grandes y pequeñas marcas.

Entregaron el premio Andrés Tarazona , Key Account Manager de Rational, y Luis Tranco , director de franquicias de Alsea y miembro del jurado. Lo recogió Paola Maggiori , directora comercial de Cheerfy.

Hot Concept a la Sostenibilidad y RSE: Juan Valdez – Mujeres cafeteras

En la categoría de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial , patrocinada por Repsol , el reconocimiento fue para el proyecto Mujeres Cafeteras de Juan Valdez España , una iniciativa que visibiliza y apoya a las productoras de café en origen. Esta propuesta combina empoderamiento femenino, trazabilidad e impacto real en comunidades rurales.

El galardón fue entregado por Ángel Luis Chocano , gerente de Horeca y Servicios GLP España en Repsol, y recogido por Virginia Donado , CEO de Juan Valdez España, quien subrayó la importancia de conectar al consumidor final con la historia humana que hay detrás de cada taza de café.

Hot Concept a la Máquina del Año: Impresora SATO FX3-LX

En la categoría de Máquina del Año , patrocinada por Hostelco , el premio fue para la impresora SATO FX3-LX , una solución portátil que ha revolucionado la trazabilidad en cocina profesional y en procesos logísticos del sector foodservice. Su facilidad de uso, conectividad y capacidad de adaptación a distintos entornos la convierten en una herramienta clave para mejorar la seguridad alimentaria y la eficiencia operativa.

El premio fue entregado por Elisabet Tomás , adjunta a dirección en FIRA Barcelona, y recogido por Nathaly Uribe , Horeca Business Developer de SATO, quien subió junto a su equipo.

Hot Concept al Partner Estratégico para el Desarrollo de una Marca : mundoFranquicia por Levaduramadre

El galardón al Partner Estratégico para el Desarrollo de una Marca , patrocinado por Carpisa Foods , fue para mundoFranquicia , por su papel clave en la expansión y consolidación de Levaduramadre como uno de los casos de éxito más notables de los últimos años. Esta colaboración ha permitido a la enseña escalar su red sin perder identidad ni calidad operativa, demostrando cómo la consultoría experta puede ser un verdadero motor de crecimiento.

Entregó el premio César García Molina , director comercial de Carpisa Foods. Recogió el galardón Mariano Alonso Prieto , socio fundador y director general de mundoFranquicia.

Hot Concept a la Gestión Empresarial: Comess Group y Levaduramadre

El premio a la Gestión Empresarial , patrocinado por Catcher , fue para Comess Group por su impecable trabajo al frente de Levaduramadre .

En menos de dos años, el grupo ha logrado optimizar operaciones, profesionalizar procesos y preparar la marca para su internacionalización, demostrando una capacidad de gestión sólida y estratégica.

El premio fue entregado por Marius Lulea , Global Manager de Catcher, y recogido por Iñaki de Olazabal , CEO de Comess Group.

Hot Concept a la Directiva del Año: Ángeles Orantes-Zurita, CEO de La Cueva de 1900

En la categoría de Directiva del Año , patrocinada por Cheerfy , el jurado reconoció el liderazgo de Ángeles Orantes-Zurita , CEO de La Cueva de 1900 , por su capacidad para transformar un negocio tradicional en un grupo sólido y moderno sin perder su esencia andaluza. Su visión estratégica, su implicación en todos los niveles del negocio y su apuesta por la profesionalización le han valido este merecido reconocimiento.

El galardón fue entregado por Paola Maggiori , Regional Sales Spain en Cheerfy, y recogido por la propia Ángeles Orantes-Zurita, quien se mostró muy emocionada, y dedicó el premio a su equipo y a la historia familiar detrás de su éxito.

Hot Concept de Honor: José María Capitán, fundador y propietario de Restalia, por 25 años de 100 Montaditos

Uno de los momentos más especiales de la noche fue la entrega del Hot Concept de Honor , el único premio no votado por el jurado, sino otorgado directamente por el equipo editorial de Restauración News

En esta edición, el galardón reconoció la trayectoria de José María Capitán , fundador y propietario de Restalia , por su papel esencial en la transformación del sector a través de conceptos como 100 Montaditos , que este año celebra su 25 aniversario.

El premio fue entregado por Ana I. García , redactora jefa de Restauración News , y Nacho Rojas , director del área de restauración de Peldaño. Lo recogió María Noguera , directora de relaciones institucionales y comunicación de Restalia (junto a su equipo) quien recordó la visión pionera de Capitán y su impacto en la creación de un nuevo modelo de restauración organizada en España.

La ceremonia concluyó con la tradicional foto de familia de los ganadores en el escenario, marcando el cierre de una noche vibrante, llena de talento, innovación y emoción. Los Hot Concepts 2025 volvieron a demostrar que la restauración española sigue en movimiento, apostando por la calidad, la sostenibilidad y la experiencia.

DEJA UNA RESPUESTA

Superficie **100%** Audiencia **10.260** Valoración **96€**

La jornada 'Empresa y Salud', organizada por REM en el marco de la campaña Vive L'Alfàs Saludable, reúne a expertos y empresariado para debatir sobre calidad de vida y colaboración institucional

L'ALFÀS DEL PI.- La conexión entre salud, empresa y territorio ha sido el eje central de la jornada "Empresa y Salud", celebrada en The Comm Senior Living y enmarcada en la campaña Vive L'Alfàs del Pi Saludable . Organizada por la plataforma Relaciones Empresariales del Mediterráneo (REM) , con la colaboración de Hidraqua y **Franchise Innovation Summit (FIS)** , la cita reunió a representantes institucionales, del ámbito empresarial y del bienestar con un objetivo común: generar sinergias que refuercen la salud como valor social y económico.

La apertura corrió a cargo de Luis Morant , concejal de Turismo, Medio Ambiente y Playas de L'Alfàs del Pi, quien subrayó que " la salud no es solo responsabilidad del sistema sanitario, también es del ámbito institucional y de las empresas". En su intervención, Morant defendió que " L'Alfàs es saludable porque se vive bien", y añadió que encuentros como este deben ser "punto de partida a nuevas alianzas, nuevas oportunidades. L'Alfàs, un municipio saludable por vocación".

L'Alfàs, referente en salud para visitantes y residentes

Desde REM, Francisco Chico de Guzmán y Sandra Torrighelli destacaron la proyección territorial del evento, al asegurar que fue "una oportunidad de conocer L'Alfàs del Pi para la gente que ha venido, procedente de Alicante provincia, Valencia, Albacete, Madrid y otras localizaciones". Ambos coincidieron en que "otorgamos siempre importancia a la salud y el bienestar, porque a todos nos gusta sentirnos bien", y señalaron a L'Alfàs como "pionera, con un modelo de ciudad muy interesante en lo que concierne a la salud".

El panel de expertos estuvo integrado por Raúl Calleja (**Franchise Innovation Summit**), la Dra. Ana Brotons (Quinton Biotech Labs), Bernd Reinhold (asesor deportivo del Ayuntamiento de L'Alfàs), Pilar García (Japanese Head Spa) y el Dr. Juan José Muñoz (Laboratorio Bechi).

El debate arrancó con la relación entre el entorno y la salud. Según Calleja, "cada euro que se invierte en deporte e instalaciones genera un ahorro del 13% en sanidad pública", destacando además que "la salud y el bienestar están creciendo como negocio, con digitalización, automatización, talento y actitud como claves".

Modelos de bienestar con sello local

En esta línea, Reinhold valoró las características locales: "Aquí tenemos actividades todo el año, para todos los públicos, muchas nacionalidades y disciplinas nuevas como el nordic walking . Somos privilegiados por vivir aquí".

Por su parte, la Dra. Brotons recordó que "en L'Alfàs tenemos clima mediterráneo, mar y montaña, instituciones volcadas en la salud y en potenciar la dieta mediterránea", mientras que el Dr. Muñoz contextualizó a nivel global: "Vivimos la fiebre del oro en busca de la inmortalidad . No se trata solo de estética, sino de ralentizar el envejecimiento con medicamentos. Nuestro ADN responde a cómo lo tratamos".

Proyectos reales e innovación al servicio de las personas

Durante la jornada se compartieron casos prácticos de innovación en bienestar. Pilar García explicó cómo su empresa evolucionó tras la pandemia: "Nos dedicamos a la estética capilar basada en tradición japonesa , pero con el covid apostamos por un concepto nuevo, los spas especializados". A su vez, Brotons destacó la labor de Quinton: "Estudiamos el agua de mar con fines terapéuticos. Tiene sentido porque es el origen de la vida, es lo que necesita una célula para estar sana".

En este contexto, Reinhold insistió en la necesidad de concienciar desde las instituciones: "Hay que promover el deporte y hacerlo accesible. En Alemania tenemos I eyes para educar en salud . Necesitamos eso aquí". Calleja añadió que "la vida activa se ha democratizado. Ahora vemos gimnasios llenos de jóvenes y parques biosaludables para seniors. Ese es el camino".

El Dr. Muñoz reivindicó una medicina más ágil y cercana: "No podemos aceptar tanta cola, tanta espera. Hay que exigir más rapidez a las autoridades y apostar por una vida equilibrada", mientras Brotons lanzó un mensaje de corresponsabilidad: "Como empresas tenemos la responsabilidad de ofrecer productos responsables. Demonizamos el plástico, pero todos debemos remar en la misma dirección".

Un municipio abierto a la salud global

La clausura corrió a cargo de Maite García , primera teniente de alcalde de L'Alfàs del Pi y diputada autonómica, quien resaltó la diversidad del municipio: "Tenemos 99 nacionalidades. Cuando ningún municipio de la comarca tenía instalaciones deportivas profesionales, aquí ya había una pista de atletismo como las de Barcelona 92". García invitó a la participación activa en la campaña Vive L'Alfàs Saludable , que incluye actividades turísticas centradas en el bienestar.

El encuentro también contó con la asistencia de destacadas personalidades del ámbito empresarial y asociativo, como Fede Fuster , presidente de HOSBEC Nuria Montes , secretaria general de la asociación hotelera; y Sandra García , presidenta de MEMBA Marina Baixa , además de representantes de diferentes sectores económicos y empresariales de la provincia. Esta diversidad de perfiles reforzó el enfoque transversal del evento, evidenciando el creciente interés del mundo empresarial por integrar el bienestar y la salud en sus estrategias de desarrollo y responsabilidad social.

Una visión compartida: bienestar como estrategia de futuro

La jornada dejó patente que la salud no solo es un valor individual, sino también una estrategia colectiva de desarrollo territorial . El compromiso compartido entre instituciones, empresas y ciudadanía refuerza un modelo de municipio que apuesta por el cuidado, la prevención y la innovación en bienestar. Y en la jornada, L'Alfàs del Pi quiso mostrar su capacidad para conectar personas, ideas y proyectos en torno a una visión más saludable, sostenible y cohesionada de la sociedad.

El bienestar como motor de desarrollo: L'Alfàs impulsa el diálogo entre salud, empresa y territorio

La jornada 'Empresa y Salud', organizada por REM en el marco de la campaña Vive L'Alfàs Saludable, reúne a expertos y empresariado para debatir sobre calidad de vida y colaboración institucional

1 / 18

Un momento del encuentro, celebrado en The COMM Senior Living. Foto: Fausto.



Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, en colaboración con el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, ha celebrado un foro en el senior living THE COMM para debatir sobre el bienestar y la salud como un eje de inversión y desarrollo empresarial, reuniendo a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global en l'Alfàs, localidad reconocida como un referente internacional en este área, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible.

“Queríamos traer a l'Alfàs del Pi, que es sinónimo de bienestar y salud, ponentes de reconocido prestigio a nivel nacional”, ha destacado la presidenta y gerente de REM, Sandra Torrigelli, a lo que añadía Luis Morant, concejal de Turismo, “unir a representantes del sector de la salud con nuestro municipio, en un momento de expansión empresarial como el actual, consideramos que es una buena alianza”.

Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y poner en marcha estrategias que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo. Una cita estratégica que ha contado con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS).

Ponentes. Raul Calleja, director Franchise Innovation Summit: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García d irectora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España. Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto



Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, en colaboración con el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, ha celebrado un foro en el senior living THE COMM, para debatir sobre el bienestar y la salud como un eje de inversión y desarrollo empresarial, reuniendo a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global en l'Alfàs, localidad reconocida como un referente internacional en este área, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible.

"Queríamos traer a l'Alfàs del Pi, que es sinónimo de bienestar y salud, ponentes de reconocido prestigio a nivel nacional", ha destacado la presidenta y gerente de REM, Sandra Torrighelli, a lo que añadía Luis Morant, concejal de Turismo, "unir a representantes del sector de la salud con nuestro municipio, en un momento de expansión empresarial como el actual, consideramos que es una buena alianza".

Una oportunidad para conectar con referentes del sector, descubrir nuevas tendencias y poner en marcha estrategias que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo. Una cita estratégica que ha contado con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS).

Raul Calleja, director Franchise Innovation Summit: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García directora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España.

Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto



Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, en colaboración con el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, ha celebrado un foro en el senior living THE COMM, para debatir sobre el bienestar y la salud como un eje de inversión y desarrollo empresarial, reuniendo a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global en l'Alfàs, localidad reconocida como un referente internacional en este área, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible.

"Queríamos traer a l'Alfàs del Pi, que es sinónimo de bienestar y salud, ponentes de reconocido prestigio a nivel nacional", ha destacado la presidenta y gerente de REM, Sandra Torrighelli, a lo que añadía Luis Morant, concejal de Turismo, "unir a

Se ha celebrado un foro en el senior living THE COMM, para debatir sobre el bienestar y la salud como un eje de inversión y desarrollo empresarial

Relaciones Empresariales del Mediterráneo, REM, en colaboración con el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, ha celebrado un foro en el senior living THE COMM, para debatir sobre el bienestar y la salud como un eje de inversión y desarrollo empresarial, reuniendo a profesionales y agentes comprometidos con la innovación, el bienestar y la colaboración global en l'Alfàs, localidad reconocida como un referente internacional en este área, con el objetivo de impulsar un futuro más saludable y sostenible.

“Queríamos traer a l'Alfàs del Pi, que es sinónimo de bienestar y salud, ponentes de reconocido prestigio a nivel nacional”, ha destacado la presidenta y gerente de REM, Sandra TorrigHELLI, a lo que añadía Luis Morant, concejal de Turismo, “unir a representantes del sector de la salud con nuestro municipio, en un momento de expansión empresarial como el actual, consideramos que es una buena alianza”.

Una oportunidad para conectar con referentes del sector descubrir nuevas tendencias y poner en marcha estrategias que impulsen los negocios y contribuyan al bienestar colectivo. Una iniciativa estratégica que ha contado con la participación especial de profesionales relevantes del sector. Raul Calleja, director de Franchise Innovation Summit; la Dra. Ana Brotons, directora científica de Quinton Biotech Labs; Bernd Reinhold, licenciado en Ciencias del Deporte; Pilar García, directora de Expansión de JHS, y el Dr. Juan José Muñoz, doctor en el laboratorio Bechi.

Un encuentro empresarial en un destino turístico saludable, elegido como segunda residencia por una población extranjera que supera el 50% del censo, y desde donde se promueven acciones que potencian hábitos saludables. Esta edición girará en torno a la salud como eje de innovación, inversión y desarrollo empresarial, con ponentes de primer nivel: laboratorios, spas internacionales y referentes del sector que compartirán visión y experiencia. Foro organizado por REM con la colaboración de Hidraqua y Franchise Innovation Summit (FIS).

Raul Calleja, director Franchise Innovation Summit: el punto de encuentro del sur de Europa que impulsa la innovación, la conexión y el crecimiento en el ecosistema de franquicias.

Ana Brotons directora científica de Quinton Biotech Labs. La Fundación René Quinton es una institución referente en el cuidado de la salud mediante la aplicación de la Terapia Marina.

Bernd Goldschmidt Licenciado en Ciencias del Deporte y temas de salud a través de la Actividad física y deporte.

Pilar García directora de Expansión de JHS. Primera red de spas capilares de España. Actualmente tienen 33 spas activos en España y 3 internacionales.

Juan José Muñoz Doctor en Bechi, laboratorio Internacional de origen alicantino con más de una década de experiencia innovando en el campo de la salud y el bienestar.

REM es una plataforma líder en encuentros empresariales con sede en Alicante y Delegaciones en Madrid, así como acuerdos de ámbito institucional como internacionales, reconocida por su organización de Foros Empresariales exclusivos y de alto impacto desde 2007. El objetivo de REM es provocar conexiones profesionales de alto impacto





Superficie **100%** Audiencia **13.895** Valoración **139€**

Con un enfoque ágil –y didáctico–, el evento se dirige a franquiciadores con redes ya consolidadas o en el camino, a centrales que estén dando sus primeros pasos, a proyectos aún embrionarios que todavía no hayan dado el salto al mercado en cadena, a emprendedores e inversores que estén planteando la idea de unirse a alguna marca...

Una jornada, en definitiva, diseñada para todas aquellas personas interesadas de un modo u otro en el universo de la franquicia y el emprendimiento, donde también disfrutaremos de un café–networking y podremos conocer, además, las últimas novedades sobre el **Franchise Innovation Summit**, de la mano de sus impulsores.

Si estás interesado en asistir, escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Las plazas son limitadas.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO



INICIO

FRANQUICIAS / FRANQUICIAS-ACTUALIDAD

El 15 de septiembre llega la V Edición de 'Emprendedores en Franquicia'

En la jornada, que incluirá varias mesas redondas y un café–networking, analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable.

emprendedores en franquicia 2025

Compartir:



Por Redacción Emprendedores
Publicado el 20 de Agosto de 2025

Llega una nueva edición de Emprendedores en Franquicia, un foro de debate y networking del que hemos celebrado cuatro ediciones con gran éxito y que se ha situado como un punto de encuentro único para todo el ecosistema de la franquicia. Una iniciativa con la que buscamos dar el pistoletazo de salida al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

El 15 de septiembre nos reuniremos en el Impact Hub Prosperidad (Sala Europa), en Madrid, **en una jornada –de 09:45 a 14:00h– donde analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable**, con el patrocinio de KüchenHouse, Franchise Innovation Summit (FIS), Zenergie Body & Soul, Curves, Dialenga, REMAX, Manitas a Domicilio, Grupo Fournier (Mobaipa, SoCoo's) y Banco Sabadell.

Bajo el título **Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor]**, contaremos con franquiciadores referentes en el mercado que compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes, en las cuatro mesas redondas que hemos programado (en los próximos días avanzaremos los ponentes confirmados).

- **Mesa especial 50ª Edición Desayunos Emprendedores.** Una mesa redonda muy especial con la que celebramos el cumpleaños de uno de los foros de debate–networking más reconocibles de Emprendedores. A partir de aquí, realizaremos una panorámica global del mercado, su evolución reciente, su estado actual, sus oportunidades y desafíos, tendencias emergentes...
- **Las tablas de la ley... de la rentabilidad.** En esta mesa redonda profundizaremos en diferentes aspectos económico–financieros que permiten asentar las bases de un proyecto rentable. Y para ello, convocaremos a un franquiciado, una central y una entidad financiera, para tener una visión panorámica de este asunto desde diversas perspectivas.
- **Emergentes... y rentables.** Reunimos alrededor de la mesa a representantes de marcas que operan en segmentos que están experimentando crecimientos sobresalientes, para que compartan aquellas claves que les permiten crecer con rapidez y, al mismo tiempo, de forma sólida.
- **Líderes con propósito.** Conversamos con los fundadores de marcas que han logrado desarrollar modelos de negocio que se han convertido en referentes del mercado. Líderes, en definitiva, que han sabido crecer mucho... y bien.

A través de estos debates daremos todas las claves para afrontar uno de los desafíos mayúsculos a los que se enfrentan hoy unas marcas que ponen el foco, más que nunca, en la cultura de innovación y en la adaptación a las nuevas tecnologías.

Emprendedores franquicias

NOTICIAS / ENTREVISTA / EVENTOS / NOVEDADES

ENTREVISTA / LUIS JAVIER MERINO /
Fundador de El Obrador de Goya



“Para
nosotros,
la calidad
no se
negocia”

Para empezar, una aclaración. El nombre de la marca no hace referencia al pintor aragonés universal ni a la famosa calle madrileña, sino que es un homenaje a la abuela de nuestro protagonista. “Se llamaba Gregoria, pero todo el mundo la llamaba Goya. Fue una de las pioneras en montar una empresa, en tener una fábrica de pan; la llevaban entre ella y mi abuelo, pero era ella la que realmente estaba al pie del cañón con los trabajadores. Desde ahí servían a casi todos los mercados de Madrid y, además, tenían despachos de pan en todos los mercaditos que había en las galerías comerciales”.

¿Y cuál ha sido la principal enseñanza de su abuela? “La constancia, el trabajo, el sacrificio; el estar ahí y ser constante te puede hacer triunfar o no, pero incrementa las posibilidades de éxito”.

Cuarta generación de panaderos y pasteleros en Madrid, **Luis Javier Merino** lleva toda la vida en este mundo y la idea de montar su propio negocio siempre estuvo ahí, algo

que se fue fraguando durante los seis años que trabajó como comercial en la firma de masas congeladas Euro-pastry. “Al margen de vender nuestro catálogo, me gustaba asesorar a los clientes, que tenían sus panaderías, sus pastelerías, acerca de cómo atender al público, cómo colocar el producto, cómo decorarlo de diferentes maneras... Al final, esto me cautivó”.

Y la oportunidad llegó cuando un cliente le comentó que iba a traspasar su negocio. “Le comenté que tenía una idea, le gustó mucho, llegamos a un acuerdo y arrancamos en marzo de 2011”. A la iniciativa se sumó su mujer –“una parte fundamental en la empresa”–, procedente del sector turístico. “Ella empezó en ese primer local, en el Centro Comercial Isla Azul, estuvo dos-tres años detrás del mostrador y lo hizo muy bien”.

Hoy, la marca tiene cinco locales propios y 22 franquicias, con una facturación de 11 millones de euros, una subida interanual del 12%, con una previsión de 14 millones en 2025.

(Sigue en la pág. 98)

SUPLEMENTO COORDINADO
POR CLAUDIO M. NÓVOA

SUMARIO

EMERGENTES

Te descubrimos una marca que combina innovación y tradición en un modelo sin competencia.

Pág. 97

ACTUALIDAD

Repasamos las aperturas más recientes de las marcas, el avance internacional de enseñanzas referentes y las acciones de RSC que definen el impacto de las franquicias en su entorno.

Pág. 99

NOVEDADES

Un catálogo de cadenas que están dando ahora mismo sus primeros pasos en franquicia.

Pág. 99

FICHAS

Una selección de marcas destacadas que buscan de forma activa a franquiciados.

Pág. 100

EVENTO DESTACADO

Desayunos

Emprendedores.

Patrocinada por **Franchise**

Innovation Summit (FIS),

evento promovido por la

Asociación Española de la

Franquicia (AEF), la 48ª

edición de este encuentro

giró alrededor de las

franquicias de cuidado

asistencial y sociosanitario.

Pág. 94

franquicias / NOTICIAS / ENTREVISTA / EVENTOS / NOVEDADES

DESAYUNOS EMPRENDEDORES

Franquicias con propósito y cada vez más cerca de las personas

Patrocinada por **Franchise Innovation Summit** (FIS), la 48ª edición de nuestros desayunos acogió a las franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario, una actividad con gran proyección.



Las oficinas centrales de SHOW2BE, en Madrid, acogieron la 48ª edición de los Desayunos Emprendedores, patrocinados en esta ocasión por **Franchise Innovation Summit** (FIS), evento promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF).

Bajo el título, *Franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario: impacto positivo y poder transformador*, en esta mesa redonda profundizamos en uno de los segmentos con mayor potencial dentro del mercado de la franquicia.

Intervinieron en la conversación **Mariona León** (CEO y fundadora de Inima Rehabilitación), **Javier Bergón** (CEO y fundador de Anda Conmigo), **Silvia Caballero** (CEO de Cuidamos Mundi), **Mª José Vidal** (coordinadora y supervisora de Delegaciones Cognitiva), **Laura Escanero** (directora de marca de Bona-dea Care), **Fernanda Duga** (departamento de Expansión de SerHogarsystem), **Eduardo Abadía** (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia) y **Raúl Calleja** (director de **Franchise Innovation Summit**), moderados por **Alejandro Vesga** (CEO y director de Emprendedores) y

Claudio M. Nóvoa (responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores).

Ya en la ronda de presentaciones, se puso sobre la mesa la gran proyección de la actividad. En este sentido, Abadía subrayó cómo todo lo vinculado a la salud, no solo física, sino también mental y deportiva, está creciendo de forma exponencial, “de ahí que la celebración de este encuentro tiene mayor sentido que nunca”. Calleja, por su parte, señaló que los servicios sanitarios, cuidados personales y atención domiciliaria “es una vertical que va a tener un crecimiento tremendo en los próximos años”.

UN FRANQUICIADO CON VOCACIÓN HUMANISTA

Vesga inició el debate preguntando por la captación de franquiciados, uno de los grandes desafíos dentro del sector. “Lo que nos hemos encontrado en alguna feria, sobre todo, es un perfil inversor, que le gusta el proyecto, los números, pero al ver el corazón de la empresa, a la que tienes que dedicar 365 días las 24 horas, ya se empieza a echar para atrás, ya no lo ve tan negocio”, resumió Caballero.

Para Bergón, una de las claves es la parte vocacional, el propósito. “Aquí encajan, por ejemplo, los perfiles de un padre con un niño en alguna de las situaciones que abordamos o un terapeuta. Por otro lado, nosotros tenemos que acompañarles y darles un valor añadido en todas aquellas parcelas que desconocen. En cualquier caso, nuestros modelos son sociosanitarios, de modo que no vamos a sacar una rentabilidad de una empresa privada al uso, sino que será un poco más baja de lo habitual”.

Vidal considera que el éxito en su compañía se basa en seleccionar a profesionales del sector. “Para abrir un centro tiene que haber un psicólogo general sanitario, esto es esencial. Lo que pedimos es que esa gerencia o dirección proceda de la línea sanitaria, ya sea trabajador social, terapeuta ocupacional, neuropsicólogo... No basta con que tengan dinero y quieran invertir, porque nuestro trato, al final, es personalizado. Por otro lado, prestamos apo-

yo desde la central en todo aquello que precisen”.

Debido a la propia naturaleza de la actividad, centrada en el cuidado de las personas, la formación emerge como un elemento crítico. “Nosotros hemos alargado los procesos formativos hasta los

Hablamos de un sector con una demanda al alza y un cliente exigente

cuatro meses”, explicó Bergón. “Por otro lado, hemos creado la figura del acelerador de franquicia, donde un franquiciado de éxito transmite su cultura

—que es la nuestra— a otros integrantes de la red, durante los seis primeros meses en los que arranca el negocio. Y luego se encargan de ser embajadores de la marca con un grupo de asociados”.

TECNOLOGÍA CERCANA

León puso sobre la mesa una de las problemáticas de este sector: la economía sumergida. “Nuestra actividad tiene una escalabilidad brutal, pero hay que ver cómo podemos utilizar la tecnología para dar unos cuidados y tratamientos de calidad, evitando esa economía sumergida”.

En línea con este planteamiento, Escanero reflexionó que hay que ir dando esos pasos para hacer que cada día las franquicias y los modelos de negocio sean cada vez más rentables. “En nuestro caso ya estamos dando pasos hacia la escalabilidad, a la eficiencia, incorporando cada vez más herramientas que nos permiten medir más, trazar mejor la información. Aquí hay que entender que la parte digital no nos va a hacer perder la humana, sino que la va a potenciar. Toda esa automatización de procesos que veníamos realizando de forma manual nos va a permitir ganar en tiempo de valor; al final, nuestro valor añadido es estar cerca del cliente y del trabajador, algo cada vez más factible gracias a que el resto de procesos y tareas se pueden automatizar”.

Duga explicó que están aplicando la tecnología a los modelos de gestión, “innovando en el ámbito de softwares y en todo aquello

que pueda dar apoyo a los integrantes de la red a través de la automatización”.

Caballero recordó que la pandemia agilizó la digitalización de la empresa. “Antes, las cuidadoras dejaban el currículum en la oficina, a veces las teníamos que ayudar a hacerlo y todo se ralentizaba. Ahora, en nuestra web, hay una herramienta con un formulario que rellenan y les genera un currículum en pdf. Con esta iniciativa hemos agilizado procesos, sin perder el contacto con el personal cuidador”.

EXPECTATIVAS ALINEADAS

Vesga compartió su sensación de que en este segmento crece la demanda y que los usuarios son más exigentes y tienen más información, de modo que es cada vez más complejo conseguir esa satisfacción total en el cliente.

“Siempre medimos la expectativa de los padres, ‘bajamos

a tierra’ la situación del pequeño, vemos la expectativa y las alineamos”, aclaró Bergón. “Una vez marcado esto y definidos los pasos a seguir, hay que definir muy bien el protocolo de comunicación con ellos y ejecutarlo según lo pactado. En paralelo, hay que compartir nuestra forma de trabajo, cumplirla y, a partir de ahí, la relación fluye”.

Aclaró León que nunca van a prometer al usuario que va a estar como antes. “Y lo entiende. Al plantear un tratamiento o una rehabilitación nos basamos en un informe previo de un médico especialista, lo que facilita llegar a acuerdos y a expectativas comunes con el usuario, que es la clave. Revisamos el informe, lo vemos juntos; al final, nuestro sector es esa humanización, ese entendimiento, esa cercanía”.

Escanero retomó aquí el tema del personal con el que contará la franquicia para

prestar el servicio. “Nuestro reto es dar con el cuidador y el desafío para el sector, a largo plazo, es avanzar en una profesionalización mermada hoy por la economía sumergida. Cada vez vemos a más familias que precisan cuidadores a domicilio, una tendencia al alza, pero resulta más complicado encontrar a profesionales cualificados y con experiencia para abordar el servicio con la calidad que merece”.

Incidió Abadía en que esta actividad es cada vez más necesaria. “Por otro lado, la sociedad tiene que ser consciente de que los servicios de cuidado tienen un determinado coste y hay que sensibilizar a la gente en esa dirección”.

TENDENCIAS CON IMPACTO

Ya en la recta final del debate, Nóvoa preguntó por las oportunidades con mayor proyección. “Pienso que las familias van a empezar a solicitar cada vez más este servicio de cuidado funcional en casa”, subrayó Escanero. “Y

Debido a la propia naturaleza de la actividad, la formación es crítica



Raúl Calleja
Director de Franchise Innovation Summit (FIS)

“Servicios sanitarios, cuidados personales y atención domiciliaria tendrán un crecimiento tremendo”.



Eduardo Abadía
Director ejecutivo de la AEF

“Lo más importante aquí es el personal del franquiciado y los trabajadores que dan el servicio”.



Laura Escanero
Directora de marca de Bonadea Care

“La digitalización de un sector de actividad como éste, marcado por el recurso humano, resulta clave”.



Javier Bergón
CEO y fundador de Anda Conmigo

“En el universo de los adolescentes están creciendo mucho las cuestiones de salud mental”.

Líderes del mercado inmobiliario debaten sobre modelos de negocio y perspectivas de futuro en el marco del próximo **Franchise Innovation Summit**.

El mundo de las franquicias inmobiliarias está experimentando un crecimiento significativo en España, con modelos de negocio innovadores que están redefiniendo el sector. En una edición especial de **FIS**Talks, destacados expertos del sector inmobiliario se reúnen para analizar las claves del éxito de las franquicias inmobiliarias, en el marco de la próxima edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** , que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el Metropolitano de Madrid.

Diferentes modelos de franquicia inmobiliaria

El debate ha contado con la participación de Raúl Calleja, director general de **FIS** ; Javier Sierra, presidente de REMAX España ; Andrés Rybak, CEO de RBK Prime International Real Estate ; y Tony Expósito, director de Operaciones y Desarrollo de Keller Williams

Ante un escenario de altos precios y escasa oferta de viviendas, los expertos coinciden en que el mercado inmobiliario siempre presenta desafíos, pero también oportunidades para quienes sepan adaptarse y profesionalizarse.

"El mercado inmobiliario siempre está más o menos, nunca está perfecto", apunta Javier Sierra.

"Este año vamos un 20% por encima del año pasado , creo que podemos llegar al 30%, pero depende de cómo se comporte el mundo internacional, la economía y lo que hagamos nosotros".

Andrés Rybak señala que en el sector Prime hay muchas oportunidades : "Efectivamente, el comprador ahora está teniendo fuerza y el vendedor está perdiendo su fuerza que hemos vivido estos últimos diez años. En España, a nivel de mi sector, hay muchísimas oportunidades".

Tony Expósito advierte sobre la alta tasa de fracaso en el sector para quienes no se adaptan : "El 50% de las oficinas nuevas que abren pensando que esto es fácil tienen una tasa de fracaso muy alta. El mercado va a ser cada vez más exigente y difícil, donde solamente los que lo hagan bien y los que intenten mejorar continuamente sobrevivirán".

EN DIRECTO

Todos Seguros



🔍

FISTALKS INMOBILIARIA

Claves del éxito en las franquicias inmobiliarias

Líderes del mercado inmobiliario debaten sobre modelos de negocio y perspectivas de futuro en el marco del próximo Franchise Innovation Summit.

🔖

Guardar



AUTOR

GUILLERMO LUNA

 glunagiez

 guillermo-luna-digital-communication

 glunagiez

TIEMPO DE LECTURA

2 min

15/07/2025 12:40 (ACTUALIZADO 15/07/2025 13:54)

Franchise Innovation Summit (FIS) y Emprendedores celebraron un evento en las oficinas centrales de Sngular, donde trazaron una panorámica global del mercado de la franquicia.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

INICIO

FRANQUICIASFRANQUICIAS-ACTUALIDAD

Franchise Innovation Summit: por una franquicia cada vez más profesional y a la vanguardia

Franchise Innovation Summit (FIS) y Emprendedores celebraron un evento en las oficinas centrales de Sngular, donde trazaron una panorámica global del mercado de la franquicia.

franquicia | la singular

Compartir:

Por

Claudio M. Novoa

Publicado el 16 de Julio de 2025

Franchise Innovation Summit (FIS) y Emprendedores celebraron un evento en las oficinas centrales de Sngular, en Madrid, donde trazaron una panorámica global del mercado de la franquicia. Para ello, en esta jornada matutina se programaron dos mesas redondas en las que contamos con auténticos referentes del panorama nacional para debatir sobre oportunidades, tendencias, claves de éxito e innovación, entre otras cuestiones.

A continuación, algunas de las pildoras informativas que se compartieron en unas conversaciones siempre llenas de valor añadido y que sirven de aperitivo a lo que se encontrarán los asistentes al FIS, que se celebra los próximos 15-16 de octubre, con el patrocinio principal del BBVA, y que ya se ha situado como el evento total de franquicias.

Moderada por **Alejandro Vesga**, CEO y director de Emprendedores, en la primera mesa participaron **Manoli Peña** (directora regional de Franquicias en DIA Group), **Jesús Martínez Anoz** (director de Franquicia de Grupo Rodilla), **Eduardo Abadía** (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia) y **Raúl Calleja** (director de FIS).

Para lanzar la conversación, Vesga planteó a Martínez Anoz cómo se equilibra tradición e innovación en una marca con tanto recorrido como Rodilla. "En 85 años de historia tienes que innovar en los procesos, tienes que adaptarte a las demandas de tu público, la experiencia del cliente y el producto que ofreces es clave para ir amoldándose a los públicos y a las nuevas generaciones", explicó el director de Franquicias de la cadena. "Y aquí es clave la figura del franquiciado; de hecho, el 60% de nuestros locales los gestionan asociados".

La franquicia: un ecosistema cada vez más profesional

Un franquiciado, por otro lado, cada vez más profesional, como coincidieron todos los asistentes. "Nuestra idea es enfocarnos en un perfil altamente cualificado", confirmó Peña. "Tenemos mucho candidato interno y aquí está la labor y el desafío de identificarlo, pero también apostamos por franquiciados de cualquier otro sector, tanto inversores como personas que nunca han emprendido previamente. Contamos con variedad de perfiles, pero siempre cualificado; en este sentido, tiene que venir con un determinado nivel de competencias o se lo damos nosotros, y así le abrimos la puerta a la franquicia".

Superficie **100%** Audiencia **5.418** Valoración **178€**

por Clara Román En el marco del Learning Day Emergentes Restauración News moderó una mesa redonda que reunió a actores clave del ecosistema

franquiciador para responder una pregunta esencial: ¿Cómo ayudáis a crecer a las marcas?

Ana I. García, redactora jefa del medio, dirigió una conversación dinámica con Eduardo Abadía (AEF), Pablo Gutiérrez (mundoFranquicia), Alberto Salvador (T4 Franquicias) y Raúl Calleja (FIS), en la que se abordaron los retos, herramientas y estrategias para escalar marcas de restauración en el actual contexto económico.

Del producto al talento: los motores del crecimiento

La primera parte del debate giró en torno a los factores que hacen posible el crecimiento de una marca. Raúl Calleja defendió que todo parte de tener un producto diferenciado , pero también señaló la importancia de la tecnología y el talento . “La digitalización mejora la experiencia antes, durante y después del consumo. Hoy el cliente es cliente 365 días al año, no solo cuando entra por la puerta”, reflexionó. A ello sumó la importancia del factor humano : “El talento de quien está al otro lado del mostrador y hace que el cliente se lleve una sonrisa”.

Pablo Gutiérrez añadió que el crecimiento solo es posible si el modelo de negocio es rentable y replicable . En un escenario de aumento de costes salariales y de materias primas, advirtió, no basta con tener un buen producto: “ Hay que demostrar que se puede escalar con rentabilidad ”. A esto se suma la necesidad de que las operaciones estén estandarizadas: “Si cada cocinero trabaja a su manera, no hay franquicia que funcione”.

Para Alberto Salvador, la clave está en que el producto guste al cliente y que el sistema convenza al franquiciado . “La parte visible del crecimiento son las aperturas, pero lo que no se ve —los cimientos— es aún más importante”, apuntó. Eduardo Abadía, por su parte, subrayó que la cercanía con el consumidor y la capacidad de adaptación son hoy más necesarias que nunca “O te adaptas, o mueres. Incluso las franquicias que no se modernicen van a tener problemas”.

Cómo se acompaña a las marcas en ese crecimiento

Las respuestas a la gran pregunta del debate —cómo ayudan estas organizaciones a crecer— revelaron una interesante complementariedad entre asociaciones, consultoras y plataformas feriales, como FIS.

Desde la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía explicó que su papel consiste en acompañar a las marcas en todo el ciclo: internacionalización, formación, regulación, conexión con instituciones y análisis de tendencias. “Somos como las comadronas del sistema”, bromeó, “los que ayudamos a que los proyectos nazcan con buena salud”. También destacó que España es el único país con cinco estudios anuales sobre el sistema franquiciado, y puso en valor la baja tasa de litigios: “no llega al 2%”.

Las consultoras, como T4 Franquicias y mundoFranquicia, explicaron su enfoque práctico. Para Alberto Salvador, la labor comienza ayudando a estructurar el modelo desde sus cimientos: manuales, operativa, contratos, formación, perfil de franquiciado, rentabilidad... “Todo lo que no se ve, pero lo que más determina el éxito a largo plazo”. Pablo Gutiérrez añadió que hay dos tipos de clientes: las marcas emergentes que necesitan ordenar su propuesta, y las consolidadas que buscan acelerar con estructura. “No se trata de captar franquiciados a toda costa, sino de seleccionar. El error en las primeras unidades puede comprometer toda la red”, advirtió.

Restauración News organizará un congreso en el marco de FIS

Raúl Calleja aprovechó el encuentro para anunciar el lanzamiento de Spazio Restauración News dentro del próximo FIS, los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Será un área monográfica dedicada exclusivamente a marcas de restauración en expansión, con jornadas técnicas, presentaciones, experiencias y, sobre todo, oportunidades de negocio.

“FIS no es una feria tradicional, es una plataforma híbrida de soluciones” , explicó Calleja. Las marcas tendrán acceso anticipado a herramientas de captación de leads y agendas cerradas de reuniones. “El expositor tiene derecho a conocer a todos los asistentes. La captación no puede depender de cuántos pasen por tu stand”, señaló.

Nuevos perfiles de franquiciado: más exigentes y mejor informados

Uno de los puntos más debatidos fue el cambio en los perfiles de los franquiciados . Tras el COVID, se observa una mayor exigencia en cuanto a información, viabilidad y soporte . “Ya no vale con tener una buena marca. El candidato lo estudia todo: márgenes, inversión, plan de negocio...”, apuntó Pablo Gutiérrez. A los tradicionales perfiles de autoempleo y operadores con experiencia, se suman algunos empleados de marcas que aspiran a convertirse en franquiciados, siempre que demuestren capacidades de gestión.

También se habló del inversor “desapegado”, más interesado en rentabilidad pasiva . Para la mayoría de las marcas, este perfil es menos interesante, salvo que exista una estructura profesionalizada detrás. “Montar un negocio no es fácil y verlo desde fuera, aún menos”, recordó Gutiérrez.

Franquiciar no es solo escalar: es estructurar

Preguntados por los errores más comunes, los ponentes coincidieron en uno: pensar a corto plazo. “Hay marcas que se lanzan a franquiciar sin tener ni un manual, ni una política de formación, ni una estructura de soporte. Eso es suicida”, afirmó Salvador. La selección del perfil adecuado, las zonas estratégicas y el acompañamiento constante al franquiciado fueron elementos recurrentes como factores de éxito.

En cuanto a la regulación, Eduardo Abadía defendió que el marco legal español es suficiente. “Tenemos un código deontológico europeo, herramientas legales como la mediación y un mercado abierto que no necesita más trabas. Lo que se necesita es crecer con cabeza y con profesionalidad”

Captación y reputación: el equilibrio perfecto para franquicias

El debate final giró en torno a las estrategias más efectivas para captar franquiciados . Las acciones en redes sociales, los medios especializados y el entorno directo de la marca (empleados, proveedores, clientes) fueron señalados como canales clave. “El mejor prescriptor de tu marca es quien ya ha trabajado o consumido contigo”, resumió Pablo Gutiérrez.

Raúl Calleja cerró con una defensa apasionada del modelo FIS: “No organizamos ferias. Creamos instrumentos al servicio del sector. FIS ofrece contactos, visibilidad, formación y acceso directo a todas las marcas en expansión. Y lo presencial sigue siendo insustituible. No se puede construir una relación de partenariat solo por internet”.

Antes de despedirse, cada ponente dejó un mensaje final para aquellas marcas que dudan si dar el salto a la expansión. Eduardo Abadía recomendó canalizar bien el concepto, cuidar la selección y no abrir “donde te llamen, sino donde debas estar”. Alberto Salvador destacó lo gratificante que es ver crecer una marca bien estructurada. Pablo Gutiérrez animó a no tener miedo, siempre que el modelo esté listo , y Calleja cerró con un triple consejo: “Asóciate a AEF, rodéate de buenos consultores, y participa en FIS. Si el sector crece, tú no puedes quedarte quieto”.

¡No te pierdas aquí todos los vídeos del Learning Day!

Imágenes: Sandra Rodríguez / Restauración News.

«¿Cómo nos ayudáis a crecer?», el debate del Learning Day que pone el foco en la expansión mediante franquicias



Superficie **100%** Audiencia **5.418** Valoración **49€**

por Clara Román En el marco de un workshop organizado por Restauración News junto a **Franchise Innovation Summit (FIS)** y a la Asociación

Española de la Franquicia (AEF), directivos de destacadas marcas de restauración organizada compartieron una reflexión honesta sobre el presente y futuro del modelo de franquicia.

La franquicia: una oportunidad con matices

Para comenzar, E duardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, compartió con todos su visión acerca de este modelo de negocio: “La franquicia es el futuro, no tengo ninguna duda”, a lo que añadía: “El sistema de franquicias está fuerte. Las marcas de restauración ayudan a implementar y reforzar lo que yo llamo ‘las sensaciones’. Las sensaciones son cómo me siento cuando voy a un local. Y eso es lo que el público va buscando. El cliente puede perdonar que el filete esté más hecho, pero no la falta de modernidad en el concepto, el servicio, la atención. Ahí es donde el sistema franquicia tiene que estar fuerte, para garantizar esa experiencia”.

Pese a la visión optimista de la franquicia de Abadía, muchos de los participantes coincidieron que en restauración el camino no está siendo sencillo Angélica Rivera, directora de Franquicias de La Tagliatella, señaló: “El tema de las franquicias en restauración se está complicando, sobre todo por el tema rentabilidad”. Además, apuntó que “la expansión internacional es muy complicada” y que las empresas son cada vez más exigentes a la hora de seleccionar socios.

Por su parte, Mario de la Peña, director de expansión de Chalito, explicó que, en su caso particular, aún no han comenzado a franquiciar, pero ya están construyendo el modelo desde dentro para garantizar que sea rentable en futuras franquicias: “Estamos construyendo todo ese modelo a nivel propio para luego poder dar el salto.”

Desde Brunchit, su socia fundadora Lydia Nieto se mostró tajante sobre la búsqueda de franquiciados: “No queremos en absoluto el autoempleo. Solo nos ha traído problemas”. Por este motivo, en su caso apuestan por perfiles inversores con experiencia y apoyo económico: “Hemos encontrado un modelo que nos funciona y vamos a por master franquiciados”. También compartió que “la expansión internacional cuesta” y que, aunque se les acerca mucha gente, filtran mucho: “Vemos a muchos caprichosos. Esto nos hizo crecer y aprender a quién le tenemos que vender”.

Luis Trancho, director de Franquicias de Alsea, expuso una visión panorámica del sector: “Cada marca tiene su momento. Si miras la foto global, el ‘like for like’ sigue adelante. Se están creando nuevos conceptos que hacen mejor al sector”. Sin embargo, advirtió: “Los dos grandes problemas son la rentabilidad y la financiación A quienes quieren invertir les cuesta acceder al crédito, y eso dilata mucho los procesos”.

Cambios en el perfil del franquiciado

La complicación a la hora de encontrar al candidato franquiciado perfecto fue una constante durante el encuentro. Elvira Durand, fundadora de Le Coq, lo explicó con claridad: “Para nosotros es más fácil abrir locales propios que franquiciados. Nos llegan solicitudes, pero no interesan. Vemos que actualmente el tema de las franquicias está espeso”.

Desde Compañía del Trópico, su director de Expansión, Pablo Martín, alertó del exceso de marcas y del peligro de dirigirse a perfiles no preparados: “Hay mucha gente a la que se le vende el mensaje de que emprenda. Esto es un peligro. Antes venía más gente profesional; ahora, mucho más individual, buscando el autoempleo, y sin conocimiento ni de gestión ni del sector. De 500 solicitudes que nos pueden llegar, salen 2”.

Alejandro Fernández, fundador de La Fresería, coincidió: “Somos estrictos en nuestros contratos de franquicia. Hay que mirar el dinero, pero también quién va a estar en el negocio”. Subrayó, además, el cambio de comportamiento del consumidor: “De la pandemia aquí, ha cambiado mucho. Ahora busca experiencia, innovación, y es más infiel que nunca. Eso tiene que estar en nuestra identidad”.

Ciudades medianas y nuevos formatos para la franquicia

Uno de los consensos más repetidos en el workshop fue el enorme potencial de las ciudades medianas, a la hora de expandirse con franquicias. Alejandro Fernández, de La Fresería, apuntó: “Hemos apostado por ir con La Fresería a ciudades medianas, y las cifras que se están haciendo en Jaén, Granada... son alucinantes. España es mucho más amplia, hay más vida fuera de Madrid y Barcelona, y hay que tenerlo en cuenta a la hora de expandirse”.

Eso sí, sobre la expansión fuera de grandes núcleos urbanos, Pablo Martín, de Compañía del Trópico, explicó que, aunque abrir en ciudades medianas o pequeñas puede ser interesante, exige mucho más acompañamiento

“Si no les acompañas en el día a día, se van distorsionando. El problema de este tipo de desarrollo no es abrir, sino que puedas gestionarlo después”, advirtió.

Además, adaptarse a esos entornos implica repensar los formatos. Angélica Rivera presentó el modelo La Tagliatella Piccola, pensado para locales más pequeños y ciudades más accesibles. En contraste, Elvira Durand explicó que en Le Coq han pasado de locales pequeños a otros de mayor tamaño para ganar en rentabilidad: “Podemos entrar en 100 m², pero la rentabilidad está entre 200 y 250 m²”.

La relación de franquiciador y franquiciado

Otro de los temas recurrentes del foro fue el de la necesidad de estrechar la relación diaria entre franquiciador y franquiciado. La expansión no se entiende hoy sin acompañamiento constante, selección rigurosa y filtros previos que eviten problemas futuros.

Víctor Prado, director de Expansión de El Obrador de Goya, explicó su estrategia para asegurar que el candidato esté preparado económicamente desde el primer momento: “Les pido que tengan al menos un 50% de los recursos propios y que lo demuestren. Lo aprendí en mi etapa en Grupo Zena y creo que es la mejor opción”. Esta estrategia permite asegurar la viabilidad financiera del proyecto y también medir el compromiso del futuro franquiciado.

Luis Trancho, desde Alsea, aportó la perspectiva de una gran multinacional con marcas como Foster's Hollywood, Ginos o Vips. En su caso, Starbucks no se franquicia: se opera de forma directa. Aun así, reconoció que la presión por crecer existe, pero los filtros se mantienen intactos: “El proceso es muy exigente: entrevistas, feeling, currículum, dinero... y luego es el día a día el que te dice si realmente funciona”.

Al cierre del encuentro, Nacho Rojas, director de Restauración News y moderador de la mesa, preguntó a los participantes por el deseo que pedirían para mejorar la situación de las franquicias en el sector de la restauración. En las respuestas a esta cuestión emergió con fuerza una preocupación común: la necesidad urgente de mayor implicación de las administraciones públicas en el desarrollo del modelo de franquicia. Más allá de los retos internos de las marcas, muchos de los obstáculos más relevantes provienen del contexto institucional.

Falta ayuda de las instituciones

Elvira Durand, fundadora de Le Coq, lo expresó con claridad: “Hace falta más ayuda institucional. No todo es franquiciable y eso hay que decirlo para proteger la imagen del sistema”. En su opinión, las instituciones deberían involucrarse más no solo en apoyar, sino en regular con criterio para evitar que modelos poco sólidos deterioren la reputación del conjunto.

Relacionado con el tema de los recursos humanos y los problemas que acarrea al sector, los participantes se pusieron de acuerdo en plantear una propuesta concreta: ayudas públicas para contratar personal. Así, las subvenciones para facilitar la contratación aliviarían mucho a los franquiciadores, y les haría perder ese miedo a crecer.

Lydia Nieto, responsable del crecimiento de Brunchit, señaló la ineficiencia administrativa: “La lentitud de las instituciones es desesperante. Para lo malo son inmediatas, pero para lo bueno tardan siglos”. Su experiencia refleja la frustración de muchas marcas que, pese a contar



Inicio · Destacadas · Los directores de expansión en restauración se reúnen para debatir sobre los...

Destacadas

Los directores de expansión en restauración se reúnen para debatir sobre los desafíos y oportunidades de la franquicia

con recursos y proyectos sólidos, se ven atrapadas por los tiempos de licencias, trámites y permisos.

Mario de la Peña, desde Chalito, fue más allá y cuestionó la falta de coherencia territorial: “ Necesitamos una mayor alineación a nivel nacional . Ahora mismo estamos replanteando nuestro modelo por esa falta de armonización entre comunidades y municipios”.

De nuevo, Luis Tranco, de Alsea, reforzó esta idea desde el punto de vista estructural: “La clave está en las instituciones. Las franquicias hemos contribuido a dignificar la profesión en hostelería, pero necesitamos un entorno más estable y coherente que facilite la inversión ”.

A modo de conclusión, otro aspecto que remarcaron fue el de limpiar y mejorar la reputación de la franquicia. Alejandro Fernández, de La Fresería, apuntó que todo empieza por entender qué es realmente una franquicia. “ Falta mucha concienciación sobre lo que implica este modelo, tanto para quien lo gestiona como para quien lo percibe desde fuera ”.

El modelo de franquicia es clave en restauración

La conclusión fue unánime: el modelo de franquicia sigue siendo clave para el crecimiento del sector, pero requiere más respaldo institucional, rigor operativo y formación tanto para franquiciadores como para franquiciados . La profesionalización, la selección y el acompañamiento diario ya no son opcionales, sino la base del éxito.

En este contexto, Raúl Calleja, director de **Franchise Innovation Summit (FIS)**, cerró el encuentro recordando que precisamente ese es el objetivo del evento: dignificar el sistema y generar un espacio real de encuentro entre marcas en expansión e inversores cualificados. “**FIS** es un instrumento al servicio del sector para profesionalizar la palabra franquicia. No se trata solo de vender modelos, sino de generar confianza, acompañamiento y pertenencia a una marca”, afirmó.

Así, en el marco de **FIS**, que se celebra el 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano, tendrá lugar el Spazio Restauración News, un monográfico de restauración dentro de **FIS** quiere ser, precisamente, el lugar donde el ecosistema franquicia de hostelería pueda seguir creciendo con estructura, reputación y visión a largo plazo. Eventos como **FIS** son una oportunidad para posicionar a la franquicia como un modelo sostenible, profesional y rentable, dejando atrás modelos oportunistas del pasado, y centrándose en dignificar la franquicia y crear espacios de encuentro reales, en los que ganan las marcas, los franquiciados y las ciudades

¿Quieres saber más sobre Spazio Restauración News en **FIS**? ¡Pincha aquí!

Imágenes proporcionadas por **FIS – Franchise Innovation Summit**.

DEJA UNA RESPUESTA

p.6 OPINIÓN	A pedir de boca
p.8 REPORTAJE	FIS 2025: la franquicia se da cita en Madrid
p.11 HA SUCEDIDO	Noticias
p.14 ESPECIAL HOT CONCEPTS 2025	Hot Concepts 2025: el sector se reencontró con su gran cita Servicio Rápido [18] Casual Dining [19] Fine Dining [20] Colectividades [21] Empresa Revelación [22] Trayectoria [23] Restauración en hoteles [24] Experiencia de cliente en sala [25] Experiencia digital de cliente [26] Restauración para viajeros [27] Innovación en Alimentación [28] Tecnología [29] Sostenibilidad y RSE [30] La Máquina del Año [31] Partner estratégico para el desarrollo de una marca [32] Gestión empresarial [34] Directivo/a del año [35] Hot Concept de Honor [36]
p.48 REPORTAJE	Biscoff, del café al plato: la galleta que conquista la cocina creativa
p. 50	Learning Day Barcelona
p.54 ENTREVISTA	“Si una persona siente que es reconocida, su vínculo con la empresa cambia”, M ^a Carmen Jáñez, Global HR Director de AmRest
p. 58	“Compañía del Trópico creció un 7% en ventas en 2024”, Augusto Méndez de Lugo, CEO de Compañía del Trópico
p. 62 REPORTAJE	El modelo UDON: respaldo y oportunidades para emprender de forma segura
p.64 ESPECIAL TECNOLOGÍA	La tecnología, columna vertebral de la restauración
p.68	El poder de las reseñas ¿Es posible acabar con las opiniones falsas en internet?
p. 70	La hostelería española ante su transformación digital
p.72	Makamaka y Honei: la alianza que mejoró la eficiencia operativa de una de las terrazas más concurridas de Barcelona
p.74	El coste oculto de las facturas en restauración
p.75	Soluciones integrales y cercanía: la receta del éxito en restauración
p.76	En España, somos de restaurantes. Pero serlo nunca fue tan complejo
p.77	¿por qué es tan peligroso contratar muchos softwares de empresas distintas?





REPORTAJE

Raúl Calleja, director de FIS.

FIS 2025: la franquicia se da cita en Madrid

Texto:
 Ana I. García

Los próximos 15 y 16 de octubre, el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid volverá a convertirse en el gran punto de encuentro del universo de la franquicia con una nueva edición del **Franchise Innovation Summit** (FIS). Impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, FIS 2025 llega con el objetivo de consolidarse como la plataforma de innovación, desarrollo y conexión más influyente para las marcas en expansión, emprendedores, inversores y profesionales del sector.

“El crecimiento de FIS ha sido muy orgánico, pero también muy estratégico”, explica Raúl Calleja, director del evento. “Desde su lanzamiento, ha sido un instrumento al servicio del ecosistema profesional de la franquicia. La clave ha sido escuchar al sector y responder con un formato que combina lo mejor de una feria, un congreso y una experiencia de marca”.

DE PUNTO DE ENCUENTRO A PLATAFORMA ESTRATÉGICA

FIS no es solo un evento, sino un ecosistema de soluciones para marcas que buscan crecer en un entorno competitivo. En su edición de 2025 contará con la participación de unas 140 marcas expositoras, procedentes de sectores tan diversos como la restauración, el retail, el fitness, la distribución o la automoción, incluyendo también enseñanzas internacionales de países como Francia, Italia, Portugal o Iberoamérica.

A ellos se sumarán 3.500 profesionales acreditados, entre los que destacan franquiciados, multifranquiciados, directivos, inversores y emprendedores con vocación empresarial. “FIS es una experiencia estratégica



Eduardo Abadía, director ejecutivo de AEF.

ca donde cada perfil encuentra algo adaptado a su momento empresarial", apunta Calleja.

Concebido como una plataforma 360, el evento pone especial atención en facilitar conexiones de valor a través de herramientas como agendas personalizadas, reuniones pre-agendadas, sesiones de networking dinámico o acceso a la plataforma digital FIS365, que ofrece continuidad a las oportunidades de negocio más allá del evento físico.

UN FORMATO A LA MEDIDA DEL SECTOR

Uno de los grandes logros del summit ha sido su capacidad para adaptarse a los diferentes perfiles y etapas de desarrollo de los asistentes. "Hemos diseñado una experiencia especializada por verticales sectoriales y niveles de madurez empresarial", señala Calleja. "Tanto si estás empezando como si quieres internacionalizar tu marca, hay contenidos, herramientas y contactos pensados para ti".

En esa lógica de especialización se enmarcan los diferentes hubs temáticos del evento, concebidos como espacios diferenciados con programación específica y partners expertos. Uno de los más destacados será Spazio Restauración News, dedicado al sector de la hostelería en franquicia, que se suma este año como una de las novedades del Summit, ofertando los mejores contenidos para el sector.

"El lanzamiento de hubs como Spazio Restauración News forma parte de nuestra estrategia de especialización, trabajando con líderes sectoriales que aporten conocimiento real y conexión con sus contenidos profesionales", afirma Calleja. "La restauración organizada representa ya más de 200 marcas en España y más de 7.000 millones de euros de facturación. Merecía un espacio propio dentro de FIS".



Este verano, que no te quede *ni un turno por cubrir*

Con Workforce puedes →

-  **Planificar turnos** inteligentes según la demanda prevista
-  Y si alguien falla a última hora, puedes encontrar **sustituto en minutos**
-  **Ofrecer horarios** que permitan a tu equipo conciliar de verdad



Todo desde una única solución
Rápido. Sencillo. Sin dolores de cabeza.



FRANQUICIA Y RESTAURACIÓN: UNA ALIANZA EN CRECIMIENTO

La fuerte presencia del sector horeca dentro del sistema de franquicias español es un fenómeno en expansión. Según los últimos datos de la AEF, la hostelería/restauración suma 269 marcas, más de 12.000 establecimientos, casi 87.000 empleos y una facturación superior a los 6.800 millones de euros.

“Es innegable que el sector de la hostelería es uno de los motores del sistema de franquicias nacional”, afirma Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF. “FIS nos permite visualizar su evolución, su potencial y su papel central dentro del modelo de franquicia”.

Desde la asociación destacan también el valor del summit como herramienta de impulso y captación: “FIS es una plataforma útil tanto para quienes buscan integrarse en una red franquiciada como para quienes ya forman parte del sistema y desean consolidarse, crecer o diversificarse”, apunta Abadía.

“Hemos diseñado una experiencia especializada por verticales sectoriales y niveles de madurez empresarial”, señala Raúl Calleja.

CONTENIDOS ÚTILES, CONTACTOS CLAVE

El programa de FIS 2025 incluirá más de 60 ponentes nacionales e internacionales, casos de éxito, masterclasses, speakers corners, pitch sessions y mesas redondas sectoriales. A ello se suman experiencias inmersivas, zonas de asesoramiento experto y espacios de encuentro informal que multiplican las posibilidades de conexión.

“El visitante no viene solo a inspirarse, sino a hacer negocio”, afirma Calleja. “Por eso cuidamos tanto la calidad de los leads, la funcionalidad de la experiencia y el diseño de las agendas”.

Para Abadía, este enfoque práctico es clave para el impacto del evento: “La idea del FIS es ofrecer herramientas útiles y escenarios reales donde se generen contactos de calidad y sinergias duraderas”.

UN EVENTO CON VISIÓN DE FUTURO

Con el patrocinio principal de BBVA y el respaldo institucional de AEF, FIS se ha convertido en una referencia para todos los actores del modelo franquiciado. “Más allá del volumen o el número de marcas, lo importante es que cada edición sea mejor que la anterior en utilidad, en experiencia y en resultados”, concluye Calleja.

Tanto para marcas en expansión como para quienes buscan una oportunidad de emprendimiento, FIS 2025 será la cita imprescindible del calendario, una oportunidad única para conectar, aprender, negociar y construir el futuro de la franquicia en España. ■



Superficie **100%** Audiencia **6.456** Valoración **173€**

Representantes de Kumon, Ms&Mr Language y Algorithmics debaten sobre las tendencias en el mercado formativo

La metodología como clave del éxito

Los representantes coinciden en que una metodología diferenciada es fundamental. Maribel Martín, directora de Desarrollo y Relaciones Públicas de Kumon , con 200 centros en España, destaca que su método busca desarrollar "esa capacidad de aprender por sí mismos" en los niños.

Por su parte, Albert Camins, CEO de Ms&Mr Language , que cuenta con 30 sedes, apuesta por "una metodología muy fresca, dinámica, basada en las inteligencias múltiples de Howard Gardner y el aprendizaje multisensorial". Su objetivo es transformar la experiencia del estudiante más allá de las clases tradicionales de idiomas.

Gustavo Mendoza, CEO de Algorithmics en España, señala que su franquicia, enfocada en programación y habilidades digitales, ya supera los 45 centros gracias a una plataforma educativa sólida complementada con un soporte constante a sus franquiciados.

Evolución en la captación de franquiciados

El perfil del franquiciado está cambiando. "No buscamos tanto el concepto del autoempleo sino del emprendimiento profesional", afirma Calleja. Las marcas invierten cada vez más recursos en identificar candidatos adecuados que garanticen el éxito.

Camins revela una tendencia interesante: "Desde que empecé a vender franquicias en 2020, todas han sido online a través de videollamadas y los contratos se han firmado online. Ha sido después de la firma que nos hemos conocido físicamente".

En Kumon buscan un equilibrio. "Necesitamos alguien que se implique más allá de lo económico o de la gestión empresarial, que tenga esa vocación", explica Martín, quien añade: "Por mucha pasión y vocación, si no eres capaz de ser un buen gestor, no funcionará el proyecto".

Retos del sector educativo

La adaptación digital y la personalización son los principales desafíos. Mendoza señala que las franquicias educativas deben redefinirse "porque el mundo está cambiando de manera vertiginosa".

La inteligencia artificial emerge como una oportunidad. "Nos ha dado una ventaja muy buena para mejorar la experiencia del franquiciado con la marca y también del profesor con el estudiante", asegura Kamins.

El sector de franquicias educativas demuestra su capacidad de innovación y adaptación en un mercado cada vez más exigente y digitalizado, donde la metodología y el componente humano siguen siendo factores diferenciadores esenciales.

EN DIRECTO

capitalradio

FISTALKS FORMACIÓN

FISTalks: El sector educativo se reinventa desde la franquicia

Representantes de Kumon, Ms&Mr Language y Algorithmics debaten sobre las tendencias en el mercado formativo y su situación actual

Guardar



AUTOR
LUCÍA REYES

TIEMPO DE LECTURA
3 min

22/07/2025 12:08 (ACTUALIZADO 05/09/2025 13:13)

El Franchise Innovation Summit (FIS) se prepara para su próxima



Superficie **100%** Audiencia **6.456** Valoración **161€**

Representantes de Kumon, Ms&Mr Language y Algorithmics debaten sobre las tendencias en el mercado formativo y su situación actual

FIS: El sector educativo se reinventa desde la franquicia

FISTalks Formación | FIS: El sector educativo se reinventa desde la franquicia

Representantes de Kumon, Ms&Mr Language y Algorithmics debaten sobre las tendencias en el mercado formativo

[Ir a Capital, la Bolsa y la Vida](#)

Noticias recientes

[OTROS](#)



Las claves de la sesión con Gerardo Ortega
CapitalRadio.es
23-07-2025

Superficie **100%** Audiencia **6.456** Valoración **65€**

¿Qué mueve ahora al mercado? Con Gerardo Ortega, analista jefe de Trive y responsable de gerardoortega.es

Noticias recientes

Iberdrola acumula varias semanas de corrección, ¿hasta dónde?

Los empresarios, satisfechos con el clima del Foro ICEX 2025

Iberdrola sorprende con una ampliación de 5.000 millones para crecer en redes

BME quiere atraer al minorista a la bolsa con incentivos FIScales

enerTIC transforma conocimiento en acción para un futuro sostenible

Redeia, ¿buen momento para entrar? Esto dice David Galán

Puig, un año en el Ibex 35 con una caída del 40% en bolsa

FIS: El sector educativo se reinventa desde la franquicia


capitalradio

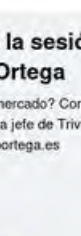

Las claves de la sesión con Gerardo Ortega

¿Qué mueve ahora al mercado? Con Gerardo Ortega, analista jefe de Trive y responsable de gerardoortega.es

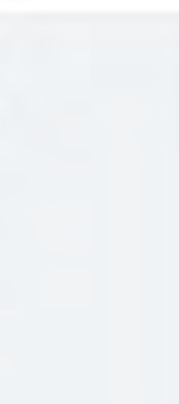
[Ir a Mercado Abierto](#)







Noticias recientes



OTROS

Humanes, epicentro de vertidos industriales en Madrid

Redacción Capital Radio

La CEV y HOSBEC piden apoyo a las administraciones autonómica y central para mejorar las infraestructuras de la provincia y reforzar su competitividad

ALICANTE. Unir, impulsar, reconocer. Con esas tres ideas clave, REM (Relaciones Empresariales del Mediterráneo) celebró este miércoles en Puntapiedra su Foro de Verano, un encuentro que congregó a representantes empresariales e institucionales con un objetivo común: fortalecer el ecosistema económico alicantino desde la colaboración y la proyección exterior.

El acto también sirvió para consolidar nuevas alianzas, presentar acuerdos estratégicos y rendir homenaje a figuras clave del ecosistema económico de la provincia.

La CEV respalda a REM y reclama inversiones en infraestructuras

La jornada arrancó con la apertura institucional a cargo de Salvador Navarro , presidente de la Confederación Empresarial Valenciana (CEV), quien valoró el papel de REM como dinamizador empresarial en la Comunitat. Navarro destacó que la red ya forma parte de la confederación, “la CEOE de la Comunitat Valenciana”, y puso en valor la diversidad de sectores representados, como HOSBEC o el Elche Club de Fútbol. Además, lanzó un mensaje directo a las administraciones: “Necesitamos el apoyo de las administraciones públicas para mejorar las comunicaciones y las infraestructuras”.

Joaquín Pérez , presidente de CEV Alicante, también intervino para reconocer la trayectoria de REM y su evolución en estos años. “Es un orgullo que colaboremos; formáis parte de CEV y contamos con REM para seguir creciendo”, expresó.

REM presenta balance y proyecta su crecimiento territorial

Los cofundadores de REM, Francisco Chico de Guzmán y Sandra Torrighelli , tomaron la palabra para presentar un balance del primer semestre del año, compartir los nuevos acuerdos alcanzados y plantear el futuro. “REM es provincial y queremos seguir mejorando, y también crecer en Murcia, en la Comunitat Valenciana, en España...”, indicó Torrighelli.

La directora de proyectos y relaciones institucionales del Grupo Forty, Victoria Puche , anfitriona del acto, recordó que el grupo cuenta con “34 establecimientos en Alicante” y avanzó su expansión, añadiendo que “saltamos fuera de Alicante, y con 3000 m vamos a crear una nueva propuesta en cinco espacios de negocio en Valencia”.

Cinco reconocimientos al liderazgo y la proyección empresarial

Acto seguido se puso en valor la trayectoria, el compromiso y la innovación de cinco referentes del ámbito económico, turístico, gastronómico y deportivo.

Fede Fuster , presidente de HOSBEC y del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), recibió una de las menciones por su liderazgo. “Recientemente presentamos un estudio con INECA sobre los sectores productivos y detectamos que faltan alianzas. Hay que aunar esfuerzos para lograr cosas buenas para todos”, indicó Fuster.

El dirigente de HOSBEC también reconoció que “vivimos un momento dulce en el turismo, pero también hay un runrún de turismofobia, palabra que no me gusta usar”. En este sentido, agregó que “debemos trabajar con las administraciones para lograr infraestructuras y apoyo continuado”. Desde la patronal hotelera también acudieron Nuria Montes (secretaria general) y Mayte García (directora ejecutiva).

Ignacio Collado , responsable de l'M+ , fue reconocido por su impulso a las agencias de viajes de incentivo. “Es una oportunidad para los MICE, una herramienta estratégica para reconocer el talento de las personas”, afirmó.

Deporte, comunicación y formación internacional, también premiados

A través de la mención de la Cámara Brasil-España, también se homenajeó a la Academia Pelé – Villarreal CF , representada por Fausto Moledo . En el vídeo de agradecimiento intervinieron figuras como Marcos Senna. “Yo aquí estoy mejor que en Brasil”, bromeó Moledo al recoger el reconocimiento.

La cuarta mención fue para Nacho Rojas , director de Restauración News . “Es un orgullo este reconocimiento: si no comunicas, no existes, y reconforta que se reconozca nuestro trabajo”, señaló.

La quinta distinción se entregó al Elche Club de Fútbol , y fue recogida por el propietario del club, Cristian Bragarnik . “Es lindo que se vea a un club como una empresa. Lleva pasión y valores, pero somos Sociedad Anónima Deportiva, una empresa, aunque estamos muy condicionados por nuestro éxito deportivo”, explicó, animando a todas las personas presentes a asistir a uno de los próximos partidos que enfrentará al Elche CF con los otros 19 equipos de la Primera División española.

Acuerdos estratégicos con FIS y La Nucía

El evento también sirvió de escenario para la presentación de dos acuerdos clave. El primero, entre REM y FIS (Franchise Innovation Summit).

El segundo, fruto de la colaboración con el Ayuntamiento de La Nucía , se materializa en el proyecto 'Ciudades', una iniciativa centrada en el desarrollo de ecosistemas empresariales en entornos municipales. La Nucía cuenta ya con hasta 34 empresas vinculadas a su complejo deportivo.

Durante el acto también intervino Raúl Calleja , impulsor del FIS , y estuvieron presentes representantes institucionales como la concejala de Comercio del Ayuntamiento de Alicante, Lidia López

Reconocimiento a empresas colaboradoras

Finalmente, se agradeció la implicación y colaboración de empresas como Devesa Abogados, Novamagna, Marcos Tonda, Catral Garden Group, Awergy, Renoveduch, Alicante Plaza, Anekke, Costa Wefflen Group, Ibercaja o el Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante, entre otras.

REM celebra su Foro de Verano con nuevos acuerdos y reconocimientos al talento empresarial

La CEV y HOSBEC piden apoyo a las administraciones autonómica y central para mejorar las infraestructuras de la provincia y reforzar su competitividad



Últimas Noticias

- 1 Elche sigue con su plan de peatonalizaciones: turno de plataforma única para Mejor del Pla
- 2 El Parque Científico de la UA acoge la séptima edición del CIENCIAATHON, maratón de ciencia y tecnología
- 3 Seísmo en el equipo de Gobierno de San Vicente: Vox atiza al PP por no incluir la rebaja del IBI

Superficie **100%** Audiencia **5.418** Valoración **40€**

Cada vez es más evidente que la restauración organizada está viviendo una transformación profunda, impulsada por nuevos hábitos de consumo, cambios tecnológicos y una mayor exigencia por parte del cliente.

Este nuevo escenario ha abierto paso a modelos de negocio más flexibles, eficientes y centrados en la rentabilidad real del franquiciado que se suma a marcas y nuevos conceptos de restauraciones

Hoy, las marcas que realmente están marcando la diferencia son aquellas que saben adaptarse con propuestas ajustadas : cartas más cortas, menús optimizados y espacios que apuestan por la cercanía y la agilidad operativa. Se buscan locales versátiles, bien ubicados, pero sin necesidad de grandes dimensiones ni inversiones desproporcionadas. En definitiva, se prioriza la rentabilidad desde el primer día.

Estamos viendo también cómo los formatos pop-up con marca ganan protagonismo, por ejemplo en grandes eventos deportivos de larga duración, eventos ciudad,... Son espacios temporales o compartidos donde se genera una experiencia de consumo distinta y, en muchos casos, se multiplica el ticket medio gracias a una propuesta clara, directa y bien ejecutada. Estos modelos permiten testar mercados, adaptarse a la demanda y operar con una estructura más ligera.

Además , los nuevos canales de captación de clientes –delivery, take away, redes sociales, distribuidores intermedios que amplifican el canal de distribución, reservas y pedidos online– han dejado de ser complementarios para convertirse en parte estructural del negocio. La restauración organizada ya no se limita a las cuatro paredes del local; ahora es una marca viva, digital, multicanal y en constante evolución.

FIS ofrece a emprendedores la oportunidad de conocer los nuevos modelos de restauración organizada

Todo esto abre una ventana de oportunidad para emprendedores, empresarios y operadores que quieran invertir o crecer en restauración bajo un modelo probado y en expansión.

Y ahí es donde entra **FIS** (**Franchise Innovation Summit**), un evento disruptivo, moderno y tecnológico, que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Metropolitano de Madrid. Promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), **FIS** reunirá a las principales marcas de restauración que están buscando franquiciados comprometidos con la innovación y la excelencia operativa.

Serán dos días de congreso de altísimo nivel, donde se hablará de negocio, operación y tendencias, además de un espacio comercial de encuentro presencial entre marcas y futuros franquiciados. Si estás pensando en dar el paso o expandir tu modelo, **FIS** es el lugar donde crecen las marcas que levantan pasiones.

¡Lee aquí más noticias sobre **FIS**!

**Nuevos modelos en
restauración organizada con
marcas que levantan
pasiones**

Este será uno de los temas a abordar en el **Franchise Innovation Summit FIS2025**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia, que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el estadio metropolitano de Madrid.

El congreso SPAZIO RN organizado por Restauración News promete abordar los grandes temas que ahora mismo están puestos encima de la mesa en el sector de las marcas de restauración en expansión que buscan franquiciados.

Elegir el local adecuado es, probablemente, una de las decisiones más críticas cuando hablamos de abrir o expandir un restaurante en nuevas localizaciones. Y no es tan simple como pensar que “cuanto más tráfico, mejor”. Porque en restauración organizada, el equilibrio entre visibilidad y rentabilidad se ha convertido en una ciencia en sí misma.

Es cierto que los locales en ubicaciones prime –calles principales, zonas comerciales de alto tránsito– ofrecen una exposición brutal. Pero también es verdad que los costes fijos asociados (alquiler, personal, mantenimiento) pueden hacer inviable el negocio si no hay una rotación altísima y constante. Y eso, en el contexto actual, no siempre es sostenible.

Muchas marcas optan por abrir su local en ubicaciones emergentes

Por eso muchas marcas en expansión están girando la mirada hacia zonas emergentes, poblaciones más pequeñas, barrios en desarrollo o ubicaciones secundarias con alma. Lugares donde el coste por metro cuadrado es razonable y donde, con una buena estrategia de marca y comunicación, se puede construir comunidad, fidelidad y rentabilidad. Aquí, el marketing y la experiencia de cliente suplen –y a veces superan– la falta de visibilidad espontánea.

A este enfoque se suma un cambio importante en los formatos. Los modelos tradicionales de gran local con cocina vista, salón amplio y decoración de impacto están dejando paso a versiones más compactas funcionales y rentables. Espacios más pequeños, mejor optimizados, pensados para servir tanto en sala como para delivery o take away. El objetivo es claro: hacer más con menos.

También están creciendo los espacios compartidos o híbridos: locales con rotación de marcas, food halls o incluso zonas de coworking gastronómico donde varios operadores conviven en un mismo espacio. Este tipo de fórmulas reducen barreras de entrada y permiten testear el modelo sin comprometerse a largo plazo.

En definitiva, ya no se trata solo de estar “donde pasa todo”, sino de estar donde tiene sentido para tu negocio. El local perfecto no es el más vistoso, sino el que permite operar con eficiencia, escalar con lógica y construir una relación real con el cliente.

Y si estás buscando inspiración, ideas o socios para dar el paso, **FIS (Franchise Innovation Summit)** los días 15 y 16 de octubre, es el evento donde todo esto se pone sobre la mesa: innovación, operación, expansión. Nos vemos allí.

¡Más noticias sobre **FIS** aquí!



Pablo González González

El crédito a pymes de este tipo se dispara un 50% en este periodo

El negocio de franquicias está ganando peso en la hoja de ruta de BBVA. El banco presidido por Carlos Torres Vila ha incrementado un 33% la concesión de crédito al sector en el primer semestre, según informó la compañía este jueves. Este impulso se ha traducido en un aumento del 11% en los saldos de inversión (volumen activo en forma de préstamos o productos financieros vinculados a franquicias) estos últimos seis meses y respalda la estrategia de crecer en el ámbito de las empresas, uno de los puntos fuertes de Banco Sabadell, la entidad sobre la que el BBVA ha lanzado una opa. En el segmento de pymes franquiciadas, el avance ha sido aún más notable. La nueva financiación ha crecido un 48% interanual, mientras que los saldos de inversión han subido un 5,7%. BBVA atribuye este dinamismo al modelo de franquicia como tal, que según precisa, “mantiene su atractivo para emprendedores e inversores” y representa “una vía de crecimiento para muchos negocios”. La entidad vizcaína ofrece a franquiciadores y franquiciados su Servicio Integral de Franquicias, que incluye asesoramiento especializado, herramientas digitales, soluciones de cobro y pago, seguros adaptados y apoyo en comercio exterior. En este sentido, María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados Pymes, precisa: “Nuestro papel es estar ahí cuando se plantea una apertura, una reforma o un plan de expansión”. El banco dice poner el foco en el “impulso del tejido empresarial y especialmente en aquellos modelos que combinan escalabilidad y experiencia consolidada”, según precisa el comunicado.

UN MODELO QUE GANA PESO EN LA ECONOMÍA Las franquicias representan casi el 2% del PIB español , con una facturación de 27.600 millones de euros en 2023, según datos de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), publicados a finales de 2024. En España operan cerca de 1.400 marcas franquiciadas con casi 80.000 locales, que emplean a 320.000 personas. Los sectores más representativos son la restauración (19%), la moda (15%), los servicios (13%) y la alimentación (5%). Por número de empleos, la restauración lidera claramente con el 31% del total. Aunque BBVA no publica una lista completa de las franquicias que financia, el banco ha mencionado en el pasado convenios de colaboración con importantes grupos de los sectores de la restauración, belleza y salud o alimentación. Uno de los casos más relevantes es el de Meliá Hotels International, que firmó en 2021 con BBVA un acuerdo para facilitar condiciones preferentes de crédito a sus franquiciados, especialmente en procesos de reposicionamiento o inversión en inmovilizado hotelero. La red de talleres mecánicos Speedy también ha contado con el respaldo financiero de BBVA para impulsar su expansión en España mediante la incorporación de nuevos franquiciados. En el sector de la restauración, el grupo Avanza Food, que gestiona marcas como Tony Roma’s o Carl’s Jr., también ha recibido apoyo de la entidad en 2022 para su plan de crecimiento, consolidando su presencia en el mercado nacional. Además, BBVA ha patrocinado el Franchise Innovation Summit (FIS), promovido por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), como parte de su estrategia para consolidarse como actor clave en el ecosistema franquiciado.



El negocio de franquicias est ganando peso en la hoja de ruta de BBVA. El banco presidido por Carlos Torres Vila ha incrementado un 33% la concesin de crdito al sector en el primer semestre, segn inform la compaa este jueves. Este impulso se ha traducido en un aumento del 11% en los saldos de inversin (volumen activo en forma de prstamos o productos financieros vinculados a franquicias) estos ltimos seis meses y respalda la estrategia de crecer en el mbito de las empresas, uno de los puntos fuertes de Banco Sabadell, la entidad sobre la que el BBVA ha lanzado una opa. En el segmento de pymes franquiciadas, el avance ha sido an ms notable. La nueva financiacin ha crecido un 48% interanual, mientras que los saldos de inversin han subido un 5,7%. BBVA atribuye este dinamismo al modelo de franquicia como tal, que segn precisa, mantiene su atractivo para emprendedores e inversores y representa una va de crecimiento para muchos negocios. La entidad vizcana ofrece a franquiciadores y franquiciados su Servicio Integral de Franquicias, que incluye asesoramiento especializado, herramientas digitales, soluciones de cobro y pago, seguros adaptados y apoyo en comercio exterior. En este sentido, Mara Eugenia Lpez, responsable de Negocios Especializados Pymes, precisa: Nuestro papel es estar ah cuando se plantea una apertura, una reforma o un plan de expansin. El banco dice poner el foco en el impulso del tejido empresarial y especialmente en aquellos modelos que combinan escalabilidad y experiencia consolidada, segn precisa el comunicado. Un modelo que gana peso en la economa. Las franquicias representan casi el 2% del PIB espaol, con una facturacin de 27.600 millones de euros en 2023, segn datos de la Asociacin Espaola de Franquiciadores (AEF), publicados a finales de 2024. En Espaa operan cerca de 1.400 marcas franquiciadas con casi 80.000 locales, que emplean a 320.000 personas. Los sectores ms representativos son la restauracin (19%), la moda (15%), los servicios (13%) y la alimentacin (5%). Por nmero de empleos, la restauracin lidera claramente con el 31% del total. Aunque BBVA no publica una lista completa de las franquicias que financia, el banco ha mencionado en el pasado convenios de colaboracin con importantes grupos de los sectores de la restauracin, belleza y salud o alimentacin. Uno de los casos ms relevantes es el de Meli Hotels International, que firm en 2021 con BBVA un acuerdo para facilitar condiciones preferentes de crdito a sus franquiciados, especialmente en procesos de reposicionamiento o inversin en inmovilizado hotelero. La red de talleres mecnicos Speedy tambin ha contado con el respaldo financiero de BBVA para impulsar su expansin en Espaa mediante la incorporacin de nuevos franquiciados. En el sector de la restauracin, el grupo Avanza Food, que gestiona marcas como Tony Romas o Carls Jr., tambin ha recibido apoyo de la entidad en 2022 para su plan de crecimiento, consolidando su presencia en el mercado nacional. Adems, BBVA ha patrocinado el **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociacin Espaola de Franquiciadores (AEF), como parte de su estrategia para consolidarse como actor clave en el ecosistema franquiciado.

El 15 de septiembre reunimos en esta jornada de debate y networking a numerosos referentes de la franquicia para compartir con los asistentes las claves de éxito en este mercado.

Avanza el verano y se acerca la quinta edición de Emprendedores en Franquicia, una jornada de debate y networking impulsada por la Revista Emprendedores con la que damos inicio al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

El 15 de septiembre nos reuniremos en el Impact Hub Prosperidad (Sala Europa) , en Madrid, en una jornada –de 09:45 a 14:00h– donde profundizaremos en todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable, con el patrocinio de KüchenHouse, Franchise Innovation Summit (FIS), Zenergie Body & Soul, Curves, Dialenga, REMAX, Manitas a Domicilio, Grupo Fournier (Mobalpa, SoCoo'c) y Banco Sabadell.

Bajo el título Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor], en Emprendedores en Franquicia contaremos con franquiciadores referentes en el mercado, expertos vinculados a este universo y franquiciados, que compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes (aquí tienes más información sobre el formato del evento).

Hasta el momento nos han confirmado su presencia Matt Stephens (Responsable de Expansión España para Fournier Redes), José Luis García (director de Expansión de REMAX España), Javier Pelayo (Chief Global Franchising de Alma Corporation), Eduardo Abadía (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia), Raúl Calleja (Director de Franchise Innovation Summit), Cindy Barany (Franquiciada de Malvon), Adrián Santamaría (Franquiciado de Anytime Fitness), Inmaculada Núñez (Directora de Sabadell Franquicias en Banco Sabadell), César Losada (CEO de Küchenhouse), Lydia Nieto (fundadora de Brunchit), Óscar Iglesias (CEO de Folder), Adrian Din (fundador de Ecocleans y Manitas a Domicilio), Rod Hill (Cofundador y Co-CEO de Zenergie Body and Soul) y David Rodríguez Hidalgo (Head Business Development en Dialenga).

Emprendedores en franquicia: un punto de encuentro único

Un grupo de participantes de nivel, con los que hablaremos de oportunidades, tendencias, desafíos, gestión eficiente de redes, cómo potenciar el talento en franquicia, rentabilidad, innovación... En este sentido, hemos diseñado un programa pensado para franquiciadores con redes ya consolidadas o en el camino, centrales que estén dando sus primeros pasos, proyectos aún embrionarios que todavía no hayan dado el salto al mercado en cadena, emprendedores e inversores que estén planteando la idea de unirse a alguna marca... Personas, en definitiva, interesadas de una forma u otra en el mundo de la franquicia y el emprendimiento.

Un caudal de conocimiento y de casos de éxito al que puedes acceder en primera persona. Para asistir a la jornada, tan sólo tienes que escribir a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Date prisa, que las plazas son limitadas.

En los próximos días desvelaremos los últimos ponentes confirmados para Emprendedores en Franquicia, un evento en el que también contaremos con un café-networking, una oportunidad única para compartir vivencias con los otros asistentes y así empezar el curso en franquicia cargado de ideas.

Y si quieres recordar todo lo que vivimos en Emprendedores en Franquicia 2024, aquí tienes una crónica detallada donde puedes comprobar la dimensión de esta iniciativa que ya se ha consolidado en el calendario de la franquicia.

Networking

eventos franquicia

líderes en franquicia

Claudio M. Novoa

Periodista freelance especializado en información económica, desde el 2007 escribo en Emprendedores sobre franquicias y emprendimiento.

Compartir



Superficie **100%** Audiencia **12.343** Valoración **355€**

Los días 15 y 16 de octubre, el estadio Riyadh Metropolitano de Madrid acogerá la mayor cita profesional de la restauración organizada y en expansión: **FIS** + Spazio Restauración News. Más de 120 marcas expositoras mostrarán el potencial de un sector clave para el turismo, el emprendimiento y el crecimiento económico en nuestro país.

En vacaciones, el turista busca descubrir, pero también confiar. Cuando viajamos, buscamos experiencias, pero también buscamos certezas . Y en ese equilibrio entre la aventura y la seguridad, las marcas franquiciadoras de restauración juegan un papel determinante: son el comodín gastronómico del turista, el salvoconducto emocional frente a lo desconocido. Cuando no conoces el idioma, no entiendes la carta o desconfías del entorno, una marca conocida se convierte en tu refugio. Y eso no es casualidad. Es estrategia. Es marca. Es restauración organizada.

Por ello, la decisión de abrir una franquicia de restauración no debería tomarse solo por rentabilidad, sino por visión. Porque cuando una marca está presente donde el consumidor está más dispuesto a gastar, relajado, explorando... está multiplicando sus oportunidades.

Turismo en récord, y la restauración organizada en el corazón del gasto

España está viviendo otra temporada estival de cifras récord en el sector turismo:

Más de 42 millones de turistas internacionales visitarán nuestro país entre junio y septiembre , con un gasto superior a 58.000 millones de euros (+3,8 %).

El PIB turístico creció un 3,6 % interanual en el segundo trimestre de 2025

La restauración, por su parte, acumula un crecimiento del gasto del 6,4 % interanual hasta mayo , impulsado por turistas nacionales e internacionales.

El empleo turístico alcanza máximos históricos con 3,24 millones de trabajadores activos.

Por tanto, no hablamos únicamente de un sector de apoyo, sino de un motor económico y de empleo.

Las franquicias de restauración: familiaridad que conquista el paladar turístico

Mientras muchas empresas bajan la persiana en agosto, l as marcas franquiciadoras de restauración no se han ido de vacaciones. Siguen siendo el lugar al que recurren las familias, los jóvenes, los turistas, los locales.

Rodilla.

Muchas de estas marcas participan como expositores en **FIS2025** los días 15 y 16 de octubre, mostrando que invertir en una marca de restauración no es solo una oportunidad económica: es una forma de posicionarse estratégicamente en entornos de alto tráfico turístico y consumo garantizado.

Alsea : Domino's Pizza, Foster's Hollywood, VIPS, Ginos.

Foodbox : Volapié, LATERAL, MÁSQ MENOS, Papizza.

Grupo Rodilla : Rodilla y Hamburguesa Nostra.

Grupo La Mafia : La Mafia Se Sienta a la Mesa, Ditaly, La Boutique Trattoria Viajera.

Y enseñas en expansión como Ci Gusta Gelati Dino JLP Global La Fresería Número Uno Steakhouse o Telepizza

Mira a tu alrededor, ¿de cuántas marcas franquiciadoras de restauración has disfrutado este verano?

FIS + Spazio Restauración News: el escaparate para emprender en un sector en auge

Con más de 120 marcas expositoras **FIS** + Spazio Restauración News será el gran punto de encuentro del ecosistema franquicia en España los días 15 y 16 de octubre en el estadio Metropolitano de Madrid.

Una cita pensada para:

Inversores que buscan rentabilidad y escalabilidad.

Emprendedores que quieren abrir su primer local con el respaldo de una marca.

Grupos de restauración que analizan tendencias para innovar.

Instituciones y medios que quieren entender qué impulsa hoy el crecimiento económico.

Y todo ello bajo el impulso de la AEF – Asociación Española de la Franquicia, promotora de **FIS** y principal instrumento al servicio del sector, y catalizadora de oportunidades.

¿Quieres leer más artículos de opinión? ¡Pincha aquí!

Imágenes cedidas por **FIS**

Autores

DEJA UNA RESPUESTA



Hablamos de dos jóvenes emprendedores que están protagonizando crecimientos sobresalientes en el mercado.

La quinta edición de Emprendedores en Franquicia se acerca. Y, con ella, nuevas confirmaciones de ponentes de nivel, que se suman a un grupo de emprendedores y franquiciadores de altura y que compartirán sus historias de éxito con los asistentes.

Entre las nuevas incorporaciones se encuentran dos jóvenes emprendedores que están protagonizando hoy algunos de los crecimientos más sobresalientes en el mercado de la franquicia. Aida García Bueno, CEO y fundadora de Japanese Head Spa, lidera una joven marca pionera en traer a España el concepto de spa capilar japonés. Y el proyecto ha cuajado. Ahora mismo tienen 21 locales propios abiertos y 11 franquicias abiertas en España, a lo que suman aperturas en París, Roma y Lisboa, sin olvidar que han comenzado su expansión en Latinoamérica, como resumen desde la compañía.

Alejandro Fernández, fundador de La Fresería, explicará las claves de éxito de un proyecto que se ha convertido en uno de los fenómenos del momento, “con un modelo ágil con inversión ajustada, locales de pequeño formato y un producto visual y personalizable que conecta con el consumidor digital actual”, explican desde la marca.

Emprendedores en Franquicia: por y para la franquicia

Éstas sólo son dos de las historias de éxito que conoceremos el próximo 15 de septiembre en Impact Hub Prosperidad (Sala Europa), en Madrid, en una jornada de debate y networking –de 09:45 a 14:00h–, con la que damos inicio al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

Para asistir a la jornada, tan sólo tienes que escribir a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Daté prisa, que las plazas son limitadas.

Bajo el título Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor], en Emprendedores en Franquicia contaremos con franquiciadores referentes en el mercado, expertos vinculados a este universo y franquiciados que compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes.

Emprendedores en Franquicia es un proyecto de Emprendedores con el objetivo de conectar a todos los protagonistas del ecosistema de la franquicia.

Hasta el momento nos han confirmado su presencia Matt Stephens (Responsable de Expansión España para Fournier Redes), José Luis García (director de Expansión de REMAX España), Javier Pelayo (Chief Global Franchising de Alma Corporation), Eduardo Abadía (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia), Raúl Calleja (Director de Franchise Innovation Summit), Cindy Barany (Franquiciada de Malvon), Adrián Santamaría (Franquiciado de Anytime Fitness), Inmaculada Núñez (Directora de Sabadell Franquicias en Banco Sabadell), César Losada (CEO de Küchenhouse), Lydia Nieto (fundadora de Brunchit), Óscar Iglesias (CEO de Folder), Adrian Din (fundador de Ecocleans y Manitas a Domicilio), Rod Hill (Cofundador y Co-CEO de Zenergie Body and Soul) y David Rodríguez Hidalgo (Head Business Development en Dialenga).

Un grupo de referentes en franquicia con los que hablaremos de oportunidades emergentes, tendencias, desafíos, Inteligencia Artificial, errores al emprender, financiación, gestión del talento, rentabilidad...

Pero no termina aquí nuestra propuesta para ese día. En este sentido, los impulsores del Franchise Innovation Summit nos desvelarán todos los detalles de un evento que celebra en el mes de octubre su segunda edición y descubriremos el potencial de Dialenga , una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado pensada para conectar una organización a todos los niveles, especialmente útil en entornos distribuidos como redes de franquicia.

En los próximos días desvelaremos los últimos ponentes confirmados para Emprendedores en Franquicia, un evento en el que también contaremos con un café–networking. No te pierdas esta oportunidad única para iniciar el curso en compañía de todo el ecosistema de la franquicia (en este enlace te contamos todo lo que vivimos en la edición 2024 de esta jornada, para que te hagas una idea de en qué consiste la experiencia).

evento franquicias

Claudio M. Novoa

Periodista freelance especializado en información económica, desde el 2007 escribo en Emprendedores sobre franquicias y emprendimiento.

Compartir

404 - Página no encontrada

Lo sentimos, no hemos encontrado el contenido que estás buscando. Puede que el enlace esté roto o que la página ya no esté disponible.

¿Qué puedes hacer ahora?

• Revisa la dirección URL.

• Utiliza el buscador para encontrar lo que necesitas.

• O vuelve a la home y sigue explorando contenido para emprender.

IR A LA HOME

Suscríbete a nuestra newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.

Email *

He leído y acepto la política de privacidad *

SUSCRIBIRSE

Contacto

Aviso Legal

Política de privacidad

Cookies

Sitemap

Copyright © 2025 Emprendedores

ACTUALIDAD

Emprendedores celebra el inicio del curso con un evento único

Llega la 5ª edición de ‘Emprendedores en Franquicia’, una jornada de debate y *networking* donde descubrimos las claves para alcanzar la rentabilidad en cadena.

Celebramos una nueva edición de *Emprendedores en Franquicia*, un foro de debate y *networking* del que hemos celebrado cuatro ediciones con gran éxito y que se ha situado como un punto de encuentro único para todo el ecosistema de la franquicia. Una iniciativa con la que buscamos dar el pistoletazo de salida al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

El 15 de septiembre nos reunimos en el Impact Hub Prosperidad, en Madrid, en una jornada matutina

El evento se consolida como una cita clave en el calendario de la franquicia

donde analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable, con el patrocinio de **KüchenHause**, **Franchise Innovation Summit** (FIS), **Zenergie Body & Soul**, **Curves**, **Dialenga**, **REMAX**, **Manitas a Domicilio**, **Grupo Fournier** (Mobalpa, SoCoo’c) y **Banco Sabadell**.

Bajo el título *Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor]*, contaremos con algunos de los franquiciadores más relevantes del mercado, que compartirán



En el evento de 2024 contamos con una gran asistencia de público y con la participación de referentes del mercado de la franquicia.

rán experiencias y conocimientos con los asistentes, en las cuatro mesas redondas que hemos programado. Unas conversaciones en las que hablaremos de claves de gestión, tendencias, oportunidades, desafíos, marcas emergentes, financiación...

POR Y PARA LA FRANQUICIA

Con un enfoque ágil –y didáctico–, el evento se dirige a franquiciadores con redes ya consolidadas o en el camino, a centrales que estén dando sus primeros pasos, a proyectos aún embrionarios, a emprendedores e inversores que estén

planteando la idea de unirse a alguna marca...

Una jornada, en definitiva, diseñada para todas aquellas personas interesadas en el universo de la franquicia y el emprendimiento, donde también disfrutaremos de un *café-networking*, además de conocer las últimas novedades sobre el **Franchise Innovation Summit** (FIS), de la mano de sus impulsores, mientras que Dialenga, una plataforma a la vanguardia, explicará cómo una comunicación interna y experiencia de empleado óptimas pueden impulsar el crecimiento de una red.

SI ESTÁS INTERESADO EN ASISTIR, ESCRÍBENOS A franquiciasemprendedores@emprendedores.es

Las agencias de viajes cerraron el ejercicio con un crecimiento del 9%

El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC).

El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC).

El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC). El sector de las agencias de viajes cerró el ejercicio 2023 con un crecimiento del 9%, según los datos publicados por el Instituto de Estadística de España (INEC).

Raúl Calleja. Director de FIS – Franchise Innovation Summit, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF)

Los días 15 y 16 de octubre, el estadio Riyadh Metropolitano de Madrid acogerá la mayor cita profesional de la restauración organizada y en expansión: FIS + SPAZIO RESTAURACIÓN. Más de 120 marcas expositoras mostrarán el potencial de un sector clave para el turismo, el emprendimiento y el crecimiento económico en nuestro país.

En vacaciones, el turista busca descubrir, pero también confiar. Cuando viajamos, buscamos experiencias, pero también buscamos certezas. Y en ese equilibrio entre la aventura y la seguridad, las marcas franquiciadoras de restauración juegan un papel determinante: son el comodín gastronómico del turista, el salvoconducto emocional frente a lo desconocido.

Cuando no conoces el idioma, no entiendes la carta o desconfías del entorno, una marca conocida se convierte en tu refugio. Y eso no es casualidad. Es estrategia. Es marca. Es restauración organizada.

Por ello, la decisión de abrir una franquicia de restauración no debería tomarse solo por rentabilidad, sino por visión. Porque cuando una marca está presente donde el consumidor está más dispuesto a gastar, relajado, explorando... está multiplicando sus oportunidades.

Turismo en récord, y la restauración organizada en el corazón del gasto

España está viviendo otra temporada estival de cifras récord en el sector turismo:

Más de 42 millones de turistas internacionales visitarán nuestro país entre junio y septiembre, con un gasto superior a 58.000 millones de euros (+3,8 %).

El PIB turístico creció un 3,6 % interanual en el segundo trimestre de 2025.

La restauración, por su parte, acumula un crecimiento del gasto del 6,4% interanual hasta mayo, impulsado por turistas nacionales e internacionales.

El empleo turístico alcanza máximos históricos con 3,24 millones de trabajadores activos.

Por tanto, no hablamos únicamente de un sector de apoyo, sino de un motor económico y de empleo.

Las franquicias de restauración: familiaridad que conquista el paladar turístico

Mientras muchas empresas bajan la persiana en agosto, las marcas franquiciadoras de restauración no se han ido de vacaciones. Siguen siendo el lugar al que recurren las familias, los jóvenes, los turistas, los locales.

Muchas de estas marcas participan como expositores en FIS2025 los días 15 y 16 de octubre, mostrando que invertir en una marca de restauración no es solo una oportunidad económica: es una forma de posicionarse estratégicamente en entornos de alto tráfico turístico y consumo garantizado.

Alsea: Domino's Pizza, Foster's Hollywood, VIPs, Ginos.Foodbox-Restalia: Volapié, LATERAL, MÁSQ MENOS, Papizza.

Grupo Rodilla: Rodilla y Hamburguesa Nostra.

Grupo La Mafia: La Mafia Se Sienta a la Mesa, Ditaly, La Boutique Trattoria Viajera.

Y enseñas en expansión como Ci Gusta, Gelati Dino, JLP Global, La Fresería, Número Uno Steakhouse o Telepizza.

Mira a tu alrededor, ¿de cuántas marcas franquiciadoras de restauración has disfrutado este verano?



Bajo el título 'Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor]', contaremos con numerosos referentes del mercado.

Emprendedores en Franquicia, en su quinta edición, se celebrará el próximo 15 de septiembre en Impact Hub Prosperidad (Sala Europa), en Madrid, con un panel de expertos de gran nivel que compartirán con los asistentes sus experiencias y conocimientos para dar con ese modelo de negocio en franquicia rentable y que perdure en el tiempo.

A lo largo de una mañana, de 09:45 a 14:00h, se sucederán cuatro mesas redondas, donde conoceremos historias de éxito de lo más inspiradores. Descubriremos, por ejemplo, cómo la cadena de oficina–papelería Folder ha logrado facturar 100 millones de euros y competir con solvencia contra Amazon. O las claves del Grupo Fournier (Mobalpa, SoCoo'c), que remonta sus orígenes a 1907, para ser el líder europeo en la fabricación de mobiliario de cocinas y del hogar con una facturación de 500 millones de euros anuales.

Emprendedores en Franquicia: más y más historias de éxito

También sabremos los desafíos que supone ser en su momento pioneros –en introducir el poke en España– y mantener esa ventaja competitiva, como ha hecho Aloha. Y desde la cadena de gimnasios Zenergie Body & Soul nos desvelarán las claves para lanzar con éxito un modelo de salud tan disruptivo como éste, con un enfoque de bienestar y longevidad, donde se despliegan tanto actividad física como medicina preventiva.

Y todo un referente mundial como Remax, con un modelo de negocio pionero que ha llevado a todas las partes del mundo, compartirá las tendencias en el muy pujante mercado de la intermediación inmobiliaria.

Una jornada de debate y networking única

Ésta es sólo una pequeña muestra de lo que te podrás encontrar en esta jornada con la que damos inicio al curso de franquicia y que acogerá además un café–networking.

Para asistir, escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Daté prisa, que las plazas son limitadas.

Con un enfoque siempre dinámico y una visión global –de tal modo que sirva de punto de encuentro para todo el ecosistema de la franquicia–, en Emprendedores en Franquicias tendremos también la oportunidad de conocer las últimas novedades del Franchise Innovation Summit , evento que se celebra en octubre. Asimismo, y como parte del programa, descubriremos el potencial de Dialenga , una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado pensada para conectar una organización a todos los niveles, especialmente útil en entornos distribuidos como redes de franquicia.

En definitiva, un evento único, que te recomendamos no te pierdas y en el que contaremos con los siguientes ponentes:

Aida García Bueno (CEO y fundadora de Japanese Head Spa)

Alejandro Fernández (fundador de La Fresería)

Matt Stephens (Responsable de Expansión en España para Fournier Redes)

José Luis García (director de Expansión de REMAX España)

Javier Pelayo (Chief Global Franchising de Alma Corporation)

Eduardo Abadía (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia)

Raúl Calleja (Director de Franchise Innovation Summit)

Cindy Barany (Franquiciada de Malvon)

Adrián Santamaría (Franquiciado de Anytime Fitness)

Inmaculada Núñez (Directora de Sabadell Franquicias en Banco Sabadell)

César Losada (CEO de Küchenhouse)

Óscar Iglesias (CEO de Folder)

Adrian Din (fundador de Ecocleans y Manitas a Domicilio)

Rod Hill (Cofundador y Co-CEO de Zenergie Body and Soul)

David Rodríguez Hidalgo (Head Business Development en Dialenga).

Guillermo Fuente (CEO de Aloha)

Enrique Santos (Director de Expansión de Midas España)

Martha Aguiar (Senior BDM en España de Curves)

No te pierdas esta oportunidad única para iniciar el curso en compañía de todo el ecosistema de la franquicia. Apúntate ahora a Emprendedores en Franquicia.

Networking

Líderes en franquicia

evento de franquicias

Claudio M. Novoa

Periodista freelance especializado en información económica, desde el 2007 escribo en Emprendedores sobre franquicias y emprendimiento.

Compartir



El próximo 15 de septiembre celebraremos la 5ª edición de Emprendedores en Franquicia, en Impact Hub Prosperidad, C/ Javier Ferrero, 10, Madrid, con un panel de expertos de altura que compartirán con los asistentes las claves para desarrollar una franquicia rentable a todos los niveles.

También descubriremos en Emprendedores en Franquicia las última novedades del **Franchise Innovation Summit**, que se celebra en octubre, y todo el potencial de Dialenga , una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado donde se fusiona tecnología a la vanguardia y gestión del talento.

Para asistir, escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Dáte prisa, que las plazas son limitadas.

Table of Contents
EMPRENDEDORES EN FRANQUICIA 2025: PROGRAMA COMPLETO

Mesa redonda especial '50º Edición Desay

Mesa redonda 'Las tablas de la ley... de la rentabilidad'. (10:55-11:35h)

Café-networking (11:35-12:15h)

Dialenga. Comunicación es

crecimiento. (12:15-12:30)

Mesa redonda 'Emergentes... y rentables'. (12:30-13:10h)

Mesa redonda 'Líderes con propósito'. (13:10-14:00h)

Bienvenida y presentación (09:45-10:00h)

A cargo de Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores

Mesa redonda especial '50º Edición Desayunos Emprendedores'. (10:00-10:40h)

Participan Matt Stephens (Responsable de Expansión en España de Fournier Redes); José Luis García (director de Expansión de REMAX España); Javier Pelayo (Chief Global Franchising de Alma Corporation); Martha Aguiar (Senior BDM en España de Curves), moderados por Claudio M. Nóvoa (Responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores).

Presentación Franchise Innovation Summit (FIS). Marcas que levantan pasiones (10:40-10:55h)

Intervienen Eduardo Abadía (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia) y Raúl Calleja (Director de Franchise Innovation Summit).

Mesa redonda 'Las tablas de la ley... de la rentabilidad'. (10:55-11:35h)

En esta mesa redonda de Emprendedores en Franquicia profundizaremos en diferentes aspectos económico-financieros que permiten asentar las bases de un proyecto rentable. Y para ello, convocamos a dos franquiciados, una central de franquicias y una entidad financiera, para tener una visión panorámica de este asunto desde diversas perspectivas.

Participan Inmaculada Núñez (Directora de Sabadell Franquicias en Banco Sabadell); Cindy Barany (Franquiciada de Malvon); Adrián Santamaría (Franquiciado de Anytime Fitness); Enrique Santos (Director de Expansión de Midas España), moderados por Raúl Alonso (Periodista colaborador de Emprendedores).

Café-networking (11:35-12:15h)

Dialenga. Comunicación estratégica para alinear tu red de franquicias y potenciar el crecimiento. (12:15-12:30)

Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores, entrevista a David Rodríguez Hidalgo (Head Business Development en Dialenga), una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado pensada para conectar a todos los niveles de una organización, especialmente útil en entornos distribuidos como redes de franquicia.

Mesa redonda 'Emergentes... y rentables'. (12:30-13:10h)

Reunimos alrededor de la mesa a representantes de marcas en plena expansión que operan en segmentos que están experimentando crecimientos sobresalientes, para que compartan aquellas claves que les permiten crecer con rapidez y, al mismo tiempo, de forma sólida.

Participan Adrian Din (fundador de Manitas a Domicilio y Ecocleans); Rod Hill (Cofundador y Co-CEO de Zenergie Body and Soul); Aida García Bueno (CEO y fundadora de Japanese Head Spa); Alejandro Fernández (fundador de La Fresería), moderados por Javier Escudero (Redactor jefe de Emprendedores).

Mesa redonda 'Líderes con propósito'. (13:10-14:00h)

Conversamos con los fundadores de marcas que han logrado desarrollar modelos de negocio que se han convertido en referentes del mercado. Líderes, en definitiva, que han sabido crecer mucho... y bien.

Participan César Losada (CEO de Küchenhouse); Óscar Iglesias (CEO de Folder) y Guillermo Fuente (CEO de Aloha), moderados por Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores.

No te pierdas esta oportunidad única para iniciar el curso en compañía de todo el ecosistema de la franquicia y apúntate a Emprendedores en Franquicia, donde conocerás, de la mano de sus protagonistas, historias de éxito de lo más inspiradoras.

Escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es y te reservamos una plaza en este evento con el que arrancamos el curso en franquicia.

Networking

líderes en franquicia

evento de franquicias

Claudio M. Novoa

Periodista freelance especializado en información económica, desde el 2007 escribo en Emprendedores sobre franquicias y emprendimiento.

Compartir

La segunda edición del Franchise Innovation Summit, que se celebra el 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano , prevé reunir a más de 3.000 asistentes y ...

La segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS), que se celebra el 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, ya ocupa un lugar destacado en el calendario del ecosistema de la franquicia en nuestro país.

Y los objetivos que se han marcado desde la organización son claros. “FIS ha de ser el gran instrumento del sector y de la industria franquiciadora para impulsar su visibilidad, notoriedad, generación de leads...”, empieza por subrayar Raúl Calleja, director de un evento promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) . “A partir de aquí, se promueve el desarrollo, crecimiento y profesionalización de la franquicia como modelo de negocio e innovación empresarial para marcas, servicios y franquiciados en todo el ámbito de la península ibérica”.

Enfatiza Calleja que el gran objetivo es que FIS2025 marque el camino para ser el evento de referencia para todo el ecosistema profesional del retail en modelo de expansión franquicia, para marcas de cualquier sector que están buscando crecer con socios franquiciados, con emprendedores o con inversores. “Y que, además, se consolide como un puente natural entre Europa e Iberoamérica”, añade. “Queremos que cualquier emprendedor, desde una ciudad grande como Madrid, hasta desde una localidad más pequeña, vea en FIS el lugar donde encontrar su próximo proyecto, socios estratégicos o inspiración real para emprender”.

Y si hablamos de cifras, esta nueva edición busca reunir a más de 3.000 asistentes y más de 120 marcas que están en plena expansión. “Pero, sobre todo, queremos generar oportunidades de negocio tangibles para todos los perfiles que participan: emprendedores, franquiciados, inversores y marcas”.

EMPRENEDORES: Siempre a la vanguardia y con la innovación como hoja de ruta, ¿cuáles son las principales novedades de FIS2025?

RAÚL CALLEJA: Hay una muy evidente, que es su celebración en el Estadio Metropolitano de Madrid, con el objetivo de crear una experiencia singular, y muy alineada con las similitudes que hay entre el espíritu deportivo y espíritu emprendedor: disciplina, resiliencia, visión a largo plazo, trabajo en equipo, superación personal y estado de bienestar.

Desde un punto de vista de contenido, existe mucha diversidad de sectores para que el asistente profesional pueda tener un amplio abanico de propuestas de valor, pero verticalizando y especializando mucho los contenidos y la convocatoria. Por ejemplo, SPAZIO RESTAURACION NEWS es el área congress y showroom especializada en marcas de restauración en expansión.

FITNESS, SALUD-BELLEZA Y ESTÉTICA, CADENAS DE SUPERMERCADOS, CENTROS DE FORMACION Y ACADEMIAS, RETAIL ESPECIALIZADO, AUTOMOCIÓN, INMOBILIARIO.... Al final, cada sector retail tendrá su jornada monográfica durante los dos días de evento, donde franquiciados de toda España podrán conocer las propuestas y peculiaridades de cada marca.

Además, la convocatoria se especializa en verticales sectoriales con una plataforma de solicitud y gestión de citas y reuniones; en este sentido, cada marca tendrá acceso a la plataforma FIS365 para acceder al 100% de los leads.

En paralelo, lanzamos la Semana de la Franquicia, que irá más allá del evento físico y contará con el FranquiTour, el FISKathon de Modelos de Franquicia, Iberoamérica Mercado Internacional Invitado y Mediterráneo Comunidad Empresarial Invitada. Otra novedad potente es nuestra plataforma digital FIS365, que conecta a los participantes antes, durante y después del evento, para que las oportunidades no se limiten a dos días. Esto es franquicia en modo 365 días al año.

EMP.: ¿Qué se va a encontrar el asistente una vez entre por la puerta que da acceso a este summit?

R.C.: Va a encontrar energía, innovación y, sobre todo, muchas oportunidades de negocio y emprendimiento. Desde el minuto uno, se entra en un entorno donde se respira emprendimiento profesional. Hay una zona showroom muy potente, donde más de 120 marcas exponen sus modelos de negocio y buscan a nuevos franquiciados.

En paralelo, tenemos un summit con ponencias inspiradoras, talleres prácticos, sesiones sobre IA, sostenibilidad, expansión internacional... Y todo esto lo completamos con zonas de networking donde cerrar reuniones, hacer contactos y acceder a financiación. Es un evento pensado por y para emprendedores, y eso se nota.

EMP.: Relacionado con lo anterior, ¿cuáles son los elementos más destacables de la oferta expositora que se van a encontrar los asistentes?

R.C.: Lo que más destaca es la variedad y la calidad de las marcas. Tenemos presencia de sectores como hostelería y restauración, retail, alimentación, salud, fitness, educación, tecnología, automoción... Tanto marcas muy reconocidas como enseñas emergentes que vienen pisando fuerte.

La de FIS2025 es una oferta que se adapta a todos los perfiles de emprendedor, desde el que busca una franquicia low-cost hasta quien quiere invertir en una cadena con expansión internacional. No olvidemos, por otro lado, que los asistentes podrán ver demostraciones, participar en actividades prácticas y cerrar acuerdos en el momento.

«El mundo se mueve gracias a los fundadores, creadores y emprendedores de proyectos. Y FIS nace precisamente de esa pasión por el emprendimiento».

EMP.: ¿Qué recomendaciones daría a esa persona que está pensando acudir al FIS, para aprovechar al máximo su visita?

R.C.: Mi recomendación es clara: venir con objetivos concretos, ya sea descubrir un modelo de negocio, formarte o hacer contactos. Pero poner un número a los objetivos.

Aprovecharía para venir los dos días, 15 y 16 de octubre, porque cada jornada habrá cosas diferentes. Y el buen networking se basa en dedicarle tiempo y profundidad; el networking no aparece solo, se busca, se genera y se trabaja. Nunca sabes dónde y cuándo están las oportunidades de negocio.

Otro consejo es planificar tu visita usando la herramienta de FIS365 para agenda reuniones y talleres, además de explorar el showroom a fondo y sin ningún miedo de preguntar a todas las marcas participantes, que están ahí para ti. Animaría a la gente a participar en las ponencias, que son muy prácticas, y reservar tiempo también para el networking informal, que muchas veces es donde surgen las mejores ideas. Y sobre todo, venir con mente abierta. FIS es un lugar donde pueden pasar cosas muy buenas si vienes con actitud emprendedora.

EMP.: Destacan desde FIS que les gusta mucho el emprendimiento y crear espacios que ayuden a emprender. ¿Qué iniciativas impulsan desde FIS en esta dirección?

R.C.: El mundo se mueve gracias a los fundadores, creadores y emprendedores de proyectos. Y FIS nace precisamente de esa pasión por el emprendimiento.

Apostamos por crear un ecosistema que inspire y ayude a crecer. Por ejemplo, con la Semana de la Franquicia, llevamos las franquicias a las calles y generamos experiencias que acercan el emprendimiento a la gente. Con FIS365, mientras, rompemos las barreras del evento físico y ofrecemos formación, visibilidad y networking durante todo el año.

También impulsamos iniciativas como el FISKathon, que da protagonismo a nuevos modelos de negocio franquiciables para talentos jóvenes, o el Club FIS+, que premia la fidelidad de quienes apuestan por crecer con nosotros. Todo está pensado para que emprender no sea un salto al vacío, sino un camino acompañado.

EMP.: ¿Qué balance hacen de iniciativas como el Foro de Ciudades y Franquicia, enmarcado en el FIS?

R.C.: Muy positivo. El Foro de Ciudades y Franquicia está generando un impacto real. Ciudades como Toledo, Chiclana, La Nucía, Pozuelo,



Palencia... y otras que se están sumando, ven en la franquicia una oportunidad de desarrollo económico local. Este foro conecta a ayuntamientos con marcas, inversores y emprendedores, generando sinergias que antes no existían. Estamos convencidos de que este modelo es replicable en muchas otras ciudades, grandes y medianas, y lo vamos a seguir impulsando con fuerza. Es una apuesta clara por descentralizar y llevar el emprendimiento a todos los rincones del país.

EMP.: ¿Y respecto a las iniciativas que van a tener lugar fuera del espacio físico del FIS?

R.C.: Este año hemos querido salir de las paredes del recinto. Con iniciativas como el FranquiTour, vamos a llevar a grupos de emprendedores a conocer los “flagship stores” de las marcas participantes en el showroom de FIS, franquicias que están en funcionamiento a lo largo de las calles de Madrid.

También tenemos la experiencias de eventos de Networking Institucional de Ciudades que se celebrará en espacios emblemáticos, conectando a actores públicos y privados en entornos más distendidos. Lo que buscamos es que la franquicia se viva y se sienta más allá de las charlas o stands; que la franquicia inspire de verdad.

En resumen, FIS2025 va a ser un punto de encuentro imprescindible para todo aquel que quiera emprender, invertir o crecer en franquicia. Si estás pensando en dar el paso, éste es tu sitio. Te esperamos.

Networking
líderes en franquicia
eventos de franquicia
Redacción Emprendedores
Hablamos de emprendimiento desde 1997. Esta experiencia nos permite conocer la evolución del ecosistema y las tendencias que se mueven por el mercado
Compartir

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Superficie **100%** Audiencia **6.524** Valoración **173€**

El Estadio Metropolitano de Madrid reunirá a más de 120 marcas franquiciadoras los días 15 y 16 de octubre en un evento patrocinado por BBVA.

El próximo 15 y 16 de octubre, el Estadio Metropolitano de Madrid será el escenario del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, un evento que congregará a más de 120 marcas franquiciadoras en busca de expansión. La feria, patrocinada por BBVA, se presenta como un punto de encuentro entre empresarios, autónomos y emprendedores interesados en el modelo de franquicia.

Un ecosistema de oportunidades para el sector retail

Raúl Calleja, director general del FIS, destaca que el evento contará con "dos grandes foros que estarán permanentemente con contenido superinteresante: un auditorio principal donde tocaremos toda la tipología de franquicias que existen y otro espacio, llamado Espacio Restauración, dedicado exclusivamente a hostelería".

Bajo el lema "Nunca dejes de crecer", la feria busca crear espacios de encuentro donde aprender del sector y construir un gran ecosistema alrededor de la franquicia.

La diversidad de propuestas es uno de los puntos fuertes del evento, con franquicias de hostelería, fitness, academias de formación, sector inmobiliario, belleza y estética, y ámbito sociosanitario, entre otros. Además, se desarrollará el Foro de Ciudades sin Franquicia, donde alcaldes de diferentes municipios españoles presentarán oportunidades para emprendedores locales.

El apoyo financiero como pilar del crecimiento

María Eugenia López, responsable de negocios especializados en BBVA España , subraya la importancia de un soporte integral al sistema de franquicias: "Para que esta aventura de crecer de la mano de una cadena de franquicias tenga sentido, tiene que ser un taburete de tres patas: franquiciador, franquiciados y el apoyo de una entidad financiera que confíe en el sistema".

Según López, BBVA ofrece no solo financiación, sino también soluciones para la digitalización, innovación y sostenibilidad: "Hoy en día el mercado nos demanda a todos que produzcamos de una manera más sostenible, que seamos respetuosos con el medio ambiente y que sigamos adelante sin dejar a nadie atrás".

También te puede interesar:

EN DIRECTO

Todos Seguros





Entrevista a Joan Porcar (Darwinex)
CapitalRadio.es
09-09-2025

Superficie **100%** Audiencia **6.524** Valoración **163€**

Franchise Innovation Summit: evento clave para el sector retail Todos Seguros

Cómo aprovechar la fiebre del Oro y Bitcoin: "Vivimos un momento dulce en los mercados"

Para entender cómo se puede invertir en estos activos a través de canales alternativos, Laura Blanco ha entrevistado a Joan Porcar, Brand Evangel para España y Latinoamérica de Darwinex Zero, quien ha explicado las diferentes estrategias que están implementando los traders en su plataforma.

[Ir a Capital, la Bolsa y la Vida](#)

Noticias recientes



Japanese Head Spa, Pilar García. La jornada finalizará a las 12.30 horas con la intervención del director de **Franchise Innovation Summit** (FIS), Raúl Calleja, quien hablará sobre 'FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones'.

Sobre las franquicias, Eduardo Abadía señala: "Permiten aterrizar grandes marcas, de cualquier sector, en ciudades medianas o pequeñas, generando valor añadido al comercio local y facilitando el acceso de emprendedores a proyectos contrastados y sostenibles", y añade que "el apoyo de los ayuntamientos en este tipo de iniciativas no solo fortalece el tejido empresarial, también transmite confianza y proyección hacia inversores y operadores nacionales".

Este programa es fruto de una reunión mantenida entre

"Permiten aterrizar grandes marcas en ciudades medianas o pequeñas"

El foro se enmarca dentro del **Franchise Innovation Summit**.

Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias

El próximo jueves tendrá lugar una jornada previa al Foro Ciudades y Franquicia, que se desarrollará en Madrid los días 15 y 16 de octubre

CARMEN MELÉNDEZ Chiclana

En un contexto de transformación urbana y necesidad de revitalizar el comercio local, son muchos los ayuntamientos de este país que están profundizando en el modelo de franquicia como una herramienta de desarrollo económico y social.

El Foro Ciudades y Franquicia, una iniciativa enmarcada dentro del **Franchise Innovation Summit** (FIS) -que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, y promovida por la Asociación Española de la Franquicia (AEF)- se presenta como un puente sobre esta opción entre administraciones locales, emprendedores de la zona y grandes marcas.

Chiclana se ha querido sumar a este movimiento, de tal manera que será escenario es-

te 18 de septiembre de una jornada de presentación titulada 'Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes'.

En concreto, esta actividad, organizada por la AEF en colaboración con el Ayuntamiento

El programa incluye una interesante mesa sectorial con casos de éxitos

de Chiclana y la Asociación de Empresarios, se desarrollará a partir de las 11.30 horas en el Centro del Vino y la Sal, y se configura como un encuentro para empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores en busca de nuevas oportunidades.

Comenzará con la inaugura-



Un momento de la reunión celebrada en marzo pasado.

ción a cargo del alcalde, José María Román; el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera; la delegada municipal de Fomento Económico, Manuela Pérez, y el director ejecutivo de la AEF, Eduardo Abadía, quien se responsabilizará a las 11.50 de la ponencia titulada

'La Franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores'.

Posteriormente, a las 12.10 horas, se desarrollará una mesa sectorial con casos de éxitos, en la que participarán el director de Expansión Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de

José María Román, Eduardo Abadía y Raúl Calleja en marzo pasado, que tuvo como objeto "fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer inversiones a la ciudad", según detalló el Consistorio en un comunicado de prensa.

Durante este acto, los representantes del sector invitaron a Chiclana a formar parte del foro y el alcalde destacó la importancia de iniciativas como esta para seguir posicionando a la ciudad como un referente en el impulso del comercio y la atracción de nuevas oportunidades de negocio.

Con esta primera toma de contacto, el municipio "reafirmó su compromiso con el crecimiento económico y la generación de empleo, consolidándose como una ciudad abierta a la inversión y al emprendimiento, con la finalidad de atraer marcas y conceptos de franquicia innovadores", aseguraron desde el Ayuntamiento.

FIS

El **Franchise Innovation Summit** es el evento de referencia en el sector, promovido por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), que reúne a marcas líderes, emprendedores e inversores para impulsar el crecimiento de este modelo en España y a nivel internacional.



D.C.

El foro se enmarca dentro del **Franchise Innovation Summit**.

Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias

El próximo jueves tendrá lugar una jornada previa al Foro Ciudades y Franquicia, que se desarrollará en Madrid los días 15 y 16 de octubre

CARMEN MELÉNDEZ Chiclana

En un contexto de transformación urbana y necesidad de revitalizar el comercio local, son muchos los ayuntamientos de este país que están profundizando en el modelo de franquicia como una herramienta de desarrollo económico y social.

El Foro Ciudades y Franquicia, una iniciativa enmarcada dentro del **Franchise Innovation Summit** (FIS) -que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, y promovida por la Asociación Española de la Franquicia (AEF)- se presenta como un puente sobre esta opción entre administraciones locales, emprendedores de la zona y grandes marcas.

Chiclana se ha querido sumar a este movimiento, de tal manera que será escenario es-

te 18 de septiembre de una jornada de presentación titulada 'Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes'.

En concreto, esta actividad, organizada por la AEF en colaboración con el Ayuntamiento

El programa incluye una interesante mesa sectorial con casos de éxitos

de Chiclana y la Asociación de Empresarios, se desarrollará a partir de las 11.30 horas en el Centro del Vino y la Sal, y se configura como un encuentro para empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores en busca de nuevas oportunidades.

Comenzará con la inaugura-



D.C.

Un momento de la reunión celebrada en marzo pasado.

ción a cargo del alcalde, José María Román; el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera; la delegada municipal de Fomento Económico, Manuela Pérez, y el director ejecutivo de la AEF, Eduardo Abadía, quien se responsabilizará a las 11.50 de la ponencia titulada

'La Franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores'.

Posteriormente, a las 12.10 horas, se desarrollará una mesa sectorial con casos de éxitos, en la que participarán el director de Expansión Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de

Japanese Head Spa, Pilar García. La jornada finalizará a las 12.30 horas con la intervención del director de **Franchise Innovation Summit** (FIS), Raúl Calleja, quien hablará sobre 'FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones'.

Sobre las franquicias, Eduardo Abadía señala: "Permiten aterrizar grandes marcas, de cualquier sector, en ciudades medianas o pequeñas, generando valor añadido al comercio local y facilitando el acceso de emprendedores a proyectos contrastados y sostenibles", y añade que "el apoyo de los ayuntamientos en este tipo de iniciativas no solo fortalece el tejido empresarial, también transmite confianza y proyección hacia inversores y operadores nacionales".

Este programa es fruto de una reunión mantenida entre

"Permiten aterrizar grandes marcas en ciudades medianas o pequeñas"

José María Román, Eduardo Abadía y Raúl Calleja en marzo pasado, que tuvo como objeto "fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer inversiones a la ciudad", según detalló el Consistorio en un comunicado de prensa.

Durante este acto, los representantes del sector invitaron a Chiclana a formar parte del foro y el alcalde destacó la importancia de iniciativas como esta para seguir posicionando a la ciudad como un referente en el impulso del comercio y la atracción de nuevas oportunidades de negocio.

Con esta primera toma de contacto, el municipio "reafirmó su compromiso con el crecimiento económico y la generación de empleo, consolidándose como una ciudad abierta a la inversión y al emprendimiento, con la finalidad de atraer marcas y conceptos de franquicia innovadores", aseguraron desde el Ayuntamiento.

FIS

El **Franchise Innovation Summit** es el evento de referencia en el sector, promovido por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), que reúne a marcas líderes, emprendedores e inversores para impulsar el crecimiento de este modelo en España y a nivel internacional.

8 meses para cobrar 175 euros en Sada

Una conductora está pendiente desde finales de enero del abono de los desperfectos causados por una valla de obra en su vehículo

D. VÁZQUEZ SADA / LA VOZ

«A principios de año me dieron un golpe con una valla de reserva de espacio, y la gestión hasta el 10 de marzo fue bien. La Policía Local hizo un informe conforme con que la valla estaba allí. También me pidieron la documentación pericial y llegó a fiscalización el 10 de marzo, y ahí se quedó durmiendo», explica una conductora sobre un inci-

dente ocurrido a finales de enero en la rúa Betanzos, en el casco urbano de Sada, y que continúa sin resolverse. «Los daños no son exagerados, 175,38 euros, porque la valla me fracturó la defensa», detalla la afectada, que insiste en que no se trata de una reparación de gran envergadura, pero sí de un perjuicio que debería estar ya resuelto. El informe pericial reco-

ge que, como los desperfectos no superan la franquicia de responsabilidad civil estipulada en la póliza del Concello —fijada en 600 euros—, no corresponde a la aseguradora asumir el coste del siniestro, sino directamente al consistorio. «Estoy cansada de ir a hablar al Concello por algo que está reconocido como responsabilidad civil. El propio alcalde me admi-

tió que no es un problema de dinero, pero los plazos van contra mí», señala la afectada. Desde el Concello aseguran que «non hai dúbidas de que se vai pagar», aunque reconocen que el abono depende de la priorización de facturas y de la carga de trabajo de Intervención. «Unos se pasan la pelota a otros... y mi coche sigue golpeado y sin arreglo, pendiente de fis-



Imagen del turismo dañado.

calización desde el mes de marzo», apunta esta vecina que asegura sentirse impotente por la falta de avances.

Directorio médico

➔ ANGIOLOGÍA Y CIRUGÍA VASCULAR

Dr. José Ignacio Iglesias Negreira Col. 5873
C/ Emilia Pardo Bazán, 20-2ª izda. C-15-000922 981.120.837

➔ CARDIOLOGÍA

Dr. Nemesio Álvarez García C-15-002619 Col. 3224
C/ Comandante Fontanes, 1-6º D. 981 206 666
CardioModelo Coruña C-15-003959
Hospital HM Modelo. Virrey Osorio, 30 981 147 300
CardioModelo Coruña C-15-003959
Clínica CardioModelo. C/ Francisco Mariño, 2 - 1 izda 981 120 250 - 606 830 073

➔ CIRUGÍA ORTOPÉDICA Y TRAUMATOLOGÍA

Inst. Médico Arriaza & Asociados C-15-002687
Edif. Coruña Sport Centre, C/Enrique Mariñas s/n citas 881.888.873 - 981.113.030
Dr. Rafael Arriaza Loureda C-15-002687 Col. 5190
C/ Juan Flórez, 49 1º 15004 A Coruña 981 26 39 66 / 677 08 78 28
Dr. Gonzalo Couceiro Sánchez C-15-002687 Col. 8274
Edif. Coruña Sport Centre, C/Enrique Mariñas s/n citas 633 195 091 / 981.113.030
Dr. Javier Vázquez Domínguez C-15-002836 Col. 6317
SURBONE, S.L. Hospital Modelo 981.904.000 / 981.147.320
Dr. Víctor Moreno Barrueco C-15-002836 Col. 9303
SURBONE, S.L. Hospital Modelo 981.904.000 / 981.147.320
Dr. Jorge González-Zabaleta C-15-002836 Col. 10060
SURBONE, S.L. Hospital Modelo 981.904.000 / 981.147.320
Dr. Fernando Castillo C-15-000190 Col. 8566
Hospital Modelo (Virrey Osorio 30) 981.147.320 / 697.323.630
Dr. Carlos Sampedro Curbere C-15-002979 Col. 7768
Hospital San Rafael C/ Las Jubias, 82 - 15009 La Coruña 981.179.005

➔ CIRUGÍA PLÁSTICA, ESTÉTICA Y REPARADORA

Clínica Dr. Cerqueiro C-15-001218 Col. 7179
Plaza de Galicia, nº 2-6ª planta 981.120.126

➔ CLÍNICA DEL DOLOR

Dr. Santiago Oliván Bistuer - Reg. Sanitario: C-15004286
Plaza de Pontevedra 12, 1º E 981 315 050 / 981 321 527
Nº Colegiado: 15/1504575 (CLÍNICA DE MEDICINA DEL DOLOR SAN LORENZO)

➔ GINECOLOGÍA-OBSTETRICIA

Dr. Ríos Torre Col. 3529-7
Avda. Finisterre, 2 981.269.816

➔ MEDICINA ESTÉTICA

Clínica Dra. Ana Mª López Dosio Col. 5210 C-15-000808
Calle José Luis Pérez Cepeda 5. 2 B 981.270.361

➔ OFTALMOLOGÍA

Dr. Pascual Fuster Rodríguez C-15-002704 Col. 9232
Calle Alfredo Vicenti 6. 1 981.143.300

➔ OTORRINOLARINGOLOGÍA

Dr. Juan Ignacio Álvarez Paredes C-15-002867 Col. 2054
Avda. Arteixo 11 981.259.031

➔ PSIQUIATRÍA

Dr. Juan Carlos Díaz del Valle C-15-000188 Col. 5153
C/ Londres, 2. Hospital Quirón 981.219.800
Dra. Cristina Uzal Fernández Col. 273203493
Clínica Uzal (C-15-004786) Ronda de Nelle, 16, entreplanta 1º izda. 881.017.712 - 608.160.775

➔ REUMATOLOGÍA

Dr. Guerra (Radiología Digitalizada - Ecografía - Tratamientos ecoguiados) C-15-001628 Col. 3669
Avda. de Arteixo, 13-1º izda. 981.142.131

➔ TRAUMATOLOGÍA DEPORTIVA

Instituto Médico Arriaza C-15-002687
Edificio Coruña Sport Centre (c/ Enrique Mariñas s/n) 981.113.030 citas 881.888.873

➔ UROLOGÍA

Dr. José E. Duarte Novo C-15-001567 Col. 7184
Avda. de Las Conchiñas 11. 1 D (Urología & Andrología) 981.276.009
Dr. Luis Álvarez Castelo C-15-002710 Col. 7878
Cuesta de la Palloza, 1, 5º izda. (Edificio Torre Esmeralda) 881.352.035
Dr. Luis Busto Castañón (C-15-001465) Col. 3257
Pza. Maestro Mateo, 8, entrpl. izda. 981.271.776
Dr. Andrés Rodríguez Alonso C-15-004125 Col. 9162
Las Jubias, 82 (Hospital San Rafael) 610.178.250 / 981.179.005

➔ VALORACIÓN DE DAÑO CORPORAL - PERITO MÉDICO

Clínica ASSISTENS C-15-000959
Federico García, 4 bajo (Matagrande) 981.175.030

Superficie **100%** Audiencia **33.267** Valoración **513€**

Este jueves tendrá lugar una jornada previa al Foro Ciudades y Franquicia, que se desarrollará en Madrid los días 15 y 16 de octubre

En un contexto de transformación urbana y necesidad de revitalizar el comercio local, son muchos los ayuntamientos de este país que están profundizando en el modelo de franquicia como una herramienta de desarrollo económico y social.

El Foro Ciudades y Franquicia, una iniciativa enmarcada dentro del **Franchise Innovation Summit (FIS)** -que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, y promovida por la Asociación Española de la Franquicia (AEF)- se presenta como un puente sobre esta opción entre administraciones locales, emprendedores de la zona y grandes marcas.

Chiclana se ha querido sumar a este movimiento, de tal manera que será escenario este 18 de septiembre de una jornada de presentación titulada 'Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes'.

En concreto, esta actividad, organizada por la AEF en colaboración con el Ayuntamiento y la Asociación de Empresarios, se desarrollará a partir de las 11.30 horas en el Centro del Vino y la Sal, y se configura como un encuentro para empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores en busca de nuevas oportunidades.

El programa incluye una interesante mesa sectorial con casos de éxitos

Comenzará con la inauguración a cargo del alcalde, José María Román; el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera; la delegada municipal de Fomento Económico, Manuela Pérez, y el director ejecutivo de la AEF, Eduardo Abadía, quien se responsabilizará a las 11.50 de la ponencia titulada 'La Franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores'.

Posteriormente, a las 12.10 horas, se desarrollará una mesa sectorial con casos de éxitos, en la que participarán el director de Expansión Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de Japanese Head Spa, Pilar García. La jornada finalizará a las 12.30 horas con la intervención del director de **Franchise Innovation Summit (FIS)**, Raúl Calleja, quien hablará sobre 'FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones'.

Sobre las franquicias, Eduardo Abadía señala: "Permiten aterrizar grandes marcas, de cualquier sector, en ciudades medianas o pequeñas, generando valor añadido al comercio local y facilitando el acceso de emprendedores a proyectos contrastados y sostenibles", y añade que "el apoyo de los ayuntamientos en este tipo de iniciativas no solo fortalece el tejido empresarial, también transmite confianza y proyección hacia inversores y operadores nacionales".

Permiten aterrizar grandes marcas en ciudades medianas o pequeñas"

Este programa es fruto de una reunión mantenida entre José María Román, Eduardo Abadía y Raúl Calleja en marzo pasado, que tuvo como objeto "fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer inversiones a la ciudad", según detalló el Consistorio en un comunicado de prensa.

Durante este acto, los representantes del sector invitaron a Chiclana a formar parte del foro y el alcalde destacó la importancia de iniciativas como esta para seguir posicionando a la ciudad como un referente en el impulso del comercio y la atracción de nuevas oportunidades de negocio.

Con esta primera toma de contacto, el municipio "reafirmó su compromiso con el crecimiento económico y la generación de empleo, consolidándose como una ciudad abierta a la inversión y al emprendimiento, con el fin de atraer marcas y conceptos de franquicia innovadores", aseguraron desde el Ayuntamiento.

FIS

El **Franchise Innovation Summit** es el evento de referencia en el sector, promovido por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), que reúne a marcas líderes, emprendedores e inversores para impulsar el crecimiento de este modelo en España y a nivel internacional.

DIARIO DE CÁDIZ

Noticias de Chiclana

Chiclana invita a profundizar en el modelo de las franquicias

Este jueves tendrá lugar una jornada previa al Foro Ciudades y Franquicia, que se desarrollará en Madrid los días 15 y 16 de octubre

Chiclana homenajea a su industria y su comercio en el Día de Andalucía



«Participar en Sportcities es formar parte de la comunidad donde se definen los próximos proyectos de instalaciones deportivas»

Entrevista a Raúl Calleja, director de Sportcities



profesional deberían marcarlo en su agenda y qué tipo de decisiones se toman realmente en este espacio?

El Summit reúne a alcaldes, técnicos municipales, arquitectos urbanos, operadores de instalaciones, inversores y consultores del sector. En ese foro no se habla en abstracto: se presentan casos reales, modelos replicables y soluciones listas para implementar. El visitante hallará respuestas concretas a retos de renovación, financiación o gestión de instalaciones. Y el expositor podrá mostrar cómo su producto o servicio encaja en proyectos que se están activando para este año 2026. Será el lugar donde se toman decisiones.

REDACCIÓN.VALENCIA
R Raúl Calleja es Director de Sportcities y FIS (Franchise Innovation Summit), cofundador de Show2be, experto en marketing ferial y retail y cuenta con más de 20 años de experiencia ayudando a comunidades B2B a crecer. Speaker TeCh, IA, Innovation & Sales, Calleja pone ahora su conocimiento al servicio de Sportcities, el evento profesional que se celebrará en Valencia los próximos 19 y 20 de noviembre.

Sportcities se define como un “evento B2B con impacto territorial”. Más allá de lo institucional, ¿cómo se traduce esto en oportunidades comerciales reales para una empresa de equipamiento deportivo que decida par-

ticipar como expositor, y si aún está a tiempo?

Sportcities conecta directamente a la industria del equipamiento deportivo con quienes toman decisiones de inversión, de compra o de prescripción, tanto del ámbito público como del privado. Lo hacemos desde un enfoque 100% profesional y orientado a negocio. Participar como expositor no es solo estar presente: es formar parte de la comunidad donde se están definiendo los próximos proyectos de instalaciones deportivas, venues deportivos, parques biosaludables, gimnasios, espacios turísticos activos o mobiliario urbano... En Sportcities hará negocio, generará leads, se generarán oportunidades reales y se cerrarán acuerdos, entre quienes estén, porque hemos visto

que hay mucho mucho interés en administraciones municipales, responsables de centros deportivos, hoteles, parques y mobiliario urbano activo... es acudir a buscar soluciones y productos. El formato de participación sencillo, económico, muy práctico... permite que septiembre y octubre sean meses en los que cualquier empresa forme parte de la comunidad expositiva de Sportcities por menos de 3.000 euros.

«EL VISITANTE HALLARÁ RESPUESTAS CONCRETAS A RETOS DE RENOVACIÓN, FINANCIACIÓN O GESTIÓN DE INSTALACIONES»

El Summit “Ciudades en Movimiento” será el núcleo estratégico del evento. ¿Qué perfiles de visitante

«CADA FORO HA SIDO DISEÑADO PENSANDO EN LO QUE NECESITA EL PROFESIONAL PARA TOMAR DECISIONES»

En un contexto donde muchas ferias parecen repetirse en contenidos, ¿qué mecanismos tiene Sportcities para asegurar que lo que se diga en sus cinco foros aporte visión práctica y aplicabilidad inmediata?

Cada uno de los cinco foros ha sido diseñado en colaboración directa con expertos del sector y pensando en lo que necesita el visitante profesional para tomar decisiones. Fitness4Cities habla de negocio real, digitalización y rentabilidad en espacios fitness urbanos. Sportainment Venues pone el foco en la multifuncionalidad de grandes recintos y cómo

El mundo de la franquicia es variopinto, porque detrás de cada marca hay empresarios con inquietudes y experiencias diferentes.

Aquí todas sus claves para tener éxito y alcanzar la rentabilidad.

Más allá de consejos, los participantes que hablaron ayer en la 5ª edición de 'Emprendedores en Franquicia' mostraron sus experiencias de vida en un espacio colaborativo con distintos partners, competencia y stakeholders. No fue un evento al uso para empresarios, ni para futuras mentes franquiciadas, sino u n lugar de reflexión sobre el futuro del sector, su rentabilidad a largo plazo y el acceso a la financiación.

El acto tuvo lugar en las instalaciones de Impact Hub de Prosperidad en Madrid y dio comienzo con una cálida bienvenida a todos los ponentes realizada por el CEO y director de la Revista Emprendedores, Alejandro Vesga . Durante su breve intervención aludió a dos claves de las franquicias en España: su resiliencia para sortear los retos de la economía del país y su robusta salud gracias a la habilidad de estos negocios para adaptarse a los nuevos tiempos.

Bajo el patrocinio de Franchise Innovation Summit (FIS) KüchenHouse Curves Manitas a Domicilio, Mobalpa Sabadell Zenergie Remax SoCoo's y Dialenga by Sngular , la jornada constó de cuatro mesas redondas con representantes del sector. En la primera hablaron de la falta de transferencia generacional , la innovación y cómo la pandemia transformó la forma de consumir de los clientes . En la segunda, destacaron temáticas como la rentabilidad y la financiación. Y por último, en la tercera y en la cuarta debatieron sobre negocios emergentes y el camino hacia el éxito, respectivamente.

Panorámica global del mercado

En esta primera toma de contacto, el Responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores, Claudio Novoa , moderó el debate de cuatro grandes emprendedores: Matt Stephens , Responsable de Expansión en España de Fournier Redes, Javier Pelayo , Chief Global Franchising de Alma Corporation, Martha Aguiar , Senior BDM en España de Curves y José Luis García , Director de Expansión de REMAX España.

Adaptarse a las nuevas generaciones

La primera idea en la que aterrizaron los ponentes fue la falta de transferencia generacional en el mercado de las franquicias. En concreto, Pelayo destacó que a los jóvenes este mundo “les queda lejos” y que, por ello, es necesaria una comunicación más eficiente para hacerles llegar el mensaje de que el modelo de negocio funciona. “De lo contrario seguiremos viéndonos entre nosotros, con alguna cana más”, afirmó el experto.

Por otro lado, Aguiar sí que ha visto un creciente interés de este grupo por su negocio. De hecho están a punto de abrir un franquiciado con un par de ellos, según expresó la representante de estos gimnasios para mujeres en España . “Esto cambia la percepción que teníamos hasta ahora, donde el público objetivo más habitual era de personas mayores de 30 años ”, puntualizó. “Como todo inicio de negocio, implica esfuerzo, tiempo y recursos. Los jóvenes tienen el potencial y la capacidad de hacerlo; nosotros de adaptarlo, atraerlos y llegar a ello s”, expresó.

De izq a dcha: Claudio Novoa, Responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores, Matt Stephens, Responsable de Expansión en España de Fournier Redes, Javier Pelayo, Chief Global Franchising de Alma Corporation, Martha Aguiar, Senior BDM en España de Curves y José Luis García, Director de Expansión de REMAX España. Crédito: Carolina Galiano.

A modo de conclusión, el director de Expansión de la inmobiliaria REMAX España destacó que lo importante no era tanto la edad como la madurez profesional . “Normalmente esta mentalidad se suele ver a partir de los 35, 55 o 60 años en personas que tienen una vida profesional muy sólida”, argumentó García. Además, “para desarrollar una franquicia hace falta tener una capacidad económica importante , junto con un conocimiento y preparación que te faciliten aprovechar las oportunidades y consolidar los modelos de negocio”, sostuvo.

Un cambio de paradigma tras la pandemia

Algo en lo que se pusieron de acuerdo los entrevistados fue que la pandemia les hizo reflexionar porque hubo un cambio transversal en la forma de consumir . Stephens lo observó en su sector de diseño de cocinas. “Nos hizo pensar sobre cómo queríamos estar en nuestros hogares”, explicó. “La cocina ya no está hecha para que la usara una única persona sino que se interpretaba como un espacio donde compartir y convivir ”. Con ello, España ha experimentado un crecimiento del 6% en este sector en 2024, según datos de la Asociación de mobiliario de Cocina y su empresa un aumento del 9% en superficie constante.

Este cambio de paradigma también lo vivió Aguiar en su negocio, sobre todo cuando cambió la percepción del fitness en la mujer . “Antes, muchas creían que hacer ejercicio era simplemente realizar actividad aeróbica, pero este concepto es contrario a lo que la anatomía femenina necesita” destacó. Tras la pandemia de la Covid-19 se produjo un momento de inflexión que “nos ayudó a entender el concepto de ejercicio para proteger la salud, trabajar el bienestar y cuidar nuestra calidad de vida”, aclaró. Este situación les sirvió para expandirse de dentro para fuera, con innovaciones tecnológicas y soluciones de marketing digital.

Por su parte, García contó que el cambio en el sector inmobiliario llevaba muchos años produciéndose y que el ciclo alcista actual durará hasta 2030. “Estamos en un mercado donde se realizan muchísimas ventas”, afirmó. “Decimos que hay escasez de propiedades, pero lo que no sabe la gente es que se vende todo ”.

Muchas viviendas no llegan a anunciarse porque ya tienen compradores o inversores esperando. Según ha informado el experto, el año pasado se vendieron cerca de 700.000 viviendas en España, de las cuales 630.000 eran de segunda mano. Para Remax España esta nueva situación los ha llevado a consolidar una red con más de 170 oficinas y 1.500 agentes con una de las facturaciones promedio por oficina más alta de su historia.

Un gran espacio para las franquicias

Tras la primera mesa redonda, intervinieron el director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía , y el director de Franchise Innovation Summit (FIS) Raúl Calleja , para hablar de este proyecto “Marcas que levantan pasiones”, previsto para los días 15 y 16 de octubre de 2025 en el ala norte del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

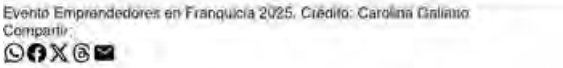
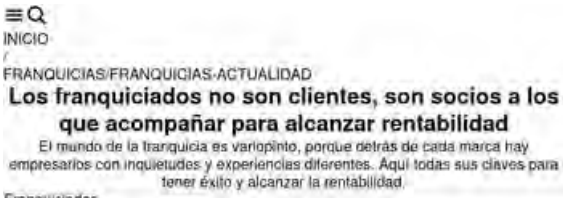
“La idea es sencilla”, advirtió Abadía durante su presentación. “Una feria de franquicias debe ser una exposición de franquiciadores”. Por lo tanto, la zona showroom estará habilitada para 120 marcas de diferentes sectores. Asimismo, Calleja espera la llegada de más de 3.000 personas con actividades especiales como más de 60 ponencias y otras actividades deportivas o de networking. En el auditorio principal se abordarán temáticas monográficas como las cadenas de supermercados, los nuevos conceptos de franquicias, fitness, belleza y estética.

De izq a dcha: Raúl Calleja, Director de Franchise Innovation Summit (FIS), Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia. Crédito: Carolina Galiano.

En paralelo, también se celebrará la Semana de la Franquicia , con acciones como el FIS Cathlon con la ponencia de escuelas de negocios para hablar de los nuevos modelos, los premios Embajadores FIS, un ruta por Madrid visitando a las principales marcas, y otros hitos como la Franquicia Fitness Day con la colaboración de Anytime Fitness. “En definitiva, el sector no necesita más eventos, necesita mejores razones para acudir a ellos. El FIS quiere ser la respuesta para hacer más fuerte al sector” concluyó Calleja durante su presentación.

Más que rentabilidad

Para la segunda mesa redonda, el periodista y colaborador en la Revista Emprendedores, Raúl Alonso , moderó el debate con otros cuatro grandes emprendedores y profesionales financieros: Inmaculada Núñez , directora de Sabadell Franquicias, Cindy Barany , Franquiciada de



Malvón, Adrián Santamaría , Franquiciado de Anytime Fitness y Enrique Santos , director de Expansión de Midas España.

Chat GPT no tiene la razón

Para incentivar el debate, Alonso comunicó a los ponentes las respuestas que había recibido de ChatGPT sobre la rentabilidad de las franquicias como modelo de negocio. Al escuchar su contestación, la mayoría afirmó que esta inteligencia artificial no tenía ni idea. “ Sin duda, se equivoca ”, expresó Santos. De hecho, “pedidle alguna operación matemática sencilla y veréis que no la hace bien”, animó.

Su definición de rentabilidad en el mundo de las franquicias era demasiado técnica. “Yo siempre digo –y he aprendido con los años–que el mejor sinónimo de la palabra franquicia es acompañamiento , y que sin él no puede existir la rentabilidad”, apuntó. “Puede que ganes dinero, pero no podrás llevar tu negocio a su máximo exponente”, argumentó. Éste es el secreto de los franquiciadores: llevan la rentabilidad en el ADN.

De izq a dcha: Raúl Alonso, colaborador en la Revista Emprendedores, Inmaculada Núñez, Directora de Sabadell Franquicias, Cindy Barany, Franquiciada de Malvón, Adrián Santamaría, Franquiciado de Anytime Fitness y Enrique Santos, Director de Expansión de Midas España. Crédito: Carolina Galiano

Sin embargo, Barany añadió que no siempre se puede generalizar. “El modelo suele ser rentable, aunque hay veces que no lo es”, afirmó. No deja de ser un negocio y un proyecto que depende de un proyecto sólido del franquiciador y la dedicación de las personas que están detrás del mostrador , según expresó la joven empresaria de empanadas argentinas Malvón, un proyecto innovador que ha arrasado en España.

De acuerdo con ella, y en detrimento de Chat GPT, Santamaría también ha trabajado tanto desde el lado franquiciador como desde el franquiciado y contó que la clave estaba en el equilibrio entre la rentabilidad y la seguridad. La primera no es difícil de conseguir, “pero necesitas una estructura de costes y de ingresos inicial de distintas unidades de negocio que vayan sumando”, declaró. “Al banco y al franquiciado, lo que les ofrece es sostenibilidad en el tiempo y también seguridad”, argumentó.

Los planes nunca se cumplen

Otra cuestión muy debatida fue el acceso a la financiación y la necesidad de ir al banco con las ideas muy claras y el respaldo necesario. Según la directora de Sabadell Franquicias, lo que ellos solicitan antes de aprobar cualquier dotación es un dossier de la marca , un plan de viabilidad económica a 3 y 5 años y un contrato entre las partes . “A partir de ahí, miramos también la reputación y el histórico que tenemos en el banco con esa compañía”, aseguró.

Para llevarse bien con ellos, Santos recomendó tener un plan de negocio realista: con una partida de gastos generosa e ingresos comedidos. Esto se debe a que, a su juicio, “no hay ningún plan que se cumpla”, declaró. “De manera que, ya que no vamos a poder llevarlo a cabo, al menos que sea para bien y que la facturación sea superior a lo que habíamos planificado”, expresó. En este sentido, Barany, recordó una frase que le decía su padre: “Hija, aunque tú decidas estudiar leyes, entiende de contabilidad y controla tus finanzas ”.

Comunicación estratégica con Dialenga

Después de la segunda mesa de ponentes , Alejandro Vesga y el Head Bussiness Development de Dialenga David Rodríguez Hidalgo , compartieron un diálogo sobre la nueva plataforma de comunicación interna y experiencia del empleado de Sngular para conectar a todos los profesionales de una misma organización.

“Dialenga es un canal de comunicación bidireccional, lo que hacemos es conectar personas y hacer que la información fluya para poder alinear a todos nuestros equipos”, explicó el representante de la marca. En este sentido, la herramienta está especializada en una comunicación más compleja porque los empleados de sus clientes suelen tener diversas localizaciones. “ No es lo mismo comunicarse con alguien que está sentado frente al ordenador todo el día , que con una persona que trabaja en un restaurante, taller o inmobiliaria”, advirtió el experto.

De Izq a dcha: Alejandro Vesga, CEO y Director de la Revista Emprendedores y David Rodríguez Hidalgo, Head Bussiness Development de Dialenga. Crédito: Carolina Galiano.

Por ello, centralizaron la comunicación de una manera sencilla con una aplicación móvil y una versión de escritorio con el propósito de llegar al empleado de primera línea. De este modo, los trabajadores cuentan con una plataforma que les brinda toda la información necesaria para su día a día, desde sus nóminas, gestiones, lanzamientos de nuevos productos a una determinada crisis reputacional . “Todo el mundo está alineado”, definió el responsable. “La herramienta permite que todos lo reciban y, además, te da control sobre quien lo ha visto, ha descargado el documentos o visualizado el vídeo de formación”.

Además, con respecto a las franquicias, lo que ofrecen desde Dialenga es una aplicación que se puede escalar, gracias a que es una solución SaaS . Esto ofrece una operatividad tanto nacional como internacional y la comunicación segmentada , es decir, capaz de dirigirse a los empleados finales o los franquiciados, indistintamente.

Emergentes y exitosos

En la tercera ponencia, el redactor jefe de la Revista Emprendedores, Javier Escudero , moderó la discusión con otros cuatro franquiciadores de mucha presencia: Juan Duque , Responsable de Marketing de Manitas a Domicilio, Rod Hill , cofundador y co-CEO de Zenergie Body and Soul, Aida García Bueno , CEO y fundadora de Japanese Head Spa y Alejandro Fernández , fundador de La Fresería.

Negocio a primera vista

El título de este apartado es muy sugerente porque todos estos empresarios empezaron con sus negocios de una manera muy romántica y con un propósito claro. Para el fundador de la viral La Fresería, su oportunidad empresarial surgió gracias a una sociedad postpandemia deseosa de vivir experiencias. ¿Su idea? darle una fresa de calidad al consumidor recubierta de chocolate.

Algo parecido pensó también García Bueno. En una feria de headspa en Miami vio una gran oportunidad de negocio. Su cuenta de Tik Tok fue invadida por vídeos y vídeos de masajes craneales en Japón y Malasia. Fue de las primeras en España y antes de la apertura ya tenían dos meses completos en la capital. “Yo pensaba: si lo más difícil de un negocio suele ser captar al cliente y aquí lo están pidiendo a gritos, vamos a abrirlo ”, rememoró la empresaria.

De izq a dcha: Javier Escudero , redactor jefe de la Revista Emprendedores, Juan Duque , Responsable de Marketing de Manitas a Domicilio, Rod Hill , cofundador y co-CEO de Zenergie Body and Soul, Aida García Bueno , CEO y fundadora de Japanese Head Spa y Alejandro Fernández , fundador de la Fresería. Crédito: Carolina Galiano.

Rod Hill observó un gap empresarial en el mundo del fitness para personas entre los 50 y los 60 años. Como médico deportivo, no veía un futuro en el que no se encontrara la actividad física. Además, él mismo ha sufrido siempre de enfermedades crónicas, lo que le ha animado a creer en su propuesta. “Yo no puedo pensar en otro negocio más noble como aquel que permita a la gente vivir más años con mejor salud”, destacó frente al avance en la aparición de condiciones metabólicas como la hipertensión y la diabetes.

Por su parte, Juan Duque –en representación del fundador de Manitas a Domicilio y Ecocleans, Adrián Din– vio que la mayoría de la sociedad española no sabía hacer arreglos en sus domicilios. De ello nació Manitas a Domicilio , una forma de negocio que ha mejorado no solo la facilidad de adquirir este tipo de servicio, sino también la calidad de vida de muchos antiguos autónomos que trabajaban en el sector y que dependían del boca a boca.

¿Un camino de rosas?

No obstante, pese a las buenas iniciativas, siempre llega el momento de afrontar dificultades que nos hacen crecer. En el caso de Fernández, el problema fue el producto, tanto por su origen como por la logística. “En España se produce fresa todo el año, ya sea en Huelva, Asturias o Granada ”, afirmó el joven empresario. Sin embargo, “no la consumimos”, añadió mientras argumentaba que suele exportarse a países como Holanda. Para sortear esta dificultad lo primero que hicieron fue buscarse un partner estratégico capaz de darle distribución todo el año.

Otra complicación que tuvieron fue no pasar nunca de moda, por lo que decidieron invertir mucho dinero en marketing . “Creo que somos de las pocas empresas que hemos decidido internalizar todo en nuestro equipo, sin agencias, ni nada”, destacó el empresario. Además, intentaron captar todo lo posible a su público objetivo : las familias, los jóvenes que buscan una experiencia viral, y por último, los trabajadores que desean darse un capricho dulce.

Por su parte, Duque explicó que lo difícil fue cambiar la imagen de “chapuceros” que tienen los manitas en España. “La gente está cansada de que todo lo que le hacen en casa está mal y de que todo acabe siendo un problema. En esto entramos nosotros”, argumentó el experto. Le suelen comunicar a sus clientes un precio fijo y cerrado con toda la seguridad y garantía de que lo que se vaya a hacer concluirá bien, según expuso durante su intervención. Además, para muchos profesionales de este sector puede convertirse en una vía para mejorar sus condiciones laborales.

Un consejo que da Duque es que hay que lanzarse en el mundo de la franquicias. “ Si te da miedo hacerlo, hazlo con más ganas ”, expresó.

Veo mucha gente en internet y redes sociales diciendo que trabajar inteligente es lo más relevante, pero yo pienso que no se puede trabajar así si antes no has trabajado duro”, concluyó el experto en esta ronda de preguntas.

Líderes con propósito

En último lugar, la cuarta mesa fue dirigida por el CEO y Director de la Revista Emprendedores, Alejandro Vesga , quien moderó el debate con franquiciadores de éxito. Entre ellos se encontraron: César Losada , CEO de Küchenhouse, Oscar Iglesias , director general de Folder, Guillermo Fuente , CEO de Aloha y Javier Floristán , CEO del Grupo La Mafia se sienta a la mesa.

La mueca del emprendedor

Para abrir un poco la conversación, Vesga hizo un guiño a la famosa mueca del emprendedor . Es decir, un gesto que muchos dirigentes hacen cuando se les pregunta sobre el éxito de su compañía y que, en realidad, refleja su humildad ante los nuevos logros. En este caso, todos los ponentes estuvieron de acuerdo con su existencia, porque según sus opiniones, nunca se deja de aprender y de mejorar lo suficiente cuando se posee una franquicia.

Para Guillermo Fuente, de Aloha Poke, el sentimiento sigue siendo el mismo que cuando empezó con el primer local, y ya llevan más de 30 locales. De este modo, “la sensación que tengo hoy en día sigue siendo de incertidumbre, de incredulidad y de no parar de pensar”, contó. “Tú estás a lo tuyo, con la voluntad de seguir creciendo, fidelizar nuevos clientes, solucionar problemas o conseguir más franquiciados, por lo que no echas la mirada a atrás para saborear los éxitos”, expresó.

De izq a dcha: Alejandro Vesga, CEO y Director de la Revista Emprendedores, César Losada, CEO de Küchenhouse, Oscar Iglesias, director general de Folder, Guillermo Fuente, CEO de Aloha y Javier Floristán, CEO del Grupo La Mafia se sienta a la mesa. Crédito: Carolina Galiano.

De acuerdo con él, Losada confirmó las sospechas de Vesga ante la dificultad de los franquiciadores para disfrutar de sus hitos. En realidad, “nunca piensas que tienes éxito”, sostuvo. “Siempre te encuentras en la mejora continua, y eso quizá es lo que provoca que los modelos vayan evolucionando de forma favorable”. De hecho, el CEO de Küchehouse, expresó que le encantan los errores porque “cada vez que he fallado, me he superado y he encontrado un motivo para reinventarme y hacer algo nuevo”, puntualizó.

En cambio, para Floristán sí que es importante recordarse a uno mismo por lo que ha luchado para alcanzar determinados logros. Durante su intervención recordó que cuando llegó las 100 unidades franquiciadas lo festejó por todo lo alto con amigos, familiares y clientes. “Tenemos que seguir celebrando los hitos que nos marcamos y logramos . Aunque eso del éxito, lo digo siempre con la boca pequeña”, confesó.

Ojo al dato para adaptarse a los cambios

Asimismo, la mejora continua lleva consigo la revisión y el estudio de los datos proporcionados por los consumidores. En negocios como el de Iglesias, por ejemplo, los productos de papelería han cambiado mucho en los últimos diez años y la localización del franquiciado también ha influido en qué se vende y la manera en la que lo hace.

“Nosotros favorecemos un cambio de producto de entre un 7% y un 10% todos los años, informó. “Por lo tanto, si coges los productos que vendíamos hace más de una década, no se parecen en nada a los de ahora, en absolutamente nada”, expresó el CEO. Al tener más de 160 tiendas han cambiado de ubicaciones, franquiciados y de modelo de negocio de forma constante.

En su opinión, Fuente animó a ser realista y a basarse siempre en la información que tienes a la hora de franquiciar. “Debemos saber dimensionar muy bien, ser transparentes con los datos y hacer un buen estudio en las ciudades en las que aterrizamos”, afirmó. Los cambios se producen tanto en la cara más visible de su compañía como en el producto. “Gracias a la data que sacamos de las ventas a lo largo del año, vamos viendo los productos qué tienen rotación y probamos cosas nuevas: equivocarnos es parte del proceso , confesó.

Por su parte, Floristán advirtió que adaptarse a los nuevos tiempos era crucial para el éxito de una franquicia que desea mantenerse. Además de cambiar de carta todos los años y sustituir entre un 10% y un 20% todos sus productos, la Mafia se encuentra en su versión 4.2 , ya que cada lustro suelen hacerle un restyling completo a la marca. Esto se debe a que ya nada es como antes. “El cliente lo quiere todo: buena comida, buena presentación, un precio asequible, un ambiente y un servicio excelente”, concluyó.

El evento terminó con agradecimientos por parte de Alejandro Vesga y prosiguió con el esperado networking –que ya había tenido su espacio en un café a mitad de la jornada para que franquicias, franquiciadores y entidades financieras se pusieran en contacto y fomentar así, una futura y provechosa colaboración.

Networking

Líderes en franquicia

eventos de franquicia

Pablo Oliveros

Compartir

José María Román destaca la importancia de esta jornada y del foro que se celebrará este mes de octubre en Madrid, “ya que la franquicia puede ser un puente que ayude a un empresario a montar un negocio”

El alcalde de Chiclana, José María Román, ha participado este jueves en la Jornada ‘Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes’, actividad organizada por la Asociación Española de Franquicias (AEF), en colaboración con el Ayuntamiento y la Asociación de Empresas de Chiclana, y que se ha desarrollado en el centro de interpretación del Vino y la Sal. Un evento en el que también han estado presentes la delegada de Fomento Económico, Manuela Pérez, así como el director ejecutivo de AEF, Eduardo Abadía, y el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera.

Esta iniciativa es la antesala del Foro de Ciudades y Franquicias, enmarcada dentro del Franchise Innovation Summit (FIS), que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Evento al que asistirá una representación municipal.

En cuanto al desarrollo de la jornada, indicar que ésta ha comenzado con la charla ‘La Franquicia en España’, a cargo de Eduardo Abadía, para posteriormente continuar con una mesa sectorial con casos de éxitos, en la que han participado el director de Expansión Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de Japanese Head Spa, Pilar García. La jornada finaliza con la intervención del director de Franchise Innovation Summit (FIS), Raúl Calleja, quien protagoniza la conferencia ‘FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones’.

“Es muy importante para Chiclana poder contar hoy con Eduardo Abadía y su equipo humano de la Asociación Española de Franquicias, así como la Asociación de Empresas de Chiclana, porque Chiclana es una ciudad con 93.000 habitantes y 240.000 personas en verano y más de 5.000 autónomos”, ha indicado el alcalde, quien ha resaltado que “esta jornada y el foro de octubre en Madrid nos debe ayudar a ver cómo podemos crecer desde distintos ámbitos, no solo en hostelería, sino también en comercio y empresas de servicios”.

Asimismo, el regidor chiclanero ha destacado que “a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”. “Agradecer a la Asociación Española de Franquicias que hoy venga a Chiclana a participar en esta actividad, tan importante para poder seguir creciendo económicamente”, ha incidido.

Por su parte, Eduardo Abadía ha indicado que “lo importante es acercar la administración pública al empresariado, porque hoy en día el mercado va a una velocidad impresionante y, aunque la franquicia no es la única solución, si es una de las principales”. “Hay muchos sectores que no se conocen, por lo que es importante que los emprendedores puedan ver que hay marcas que pueden llegar a Chiclana”, ha explicado el director ejecutivo de la Asociación Española de Franquicias, quien ha agradecido al alcalde “la presencia del Ayuntamiento de Chiclana en el foro del próximo mes que se celebra en Madrid”. “Chiclana es pionera en este tipo de jornadas, a las que daremos continuidad en otras ciudades como Pozuelo, Castellón, Alicante”, ha recalcado.

Finalmente, Antonio Junquera ha agradecido a Ayuntamiento y AEF “que haya sido posible este encuentro entre franquicias y empresas. Es muy importante que se lleve a cabo esta jornada básicamente por el desconocimiento que existe, ya que no hay un conocimiento real de la franquicia, salvo para aquellos que ya la han montado”. “Hay mucho empresario que se siente atraído por este tipo de negocio, que viene con ciertas posibilidades de éxito y con una base muy sólida”, ha aclarado.



El centro de interpretación del Vino y la Sal de Chiclana ha acogido la jornada 'Marcas y Franquicias.

Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes', organizada por la Asociación Española de Franquicias (AEF), en colaboración con el Ayuntamiento y la Asociación de Empresas de Chiclana. La cita contó con la presencia del alcalde, José María Román, la delegada de Fomento Económico, Manuela Pérez, el director ejecutivo de AEF, Eduardo Abadía, y el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera.

Esta iniciativa se enmarca como antesala del Foro de Ciudades y Franquicias, que forma parte del Franchise Innovation Summit (FIS), previsto para los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, donde acudirá una representación municipal.

La jornada comenzó con la charla 'La Franquicia en España', a cargo de Eduardo Abadía, y continuó con una mesa sectorial en la que se presentaron casos de éxito. En ella participaron el director de Expansión de Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de Japanese Head Spa, Pilar García. El programa concluyó con la intervención del director del Franchise Innovation Summit, Raúl Calleja, con la conferencia 'FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones'.

El alcalde José María Román señaló que "es muy importante para Chiclana poder contar hoy con Eduardo Abadía y su equipo humano de la Asociación Española de Franquicias, así como la Asociación de Empresas de Chiclana, porque Chiclana es una ciudad con 93.000 habitantes y 240.000 personas en verano y más de 5.000 autónomos". En este sentido, destacó que "esta jornada y el foro de octubre en Madrid nos debe ayudar a ver cómo podemos crecer desde distintos ámbitos, no solo en hostelería, sino también en comercio y empresas de servicios".

El regidor chiclanero también apuntó que "a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible". Asimismo, agradeció a la Asociación Española de Franquicias "que hoy venga a Chiclana a participar en esta actividad, tan importante para poder seguir creciendo económicamente".

Por su parte, Eduardo Abadía subrayó que "lo importante es acercar la administración pública al empresariado, porque hoy en día el mercado va a una velocidad impresionante y, aunque la franquicia no es la única solución, sí es una de las principales". Explicó que "hay muchos sectores que no se conocen, por lo que es importante que los emprendedores puedan ver que hay marcas que pueden llegar a Chiclana", y agradeció al alcalde "la presencia del Ayuntamiento de Chiclana en el foro del próximo mes que se celebra en Madrid". Añadió que "Chiclana es pionera en este tipo de jornadas, a las que daremos continuidad en otras ciudades como Pozuelo, Castellón, Alicante".

Finalmente, el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera, agradeció al Ayuntamiento y a la AEF "que haya sido posible este encuentro entre franquicias y empresas". Explicó que "es muy importante que se lleve a cabo esta jornada básicamente por el desconocimiento que existe, ya que no hay un conocimiento real de la franquicia, salvo para aquellos que ya la han montado". Añadió que "hay mucho empresario que se siente atraído por este tipo de negocio, que viene con ciertas posibilidades de éxito y con una base muy sólida".



José María Román destaca la importancia de esta jornada y del foro que se celebrará este mes de octubre en Madrid, “ya que la franquicia puede ser un puente que ayude a un empresario a montar un negocio”

El alcalde de Chiclana, José María Román, ha participado este jueves en la Jornada ‘Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes’, actividad organizada por la Asociación Española de Franquicias (AEF), en colaboración con el Ayuntamiento y la Asociación de Empresas de Chiclana, y que se ha desarrollado en el centro de interpretación del Vino y la Sal. Un evento en el que también han estado presentes la delegada de Fomento Económico, Manuela Pérez, así como el director ejecutivo de AEF, Eduardo Abadía, y el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera.

Esta iniciativa es la antesala del Foro de Ciudades y Franquicias, enmarcada dentro del Franchise Innovation Summit (FIS), que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Evento al que asistirá una representación municipal.

En cuanto al desarrollo de la jornada, indicar que ésta ha comenzado con la charla ‘La Franquicia en España’, a cargo de Eduardo Abadía, para posteriormente continuar con una mesa sectorial con casos de éxitos, en la que han participado el director de Expansión Midas España, Jorge Enrique Santos, y la directora de Expansión de Japanese Head Spa, Pilar García. La jornada finaliza con la intervención del director de Franchise Innovation Summit (FIS), Raúl Calleja, quien protagoniza la conferencia ‘FIS 2025. Conoce todas las marcas que levantan pasiones’.



El alcalde José María Román destaca la importancia de estas iniciativas para impulsar negocios y fomentar el crecimiento económico en la ciudad.

La ciudad de Chiclana ha sido hoy escenario de la jornada 'Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes', organizada por la Asociación Española de Franquicias (AEF) en colaboración con el Ayuntamiento y la Asociación de Empresas de Chiclana. El evento se ha desarrollado en el Centro de Interpretación del Vino y la Sal y ha contado con la participación del alcalde de Chiclana, José María Román, la delegada de Fomento Económico, Manuela Pérez, el director ejecutivo de AEF, Eduardo Abadía, y el presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera.

Durante la jornada, los ponentes han abordado la franquicia como herramienta para el desarrollo económico local, ofreciendo casos de éxito y experiencias que permiten a los empresarios conocer de primera mano las oportunidades que brinda este modelo de negocio. Eduardo Abadía abrió la jornada con la charla 'La Franquicia en España', seguida de una mesa sectorial con ejemplos de éxito a cargo de Jorge Enrique Santos, director de Expansión de Midas España, y Pilar García, directora de Expansión de Japanese Head Spa. La jornada concluyó con la intervención de Raúl Calleja, director del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que presentó la conferencia 'Conoce todas las marcas que levantan pasiones'.

El alcalde José María Román resaltó que Chiclana, con 93.000 habitantes y más de 5.000 autónomos, es un municipio con gran potencial para las franquicias, especialmente en sectores como hostelería, comercio y servicios. "A veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que de forma independiente no sería posible", afirmó. Román destacó además que la ciudad participará en el Foro de Ciudades y Franquicias, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en Madrid, en el marco del Franchise Innovation Summit, donde representantes municipales podrán seguir estrechando la colaboración con la AEF y conocer nuevas oportunidades para los empresarios locales.

Por su parte, Eduardo Abadía subrayó la importancia de acercar la administración pública al tejido empresarial y recordó que, aunque la franquicia no es la única vía de emprendimiento, es una de las principales opciones para garantizar éxito y seguridad en los negocios. Abadía destacó que Chiclana es pionera en este tipo de jornadas, y que la experiencia se replicará próximamente en ciudades como Pozuelo, Castellón y Alicante.

El presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana, Antonio Junquera, agradeció la colaboración del Ayuntamiento y de AEF para hacer posible el encuentro, subrayando la utilidad de estas jornadas para los empresarios, quienes muchas veces desconocen el funcionamiento y las ventajas de la franquicia. "Hay mucho empresario que se siente atraído por este tipo de negocio, que ofrece ciertas posibilidades de éxito y una base sólida", afirmó Junquera.

Con esta iniciativa, Chiclana refuerza su compromiso con el fomento del emprendimiento, la innovación empresarial y la consolidación de nuevas oportunidades de negocio, contribuyendo al desarrollo económico local y a la creación de empleo en la ciudad.



“La ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta”

Ana González asegura que la administración autonómica debe al Ayuntamiento en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros

El alcalde de Chiclana de la Frontera, Ana González, ha asegurado hoy que la “incompetencia de la Junta de Andalucía” ha llevado a la ciudad a tener que pagar a la administración autonómica en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros. González, en un momento de la inauguración de la Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal, ha criticado la gestión de la Junta de Andalucía, afirmando que la administración autonómica debe al Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera la cantidad de 2,2 millones de euros en materia de vivienda y salud, que se le debe a la ciudad desde el año 2019. González ha afirmado que la Junta de Andalucía ha sido “incompetente” y que la ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta.

El alcalde de Chiclana de la Frontera, Ana González, ha asegurado hoy que la “incompetencia de la Junta de Andalucía” ha llevado a la ciudad a tener que pagar a la administración autonómica en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros. González, en un momento de la inauguración de la Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal, ha criticado la gestión de la Junta de Andalucía, afirmando que la administración autonómica debe al Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera la cantidad de 2,2 millones de euros en materia de vivienda y salud, que se le debe a la ciudad desde el año 2019. González ha afirmado que la Junta de Andalucía ha sido “incompetente” y que la ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta.

El alcalde de Chiclana de la Frontera, Ana González, ha asegurado hoy que la “incompetencia de la Junta de Andalucía” ha llevado a la ciudad a tener que pagar a la administración autonómica en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros. González, en un momento de la inauguración de la Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal, ha criticado la gestión de la Junta de Andalucía, afirmando que la administración autonómica debe al Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera la cantidad de 2,2 millones de euros en materia de vivienda y salud, que se le debe a la ciudad desde el año 2019. González ha afirmado que la Junta de Andalucía ha sido “incompetente” y que la ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta.

“Debemos de un dinero que nos corresponde, no nos pagan”

El alcalde de Chiclana de la Frontera, Ana González, ha asegurado hoy que la “incompetencia de la Junta de Andalucía” ha llevado a la ciudad a tener que pagar a la administración autonómica en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros. González, en un momento de la inauguración de la Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal, ha criticado la gestión de la Junta de Andalucía, afirmando que la administración autonómica debe al Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera la cantidad de 2,2 millones de euros en materia de vivienda y salud, que se le debe a la ciudad desde el año 2019. González ha afirmado que la Junta de Andalucía ha sido “incompetente” y que la ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta.

El alcalde de Chiclana de la Frontera, Ana González, ha asegurado hoy que la “incompetencia de la Junta de Andalucía” ha llevado a la ciudad a tener que pagar a la administración autonómica en materia de vivienda y salud casi 2,2 millones de euros. González, en un momento de la inauguración de la Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal, ha criticado la gestión de la Junta de Andalucía, afirmando que la administración autonómica debe al Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera la cantidad de 2,2 millones de euros en materia de vivienda y salud, que se le debe a la ciudad desde el año 2019. González ha afirmado que la Junta de Andalucía ha sido “incompetente” y que la ciudad no va a financiar más la incompetencia de la Junta.

Mañana tendrá lugar la tercera edición de la Carrera de los Colores

La tercera edición de la Carrera de los Colores se celebrará mañana, sábado 19 de septiembre, a las 10.00 horas. La carrera tendrá un recorrido de 5 kilómetros y se celebrará en el Centro del Vino y la Sal. La carrera está organizada por el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera y el Club Deportivo de la ciudad. La carrera tendrá un recorrido de 5 kilómetros y se celebrará en el Centro del Vino y la Sal. La carrera está organizada por el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera y el Club Deportivo de la ciudad. La carrera tendrá un recorrido de 5 kilómetros y se celebrará en el Centro del Vino y la Sal. La carrera está organizada por el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera y el Club Deportivo de la ciudad.

El Consistorio celebra el martes el Pleno del estado de la ciudad

El Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera celebrará el martes 23 de septiembre el Pleno ordinario de la ciudad. El Pleno tendrá lugar a las 19.00 horas en el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera. El Pleno tendrá lugar a las 19.00 horas en el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera. El Pleno tendrá lugar a las 19.00 horas en el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera. El Pleno tendrá lugar a las 19.00 horas en el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera. El Pleno tendrá lugar a las 19.00 horas en el Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera.



D.C.

Jornada sobre marcas y franquicias en el Centro del Vino y la Sal

El alcalde de Chiclana, José María Román, participó ayer en la Jornada ‘Marcas y Franquicias. Motor de desarrollo local y oportunidades de negocio con marcas líderes’, en el Centro del Vino y la

Sal. Esta iniciativa es la antesala del Foro de Ciudades y Franquicias, enmarcada en **Franchise Innovation Summit** (FIS), que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en Madrid.

Foro Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes El proyecto impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y el **Franchise Innovation Summit (FIS)** arranca con fuerza.

Un formato con dos etapas clave:

- Visita y presentación del sistema de franquicia en cada ciudad participante.
- Presencia activa en el **FIS** 2025 (15 y 16 de octubre, Estadio Metropolitano, Madrid), donde cada ciudad presentará su potencial a franquiciadores y comerciantes visitantes.

Ya se han unido al proyecto: Palencia, Toledo, Chiclana de la Frontera (Cádiz), Pozuelo de Alarcón (Madrid), y La Nucía (Alicante).

El pasado 18 de septiembre tuvo lugar la primera jornada en Chiclana de la Frontera, en el Centro de Interpretación del Vino y la Sal, con un programa de gran nivel:

Inauguración oficial

- Antonio Junquera, Presidente de la Asociación de Empresas de Chiclana
- Manuela Pérez, Delegada de Fomento Económico del Ayuntamiento de Chiclana
- Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la AEF

Ponencia: La Franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores

Mesa Sectorial – Casos de Éxito en Franquicia

- Pilar García Ribot, Directora Expansión Japanese Head Spa

Presentación **FIS** 2025: Marcas que levantan pasiones

Un encuentro que reunió a empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores de la ciudad en busca de nuevas oportunidades de negocio con marcas líderes.

Entrevistados:

Eduardo Abadía, Director Ejecutivo AEF

Raúl Calleja, Director de **FIS (Franchise Innovation Summit)**

Con el objetivo de acercar el modelo de franquicia como motor de desarrollo económico y social allí donde más impacto puede generar, queremos conocer Ciudades de interés para vuestra expansión.

Te invitamos a indicarlo a través del siguiente formulario:

De esta forma, podremos focalizar esfuerzos y priorizar aquellas localidades con mayor demanda



El número total de usuarios en este mercado se situó próximos a los 1,95 millones de personas, el 7,3% más que en 2023.

El mercado de servicios asistenciales a domicilio mantuvo en 2024 una sólida trayectoria de crecimiento, consolidando la tendencia positiva de los últimos años, como señalan en el informe sectorial que acaban de publicar en DBK. A partir de aquí, los ingresos se situaron en 2.650 millones de euros, el 10,2% más que en 2023, año en el que había crecido un 7,4%. Una tendencia al alza que constatamos en este Desayuno Emprendedores que organizamos junto al FIS.

El segmento de ayuda a domicilio generó unos ingresos conjuntos de 2.410 millones de euros en este periodo, con un crecimiento anual del 9,8% y alcanzando el 90,9% del valor total del mercado.

Por su parte, el servicio de teleasistencia se cifró en 240 millones de euros, con un aumento del 14,3%, representando el 9,1% del negocio.

Table of Contents

Servicios asistenciales a domicilio: respuesta a una necesidad real

Un sector de actividad concentrado

Tres oportunidades en este mercado

CUIDABI

BONADEA CARE

CUIDAMOS MUNDI

SERHOGARSYSTEM

Servicios asistenciales a domicilio: respuesta a una necesidad real

El número total de usuarios se situó próximos a los 1,95 millones de personas, el 7,3% más que en 2023. De ellos, 1,29 millones recibían servicios de teleasistencia (66,3%) y 656.000 eran usuarios de ayuda a domicilio (33,7%). «La prestación de estos servicios fuera de la cobertura pública es todavía muy reducida, aunque tiende a aumentar, representando los usuarios de servicios privados menos del 10% de total», explican los responsables de este informe de DBK

La estructura del sector de servicios asistenciales a domicilio se caracteriza por «la coexistencia de un gran número de operadores de pequeña dimensión, con actividad local o regional, y un grupo reducido de empresas medianas y grandes con presencia en varias comunidades autónomas». Estas últimas «mantienen contratos tanto con administraciones públicas como con clientes privados».

Un sector de actividad concentrado

El fuerte posicionamiento de los operadores de mayor tamaño «queda reflejado en un significativo grado de concentración del sector», explican desde DBK. «Esta concentración se ha intensificado en los últimos años, impulsada por operaciones de adquisición de otras compañías y por la obtención de nuevos contratos por parte de los operadores líderes».

En 2024 los cinco primeros operadores reunieron una cuota de mercado conjunta del 48,8%, participación que se situó en torno al 60,5% al considerar a los diez primeros competidores.

Tres oportunidades en este mercado

Esbozado el panorama de este sector, ahora te mostramos cuatro oportunidades en franquicia dentro del mercado de los servicios asistenciales a domicilio.

CUIDABI

“Hemos redefinido el modelo tradicional de ayuda a domicilio a través de un enfoque centrado en la calidad humana, la profesionalización del sector y la innovación tecnológica”. A partir de aquí, en Cuidabi apuestan por una atención “verdaderamente personalizada, lo que cristaliza en el desarrollo de un sistema propio de valoración inicial, seguimiento y mejora continua”, a lo que suman una digitalización integral, así como una acreditación oficial y enfoque en la Ley de Dependencia.

BONADEA CARE

Integrada en el grupo internacional Oui Care , “líder europeo en este sector”, desde la marca hablan de la simbiosis de tres pilares que estructuran su modelo y que se combinan de manera armónica”. En primer lugar, sus agencias locales –“solo prestamos servicio en aquellas zonas donde contamos con oficina propia y un equipo que conoce bien el entorno y sus costumbres”–, a lo que suman el hecho de defender “que cada persona es única y merece un trato singular”.

Todo lo anterior se complementa con un enfoque 100% en el sector de ayuda a domicilio, “especialización que es clave para dar una experiencia premium con máximas garantías”.

CUIDAMOS MUNDI

Se definen como una empresa de servicios sociales (empresa de Ayuda a Domicilio) nacida en 2012, «cuando nuestro fundador Oscar Gil Calvo detectó los problemas de las familias para encontrar y contratar personas de confianza, que atendiesen a sus seres queridos ingresados en los hospitales», como explican en su web.

En «nuestro afán de superación y de seguir ayudando a los clientes que recibían el alta hospitalaria, seguimos atendiendo a personas en sus casas». A partir de aquí, entre los servicios de Cuidamos Mundi encontramos el cuidado de enfermos en el hospital, empleadas de hogar externas e internas y asesoramiento en la Ley de Dependencias.

SERHOGARSYSTEM

La franquicia SerHogarsystem es una consultoría Integral de productos y servicios para la persona y el hogar, que proporciona todo tipo de soluciones a las necesidades que se les presentan, como explican desde la central. Cuenta con un amplio abanico de servicios asistenciales a domicilio para el hogar como limpieza doméstica, colada y plancha, jardinería y cuidado de mascotas, a lo que suma servicios para las personas como: acompañamiento de mayores y enfermos, cuidado de niños, seguridad en el hogar y la venta de productos para la movilidad.

franquicias de servicios

Líderes en franquicia

Claudio M. Novoa

Periodista freelance especializado en información económica, desde el 2007 escribo en Emprendedores sobre franquicias y emprendimiento.

Compartir

≡Q

INICIO

FRANQUICIAS/ANÁLISIS-SECTORIALES

Servicios asistenciales a domicilio: 4 franquicias en un sector que crece al 10,2%

El número total de usuarios en este mercado se situó próximos a los 1,95 millones de personas, el 7,3% más que en 2023.

Servicios asistenciales a domicilio: 4 franquicias en un sector que crece al 10,2%

Compartir:

Por

Claudio M. Novoa

Publicado el 26 de Septiembre de 2025

El mercado de servicios asistenciales a domicilio mantuvo en 2024 una sólida trayectoria de crecimiento, consolidando la tendencia positiva de los últimos años, como señalan en el informe sectorial que acaban de publicar en DBK. A partir de aquí, los ingresos se situaron en 2.650 millones de euros, el 10,2% más que en 2023, año en el que había crecido un 7,4%. Una tendencia al alza que constatamos en este Desayuno Emprendedores que organizamos junto al FIS.

El segmento de ayuda a domicilio generó unos ingresos conjuntos de 2.410 millones de euros en este periodo, con un crecimiento anual del 9,8% y alcanzando el 90,9% del valor total del mercado.

Por su parte, el servicio de teleasistencia se cifró en 240 millones de euros, con un aumento del 14,3%, representando el 9,1% del negocio.

Servicios asistenciales a domicilio: respuesta a una necesidad real

El número total de usuarios se situó próximos a los 1,95 millones de personas, el 7,3% más que en 2023. De ellos, 1,29 millones recibían servicios de teleasistencia (66,3%) y 656.000 eran usuarios de ayuda a domicilio (33,7%). «La prestación de estos servicios fuera de la cobertura pública es todavía muy reducida, aunque tiende a aumentar, representando los usuarios de servicios privados menos del 10% de total», explican los responsables de este informe de DBK.





El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en el Teatro Principal a empresarios, inversores y emprendedores
Onda Cero
26-09-2025

Superficie 100% Audiencia 19.664 Valoración 155€

La jornada abordará las oportunidades de negocio que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo local. Onda Cero Palencia

El próximo miércoles 1 de octubre, a las 12:30 horas, el Teatro Principal se convertirá en escenario del 'Foro Ciudades y Franquicia', una jornada organizada por la Asociación Española de la Franquicia en la que Palencia participará como ciudad invitada. El encuentro reunirá a empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores interesados en descubrir las oportunidades que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo económico y de generación de empleo.

El programa de la jornada contará con la inauguración institucional por parte de la alcaldesa de la ciudad, Miriam Andrés y de director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía, quien seguidamente ofrecerá la ponencia bajo el título “La franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores”.

Ya a las 13:00 horas, se celebrará una mesa sectorial de franquicias con casos de éxito, en la que participarán el director de Expansión de MIDAS España, Jorge Enrique Santos, la directora de Expansión Japanese Heas Spa, Pilar García Ribot y el vicepresidente de la Plataforma de Directivos y Empresarios, Eduardo Delgado. Además, se presentará el FIS 2025 (Franchise Innovation Summit) de la mano de su director, Raúl Calleja, un evento que reúne a las principales marcas que despiertan pasiones en el mundo de la franquicia.

“La franquicia es una alternativa para emprendedores y una oportunidad para inversores. La dinamización económica es una tarea compartida entre administración, empresarios y ciudadanía. Solo con la implicación de todos lograremos impulsar la economía local”, ha añadido la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, al tiempo que ha asegurado que “desde la Agencia de Desarrollo Local esta es una prioridad, y por ello impulsamos iniciativas como este foro, que posicionan a Palencia en el mapa de la innovación empresarial y favorecen la creación de empleo”.

Maestro Antonio Teyro
Roberto Ordoñez señala las posibilidades de innovación de la feria de verano

PUBLICIDAD

Ondacero: >
Emisoras: >
Castilla y León: >
Palencia: >
Noticias

EMPRESAS

El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en el Teatro Principal a empresarios, inversores y emprendedores

La jornada abordará las oportunidades de negocio que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo local.

Onda Cero Palencia X
Palencia | 26.09.2025 12:49



Superficie **100%** Audiencia **71.035** Valoración **558€**

La jornada abordará las oportunidades de negocio que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo local Palencia

El próximo miércoles 1 de octubre, a las 12:30 horas, el Teatro Principal se convertirá en escenario del 'Foro Ciudades y Franquicia', una jornada organizada por la Asociación Española de la Franquicia en la que Palencia participará como ciudad invitada. El encuentro reunirá a empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores interesados en descubrir las oportunidades que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo económico y de generación de empleo.

El programa de la jornada contará con la inauguración institucional por parte de la alcaldesa de la ciudad, Miriam Andrés y de director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía, quien seguidamente ofrecerá la ponencia bajo el título “La franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores”.

Ya a las 13:00 horas, se celebrará una mesa sectorial de franquicias con casos de éxito, en la que participarán el director de Expansión de MIDAS España, Jorge Enrique Santos, la directora de Expansión Japanese Heas Spa, Pilar García Ribot y el vicepresidente de la Plataforma de Directivos y Empresarios, Eduardo Delgado. Además, se presentará el FIS 2025 (Franchise Innovation Summit) de la mano de su director, Raúl Calleja, un evento que reúne a las principales marcas que despiertan pasiones en el mundo de la franquicia.

“La franquicia es una alternativa para emprendedores y una oportunidad para inversores. La dinamización económica es una tarea compartida entre administración, empresarios y ciudadanía. Solo con la implicación de todos lograremos impulsar la economía local”, ha añadido la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, al tiempo que ha asegurado que “desde la Agencia de Desarrollo Local esta es una prioridad, y por ello impulsamos iniciativas como este foro, que posicionan a Palencia en el mapa de la innovación empresarial y favorecen la creación de empleo”.



Superficie 100% Audiencia 402.546 Valoración 3.471€

Se trata de una oportunidad para descubrir las oportunidades que ofrecen las marcas y franquicias

El Teatro Principal de Palencia acogerá el próximo 1 de octubre el 'Foro Ciudades y Franquicia', una jornada organizada por la Asociación Española de la Franquicia en la que la ciudad palentina participará como invitada.

El encuentro está diseñado para reunir a empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores interesados en descubrir las oportunidades que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo económico y de generación de empleo , han informado las fuentes municipales.

Judith Castro , la concejala de Impulso Económico, ha destacado que « las franquicias son una alternativa para emprendedores y una oportunidad para inversores ». Además, la edil ha insistido también en que la dinamización económica es una «tarea compartida entre administración, empresarios y ciudadanía» y que impulsar la economía local es una de sus prioridades. «Iniciativas como este foro posicionan a Palencia en el mapa de la innovación empresarial y favorecen la creación de empleo », ha concluido.

Actividades

El programa de la jornada contará con la inauguración institucional por parte de la alcaldesa de la ciudad, Miriam Andrés, y de director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía, quien seguidamente ofrecerá la ponencia bajo el título 'La franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores'.

También se celebrará una mesa sectorial de franquicias con casos de éxito, en la que participarán el director de Expansión de Midas España, Jorge Enrique Santos, la directora de Expansión Japanese Heas Spa, Pilar García Ribot y el vicepresidente de la Plataforma de Directivos y Empresarios, Eduardo Delgado. Además, se presentará el FIS 2025 (Franchise Innovation Summit) de la mano de su director, Raúl Calleja, un evento que reúne a las principales marcas en el mundo de la franquicia.





Alzira Portaldetuciedad
26-09-2025

La jornada abordará las oportunidades de negocio que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo local

El próximo miércoles 1 de octubre, a las 12:30 horas, el Teatro Principal se convertirá en escenario del 'Foro Ciudades y Franquicia', una jornada organizada por la Asociación Española de la Franquicia en la que Palencia participará como ciudad invitada. El encuentro reunirá a empresarios, comerciantes, inversores y emprendedores interesados en descubrir las oportunidades que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo económico y de generación de empleo.

El programa de la jornada contará con la inauguración institucional por parte de la alcaldesa de la ciudad, Miriam Andrés y de director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía, quien seguidamente ofrecerá la ponencia bajo el título “La franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores”.

Ya a las 13:00 horas, se celebrará una mesa sectorial de franquicias con casos de éxito, en la que participarán el director de Expansión de MIDAS España, Jorge Enrique Santos, la directora de Expansión Japanese Heas Spa, Pilar García Ribot y el vicepresidente de la Plataforma de Directivos y Empresarios, Eduardo Delgado. Además, se presentará el FIS 2025 (Franchise Innovation Summit) de la mano de su director, Raúl Calleja, un evento que reúne a las principales marcas que despiertan pasiones en el mundo de la franquicia.

“La franquicia es una alternativa para emprendedores y una oportunidad para inversores. La dinamización económica es una tarea compartida entre administración, empresarios y ciudadanía. Solo con la implicación de todos lograremos impulsar la economía local”, ha añadido la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, al tiempo que ha asegurado que “desde la Agencia de Desarrollo Local esta es una prioridad, y por ello impulsamos iniciativas como este foro, que posicionan a Palencia en el mapa de la innovación empresarial y favorecen la creación de empleo”.



[Portada](#) >> [Actualidad en Palencia](#) >>

El 'Foro Ciudades y Franquicia' reunirá el 1 de octubre en el Teatro Principal a empresarios, inversores y emprendedores

La jornada abordará las oportunidades de negocio que ofrecen las marcas y franquicias como motor de desarrollo local



Superficie **100%** Audiencia **4.150** Valoración **30€**

El teatro Principal acogerá una jornada para analizar las posibilidades que, a juicio del Ayuntamiento, ofrecen las franquicias como impulso del crecimiento económico de la ciudad

El 'Foro Ciudades y Franquicia' se llevará a cabo el 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia, un evento organizado por la Asociación Española de Franquicia que pondrá el foco en la innovación empresarial. Durante esta jornada se congregarán emprendedores, inversores, comerciantes y empresarios para analizar las oportunidades de negocio que brindan las marcas y franquicias como motores del desarrollo económico y la generación de empleo.

A las 12.30 horas, la alcaldesa de Palencia, Miriam Andrés, junto con Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, inaugurará el foro. Abadía ofrecerá una charla titulada 'La franquicia en España. Oportunidades para empresarios e inversores'.

A las 13.00 horas, se realizará una mesa sectorial que mostrará casos de éxito, donde participarán Jorge Enrique Santos, el director de Expansión de MIDAS España; Pilar García Ribot, la directora de Expansión de Japanese Heas Spa; y Eduardo Delgado, el vicepresidente de la Plataforma de Directivos y Empresarios. Asimismo, Raúl Calleja, al frente de **Franchise Innovation Summit (FIS 2025)**, presentará este evento crucial para el sector.

Judith Castro, la concejala encargada del Impulso Económico, enfatizó que "la franquicia representa una opción para quienes desean emprender y una posibilidad para aquellos que invierten". Resaltó que "la activación económica necesita la cooperación entre la administración, los empresarios y la comunidad", y declaró que desde la Agencia de Desarrollo Local se promueven proyectos como este foro para situar a Palencia en el horizonte de la innovación y estimular la creación de empleo.

DEJA UNA RESPUESTA



Superficie **100%** Audiencia **158.699** Valoración **2.099€**

Santander Franquicias asesora a propietarios de casi 85.000 negocios que sostienen 385.000 empleos en toda España.

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio "oficial" en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias, de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros, con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting, que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias, la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.



infoLibre.

Santander Franquicias presta un servicio ideal para asesorar a los propietarios de casi 85.000 establecimientos que dan trabajo ya a cerca de 385.000 personas en toda España

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica PRONOVIAS instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer BURGER KING en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado. Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias , de la que BANCO SANTANDER es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 MILLONES DE EUROS, con MÁS DE 1.400 MARCAS operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas. Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting , que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 MILLONES DE EUROS. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas. Freepik Por sectores, RESTAURACIÓN, ALIMENTACIÓN Y SERVICIOS DEL AUTOMÓVIL han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos. En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un PLAN INTEGRAL DE RESPALDO que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias , la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado. Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los DE AVALES, RENTING, MEDIACIÓN DE COBROS Y PAGOS O GESTIÓN DE AYUDAS PÚBLICAS. Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del PLAN EMPRENDE, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: LA DIGITALIZACIÓN Y LOS CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO. Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española. Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la Franchise Innovation Summit, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.



Contenido ofrecido por 

Banco Santander ofrece apoyo integral a los franquiciados, que consolidan su modelo de negocio con cifras espectaculares

► Santander Franquicias presta un servicio ideal para asesorar a los propietarios de casi 85.000 establecimientos que dan trabajo ya a cerca de 385.000 personas en toda España



Freepik

infoLibre
30 de septiembre de 2025 - 00:01h Actualizado el 06/10/2025 - 10:26h
@infoLibre

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la



Superficie **100%** Audiencia **6.068** Valoración **103€**

Con asesoría, financiación y apoyo continuo, la entidad se posiciona como el aliado clave para emprendedores que apuestan por el modelo de franquicia.

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias , de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros , con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting , que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros . De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauraciÃ³n, alimentaciÃ³n y servicios del automÃ³vil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturaciÃ³n en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidaciÃ³n de un cada vez mayor númÃ©ro de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias , la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.



LO MEJOR DE CADA MESA



Mesa redonda 1

- "Hay que reflexionar de forma transversal en la forma de consumir" (Matt Stephens).
 - "Es necesaria una comunicación más eficiente para hacerles llegar a los jóvenes el mensaje de que el modelo de negocio funciona" (Javier Pelayo).
 - "El Covid nos ayudó a entender el concepto de ejercicio para proteger la salud" (Martha Aguiar).
 - "Para desarrollar una franquicia hace falta tener una capacidad económica importante" (José Luis García).
- De izda. a dcha.: Claudio M. Nóvoa (Emprendedores), Matt Stephens (Grupo Fournier), Javier Pelayo (Alma Corporation), Martha Aguiar (Curves) y José Luis García (Remax España).



Mesa redonda 2

- "Los bancos somos un *partner* más. Si una operación no sale es porque quizá no debería hacerlo" (Inma Núñez).
- "Mi padre siempre me decía que es muy importante entender de contabilidad y las finanzas" (Cindy Barany).
- "La franquicia ofrece al banco y al franquiciado sostenibilidad en el tiempo y seguridad" (Adrián Santamaría).
- "El mejor sinónimo de 'franquicia' es acompañamiento. Sin él, no puede existir la rentabilidad" (Enrique Santos).

De izda. a dcha.: Raúl Alonso (Emprendedores), Inma Núñez (Banco Sabadell), Cindy Barany (Malvon), Adrián Santamaría (Anytime Fitness) y Enrique Santos (Midas).

UN GRAN ESPACIO PARA LAS FRANQUICIAS

Tras la primera mesa redonda, intervinieron el director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, **Eduardo Abadía**, y el director de **Franchise Innovation Summit** (FIS), **Raúl Calleja**, para hablar del evento que, con el lema, 'Marcas que levantan pasiones', se celebra el 15- 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

"La idea es sencilla", advirtió Abadía durante su presentación. "Una feria de franquicias debe ser una exposición de franquiciadores". Por lo tanto, la zona *showroom* estará habilitada para 120 marcas de diferentes sectores. Asimismo, Calleja espera la llegada de más de 3.000 personas con actividades especiales como más de 60 ponencias y otras actividades deportivas o de *networking*. En el auditorio principal se abordarán temáticas monográficas.

MÁS QUE RENTABILIDAD

Para la segunda mesa, el periodista y colaborador de *Emprendedores*, **Raúl Alonso**, moderó el debate junto



De izda. a dcha.:
Raúl Calleja,
director de
**Franchise
Innovation Summit**
(FIS), y Eduardo
Abadía, Director
Ejecutivo de
la Asociación
Española de la
Franquicia.



De izda. a dcha.:
Alejandro Vesga,
CEO y Director
de la Revista
Emprendedores,
y David Rodríguez
Hidalgo, Head
Business
Development de
Dialenga.

“Dialenga es un canal de comunicación bidireccional, lo que hacemos es conectar personas y hacer que la información fluya para poder alinear a todos nuestros equipos”, explicó el representante de la marca. En este sentido, la herramienta está especializada en una comunicación más compleja porque los empleados de sus clientes suelen tener diversas localizaciones. Además, con respecto a las franquicias, lo que ofrecen desde Dialenga es una aplicación que se puede escalar, gracias a que es una solución *SaaS*, capaz de dirigirse a los empleados finales o los franquiciados, indistintamente.

EMERGENTES Y EXITOSOS

En la tercera mesa, el redactor jefe de Emprendedores, **Javier Escudero**, moderó a **Juan Duque**, responsable de Marketing de Manitas a Domicilio; **Rod Hill**, cofundador y co-CEO de Zenergie Body and Soul; **Aida García Bueno**, CEO y fundadora de Japanese Head Spa, y **Alejandro Fernández**, fundador de La Fresería.

Para este último, su oportunidad surgió gracias a una sociedad postpandemia deseosa de vivir experiencias. ¿Su idea? darle una fresa de calidad al consumidor recubierta de chocolate. Algo parecido pensó también García Bueno. En una feria de *headspa* en Miami vio una gran oportunidad. Su cuenta de TikTok fue ‘invadida’ por vídeos de masajes craneales en Japón y Malasia. Fue de las primeras en España y antes de la apertura ya tenían dos meses de citas con clientes. “Si lo más difícil de un negocio suele ser captar al cliente y aquí lo están pidiendo a gritos, vamos a abrirlo”, rememoró la empresaria.

Hill observó un *gap* empresarial en el mundo del *fitness* para personas entre 50 y 60 años. Como médico deportivo, no veía un futuro en el que no se encontrara la actividad física. “No puedo pensar en otro negocio más noble como aquel que permita a la gente vivir más años con mejor salud”.

Por su parte, Duque vio que la mayoría de la sociedad española no sabía hacer arreglos en sus domicilios. De ello, nació Manitas a Domicilio, una forma de negocio que ha mejorado no solo la facilidad de adquirir este tipo



Con el patrocinio de FIS, KüchenHouse, Curves, Remax, Zenergie Body and Soul, Banco Sabadell, Mibalpa, Manitas a Domicilio, Socoo'c y Dialenga, 'Emprendedores en Franquicia' ofreció a todos los asistentes un desayuno-networking, en las instalaciones de Impact Hub Prosperidad, Madrid.

de servicio, sino también la calidad de vida de muchos antiguos autónomos que trabajaban en el sector y que dependían del boca a boca.

No obstante, pese a las buenas iniciativas, siempre llega el momento de afrontar dificultades que nos hacen crecer. En el caso de Fernández, el problema fue el producto, tanto por su origen como por la logística. “En España se produce fresa todo el año, ya sea en Huelva, Asturias o Granada”, afirmó el joven empresario. Sin embargo, “no la consumimos”, añadió. Para sortear esta dificultad lo primero que hicieron fue buscarse un *partner* estratégico capaz de darle distribución todo el año.

Por su parte, Hill expresó que, generalmente, el sector de los gimnasios sufre problemas de inversión al principio de sus negocios. En su caso, pudieron encontrar locales para asentarse. Gracias a su tecnología deportiva en la que también integran IA, ayudan a personas que desconocen cómo hacer sus ejercicios. “Queremos cambiar el mensaje. El deporte también es medicina y hay educar a la gente de lo valioso que es”, afirmó.

Por su parte, Duque explicó que lo difícil fue cambiar la imagen de ‘chupuceros’ que tienen los manitas en España. “La gente está cansada de que

todo lo que le hacen en casa esté mal y de que todo acabe siendo un problema”. Desde Manitas a Domicilio comunican a sus clientes un precio fijo y cerrado con toda la seguridad y garantía de que lo que se vaya a hacer concluirá bien.

LÍDERES CON PROPÓSITO

Y en la cuarta mesa, Vesga moderó el debate con **César Losada**, CEO de KüchenHouse; **Óscar Iglesias**, director general de Folder; **Guillermo Fuente**, CEO de Aloha, y **Javier Floristán**, CEO del Grupo La Mafia se sienta a la mesa.

Para Fuente, el sentimiento sigue siendo el mismo que cuando empezó con el primer local, y ya llevan más de 30 locales. “La sensación que tengo sigue siendo de incertidumbre, de incredulidad y de no parar de pensar”.

Según Losada, “nunca piensas que tienes éxito. Siempre te encuentras en la mejora continua, y eso quizá es lo que provoca que los modelos vayan evolucionando de forma favorable”.

En cambio, para Floristán sí que es importante recordarse a uno mismo por lo que ha luchado para alcanzar determinados logros. E Iglesias habló de que la mejora continua, que aplican en Folder, lleva consigo la revisión y el estudio de los datos proporcionados por los consumidores.

ESPECIAL **FRANQUICIAS**
 EMERGENTES

Emergentes o cómo construir algo grande desde lo pequeño



EN ESTE ESPECIAL CONSTATAMOS CÓMO LOS MODELOS DE NEGOCIO AL ALZA COMPARTEN EL GUSTO POR LOS DETALLES Y POR ACERCAR AL USUARIO EXPERIENCIAS REALMENTE DIFERENCIALES Y QUE APORTEN VALOR REAL

Empecemos hablando de lombrices. En su libro *El río de la conciencia* Oliver Sacks nos muestra el poder mayúsculo de estos animales, a lo largo de millones de años, para labrar el suelo y cambiar así la apariencia de nuestro planeta. Se detiene Sacks en la fuerza de las lombrices para triturar partículas de roca, hasta el punto que un total de 10 toneladas de tierra atraviesa anualmente sus cuerpos y sube a la superficie. “El resultado, para un país del tamaño de Gran Bretaña, en un periodo no muy prolongado

en términos geológicos, como el de un millón de años, no puede resultar insignificante”, explica al añorado neurólogo y divulgador. Con esta curiosidad del reino animal queremos reivindicar el valor de lo pequeño, del cuidado por el detalle, de cómo lo diminuto puede tener un impacto a gran escala, de cómo la labor discreta y constante puede transformar tu entorno. Si lo pensamos, estas podrían ser algunas de las máximas que guiaran la correcta gestión de un negocio y con seguridad las encontramos en muchos modelos de franquicia, don-

de la precisión a todos los niveles, ese cuidado por los detalles y la constancia son críticos para transformar un concepto pequeño en algo muy grande.

EL CRECIMIENTO COMO NORMA

Una hoja de ruta, por otro lado, que observamos en los conceptos emergentes que pueblan este especial, con propuestas que inyectan una dosis extra de vigor a un mercado de la franquicia ya con una buena dinámica. “El comportamiento del sistema evoluciona de manera positiva, como lo demuestra el buen ritmo de aperturas que se están llevando a cabo en la gran mayoría de los sectores que lo integran”, señala Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia (AEF). “Y somos

optimistas en pensar que seguirá creciendo en todas sus variables en España, con previsiones bastante halagüeñas”. Completa la lectura Raúl Calleja, director de *Franchise Innovación Summit (FIS)*. “De cara al cierre de este ejercicio, las previsiones son moderadamente optimistas. Esperamos mantener o incluso incrementar ligeramente la facturación global del sistema [35.575 millones de euros en 2024 según la AEF], estabilizar el empleo por encima de los 380.000 trabajadores y seguir observando un crecimiento ordenado en el número de unidades, especialmente en sectores como el *food retail*, la salud, el bienestar y los servicios de proximidad. Grandes cadenas como Charter (Consum) o Carrefour Express ya han anunciado planes de expan-

ESPECIAL **FRANQUICIAS**
EMERGENTES

Franquicias emergentes con denominación de origen

LA CALIDAD Y UNA PROPUESTA DE VALOR ESPECÍFICA. ESTOS SON ALGUNOS DE LOS DENOMINADORES QUE COMPARTEN LAS OPORTUNIDADES QUE AHORA TE MOSTRAMOS Y QUE AYUDAN A CONFIGURAR UN MERCADO CADA VEZ MÁS COMPETITIVO.

El ritmo de novedades –con lustre– en franquicia es frenético, lo que muestra el dinamismo y solidez del mercado. Mientras redactábamos estas líneas, y ya a punto de cerrar este especial y enviarlo a imprenta, nos llegaba una nota de prensa donde se informaba que la austriaca GoStudent, “plataforma educativa europea líder en clases particulares online”, había elegido Madrid para estrenar en España su proyecto GoStudent Academias, con la apertura de su primera academia física.

Y si nos vamos un poco más atrás en el tiempo, el pasado julio la plataforma de ocio y viajes online Atrápalo anunciaba que impulsará su crecimiento en Latinoamérica con un nuevo modelo de internacionalización basado en transformar sus filiales en la región en sociedades franquicias, una iniciativa pionera en este segmento.

Hablamos de proyectos que, en mercados punteros como

la educación y los viajes, dan un paso innovador adelante, reinventan propuestas ya maduras y aportan, en definitiva, una pátina de calidad a actividades al alza.

Otro fenómeno que capta nuestra atención es la efervescencia de segmentos aparentemente ya maduros, lo que constata que las oportunidades emergentes no siempre se encuentran en mercados embrionarios y poco explorados en franquicia. Ahí tenemos a las hamburgueserías, que han generado más del 60% del valor del mercado de comida rápida y a domicilio, con cerca de 3.600 millones de euros, tras crecer un 8% en 2024, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa.

GALAXIA INFINITA EMERGENTE

Estas reflexiones pueden ser un buen acompañamiento inicial para acceder a un ‘Especial Franquicias Emergentes’, donde encontrarás múltiples oportunidades que comparten el hecho de operar en sectores con

buenas perspectivas y de estar ‘atravesadas’ por la innovación.

Desde heladerías que desarrollan locales que dejan con la boca abierta al consumidor y gimnasios que ponen la longevidad en la ecuación del éxito, hasta espacios de belleza con los que viajamos a Japón para descubrir técnicas ancestrales de relajación, pasando por centros de servicios asistenciales con gran impacto en su entorno inmediato y sándwiches artesanales que se venden en espacios físicos que emulan la pulcritud y exclusividad de una joyería.

Un conglomerado de oportunidades donde también tienen cabida autoescuelas digitales y cadenas de mobiliario y decoración con una oferta exquisita y gusto por la personalización, a lo que sumamos calzado con suelas impresas en 3D y la venta de fresas con *toppings* convertida en una experiencia que va más allá del producto.

A esta ebullición en cadena le pone ‘letra’ Raúl Calleja,

director del FIS. “Creo que todos los sectores y segmentos tienen recorrido, innovando en conceptos e impulsando modelos donde el margen sea una prioridad, para acercar al franquiciado propuestas de valor atractivas”, resume.

“A partir de aquí, observamos un auge especialmente intenso en sectores como la restauración saludable, el *fast casual*, la estética avanzada, los servicios de salud o socio-sanitarios, servicios B2B, el *fitness boutique* y el cuidado de mascotas. También el *retail* vinculado a la sostenibilidad y el *re-commerce* están ganando terreno rápidamente, mientras que la movilidad eléctrica, los servicios a domicilio y el ocio experiencial están destacando por su capacidad de atraer inversión y adaptarse a una sociedad más digital y consciente”.

Descubre a continuación, a lo largo de estas páginas todas estas oportunidades que están contribuyendo al crecimiento del mercado de la franquicia y a intensificar su acento innovador.

ESPECIAL **FRANQUICIAS**
EMERGENTES

BBVA repite como patrocinador principal de un evento referente en el ecosistema de la franquicia

“PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR”

María Eugenia López
subraya que el interés
por la franquicia
sigue al alza y que
las marcas están en
plena expansión.



La entidad financiera se une a FIS con el foco puesto en compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad.

El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”. **María Eugenia López**, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, aporta cifras a esta primera lectura que hace del mercado. “Según el último Observatorio de la Franquicia de la AEF, hay cerca de 1.400 marcas registradas, que facturan más de 27.000 millones de euros y generan más de 300.000 puestos de trabajo”.

Subraya López, además, que la franquicia se ha convertido durante los últimos años en un motor de crecimiento para el comercio minorista. “En momentos de incertidumbre económica —como ocurrió en 2008 o en la etapa de pandemia—, la franquicia ha actuado como refugio para emprendedores e inversores, ofreciendo la seguridad y el conocimiento de una marca consolidada. Esa resiliencia ha permitido que hoy España se sitúe entre los cinco primeros países de Europa en este sector”.

Y ya de cara al corto y medio plazo, considera que las perspectivas son muy

La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes

positivas. “La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes. En BBVA lo hemos constatado de primera mano: en el primer semestre de 2025 incrementamos un 33% la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España respecto al año anterior, con un crecimiento del 48% en las pymes franquiciadas. Es un dato que demuestra que el interés sigue al alza y que las marcas están en plena expansión”.

En este contexto emergente, BBVA da un paso más en su apoyo al sistema

a través del patrocinio del **Franchise Innovation Summit** (FIS), que se celebra los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano Madrid.

EMPRENDEDORES: Después de patrocinar el año pasado la edición inaugural del FIS, repiten de nuevo este año en la segunda edición. ¿En qué se va a concretar esta participación de la entidad financiera en el FIS?

MARÍA EUGENIA LÓPEZ: El **Franchise Innovation Summit** nació como un punto de encuentro necesario para todo el ecosistema de la franquicia; y la primera edición nos confirmó que había un gran interés por compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad. Por eso, este año hemos querido reforzar nuestro apoyo al FIS, porque creemos que es el espacio natural para impulsar la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en el sector. Nuestra participación se concreta en varios ámbitos: por un lado, con un stand y un equipo de especialistas de franquicias que estarán presentes durante las dos jornadas para atender a marcas, franquiciadores y emprendedores.

ESPECIAL **FRANQUICIAS**
EMERGENTES

BBVA repite como patrocinador principal de un evento referente en el ecosistema de la franquicia.

“PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR”

María Eugenia López
subraya que el interés por la franquicia sigue al alza y que las marcas están en plena expansión.



La entidad financiera se une a FIS con el foco puesto en compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad.

El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”. **María Eugenia López**, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, aporta cifras a esta primera lectura que hace del mercado. “Según el último Observatorio de la Franquicia de la AEF, hay cerca de 1.400 marcas registradas, que facturan más de 27.000 millones de euros y generan más de 300.000 puestos de trabajo”.

Subraya López, además, que la franquicia se ha convertido durante los últimos años en un motor de crecimiento para el comercio minorista. “En momentos de incertidumbre económica —como ocurrió en 2008 o en la etapa de pandemia—, la franquicia ha actuado como refugio para emprendedores e inversores, ofreciendo la seguridad y el conocimiento de una marca consolidada. Esa resiliencia ha permitido que hoy España se sitúe entre los cinco primeros países de Europa en este sector”.

Y ya de cara al corto y medio plazo, considera que las perspectivas son muy

La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes

positivas. “La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes. En BBVA lo hemos constatado de primera mano: en el primer semestre de 2025 incrementamos un 33% la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España respecto al año anterior, con un crecimiento del 48% en las pymes franquiciadas. Es un dato que demuestra que el interés sigue al alza y que las marcas están en plena expansión”.

En este contexto emergente, BBVA da un paso más en su apoyo al sistema

a través del patrocinio del **Franchise Innovation Summit** (FIS), que se celebra los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano Madrid.

EMPRENDEDORES: Después de patrocinar el año pasado la edición inaugural del FIS, repiten de nuevo este año en la segunda edición. ¿En qué se va a concretar esta participación de la entidad financiera en el FIS?

MARÍA EUGENIA LÓPEZ: El **Franchise Innovation Summit** nació como un punto de encuentro necesario para todo el ecosistema de la franquicia; y la primera edición nos confirmó que había un gran interés por compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad. Por eso, este año hemos querido reforzar nuestro apoyo al FIS, porque creemos que es el espacio natural para impulsar la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en el sector. Nuestra participación se concreta en varios ámbitos: por un lado, con un stand y un equipo de especialistas de franquicias que estarán presentes durante las dos jornadas para atender a marcas, franquiciadores y emprendedores.

ESPECIAL
FRANQUICIAS
EMERGENTES

Royalty mensual: 7%
DATOS DE CONTACTO
91 640 45 76
info@mundofranquicia.com

BRACO SPECIALTY COFFEE
www.bracospecialtycoffee.es

Junto a la identidad de marca, en Braco Specialty Coffee emergen, como elementos competitivos, “un producto exclusivo y artesanal, la experiencia de consumo, una educación del cliente como parte del servicio y un enfoque en fidelización”, señalan desde la compañía.

Ahora buscan compartir este modelo de negocio con “personas con pasión por el café de calidad, sensibilidad por el diseño y la experiencia del cliente y capacidad para gestionar un pequeño equipo con compromiso y visión de crecimiento”.

No es imprescindible contar con experiencia previa en hostelería, “pero sí una fuerte implicación operativa y una actitud alineada con los valores de la marca”, además de contemplar perfiles inversores, “siempre que cuenten con una persona de confianza al frente del negocio”.

Actividad: Cafetería de especialidad
Locales propios en España: 1
Franquicias en España: 0
Inversión total: Desde 100.000€
Derecho de entrada: 18.000€
Royalty mensual: 5%
Canon de publicidad: 1%

DATOS DE CONTACTO
916 404 576
info@mundofranquicia.com

BIBI E BIBÓ
bibiebibo.es

Esta heladería, que trabaja “con ingredientes naturales y únicos”, se caracteriza por la “maestría, innovación y el hecho de realizar un estudio del valor nutricional de los productos”, comentan sus impulsores. “Nuestro proceso productivo único garantiza la consistencia, a lo que sumamos una logística ágil y confiable”.

Para crecer, se fijan en personas con espíritu emprendedor y que deseen tener su propio negocio. “No se requiere experiencia previa específica en el sector, ya que la damos el apoyo y la formación necesarios para la gestión. Lo más importante es contar con motivación, compromiso y ganas de involucrarse activamente en el proyecto, aportando cercanía y dedicación”, explican.

Actividad: Helados y postres artesanales al estilo italiano
Locales propios en España: 8
Franquicias en España: 1
Inversión total: 131.000€ IVA no incluido

Derecho de entrada: 10.000€
Royalty mensual: 3%
Canon de publicidad: 2%
Otros royalties: N/A

DATOS DE CONTACTO
bibiebibo@bya.es

HORCHATERÍA ALBORAYA
www.horchaterialboraya.com

“Elaboración artesanal con 100% chufa con Denominación de Origen Valencia, garantizando así un producto único y de máxima calidad”, subrayan desde esta marca “reconocida y respaldada por maestros artesanos”. Por otro lado, los productos están adaptados a todas las temporadas, con especialidades veraniegas y de invierno. Sobre la base de esta oferta, despliegan un modelo de suministro centralizado. “El obrador propio provee los productos esenciales al franquiciado, con lo que se asegura la homogeneidad y excelencia en cada unidad”. En línea con la operativa descrita, éste es un negocio fácil de operar. “No se requiere experiencia, gracias a la formación inicial

y apoyo constante. A partir de aquí, buscamos a emprendedores, con alta capacidad de dedicación al negocio, con un claro sentido de la profesionalidad y capacidad de trato con clientes”, aseguran.

Actividad: Horchatería, heladería, cafetería
Locales propios en España: 2
Franquicias en España: 1
Inversión total: 100.000€ (más IVA y obra civil)
Derecho de entrada: 12.000€ (IVA no incluido)
Royalty mensual: 4% s/ventas sin IVA
Canon de publicidad: 2% s/ventas sin IVA

DATOS DE CONTACTO
alboraya@bya.es

LAS
FRANQUICIAS
MÁS HUMANAS

Las franquicias de servicios asistenciales y sociosanitarios ganan terreno en respuesta a una necesidad –real– de la sociedad, con el desarrollo de proyectos que tienen impacto directo en los usuarios.

Hablamos aquí de proyectos que ponen el foco en el cuidado de los usuarios para incrementar su calidad de vida. De su carácter emergente quedó constancia en una edición especial de nuestros ‘Desayunos Emprendedores’, en colaboración con **Franchise Innovation Summit**, protagonizado por franquicias de cuidado asistencial y sociosanitario.



ESPECIAL FRANQUICIAS EMERGENTES

un autoempleo en el que pueda implicarse de manera personal y cercana”.

Actividad: Servicios asistenciales a domicilio

Locales propios en

España: 1

Franquicias en España: 3

Inversión total: A partir de 28.000€

Derecho de entrada: 10.900€

Royalty mensual: 4%

Canon de publicidad: 1%

DATOS DE CONTACTO

692 631 583

inicia@bonadecare.com

BIENESTAR A LA VANGUARDIA Y CON ENFOQUE INTEGRAL

Asistimos a una revolución profunda en este mercado, con los gimnasios a la cabeza, donde la IA avanza para ofrecer un servicio más personalizado y conceptos como la longevidad empiezan a calar.

Ésta es, en realidad, una continuación del bloque anterior, en el sentido de estar protagonizado también por marcas que trabajan a diario para conseguir el bienestar de sus usuarios.

Y los gimnasios –en sus diferentes modelos de negocio y formatos– copan los titulares. Empezamos con un concepto híbrido como el de Barrelatte –no franquician–, pioneros en una tendencia por explorar. “Somos el

primer lugar del mundo en ofrecer clases de barre y pilates junto con aparatología cosmética y *matcha* ceremonial, todo sin coste adicional”, como explican en su web; la combinación entre café de especialidad y yoga también puede alumbrar iniciativas interesantes en esta dirección.

Continuamos con proyectos que han encontrado su oportunidad en terrenos aún inexplorados en actividades tan asentadas como el *fitness*. “A pesar de su crecimiento, las tasas de penetración de los gimnasios a nivel global se han estancado en torno al 20%”, indican desde Zenergie Body and Soul. “Si bien la industria del *fitness* sobresale en la atención a los entusiastas del ejercicio, no logra captar el interés de la gran mayoría de la población que no disfruta del ejercicio o que encuentra intimidante la idea de visitar un gimnasio”.

En este escenario, la compañía apuesta por un nuevo concepto de gimnasio que “combina entrenamiento de fuerza con IA, yoga, medita-

ción y espacios de relajación, dirigido especialmente a personas de 35 a 60 años”.

NUEVOS PÚBLICOS, NUEVAS OPORTUNIDADES

En línea con lo anterior, incidimos en las oportunidades asociadas a nuevos públicos, como recogieron en ‘*Fitness en expansión: tendencias, retos y oportunidades del modelo de franquicia*’, una jornada impulsada por Sportcities Expo&Summit, en colaboración con **Franchise Innovation Summit** (FIS), la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y FAGDE.

“El envejecimiento activo, la irrupción de la tecnología en la personalización y el interés de nuevos perfiles (como mayores de 50 años que buscan emprender) abren una ventana de oportunidad para expandir el mercado”, señalaron en sus conclusiones. “Además, la creciente conexión con el mundo sociosanitario (centros hospitalarios, compañías aseguradoras...) sugiere una hibridación entre el *fitness* y la salud preventiva”.

MÁS CONOCIMIENTO, MÁS INNOVACIÓN

Con miles de locales en nuestras calles, uno de los retos del *fitness* pasa por afianzar el conocimiento para que los entrenadores y monitores progresen en paralelo al mercado. Un contexto donde Anytime Fitness Iberia y la Universidad Europea de Andalucía firmaban un convenio marco de colaboración con el objetivo de fomentar la formación académica y práctica de los futuros profesionales del *fitness* y la salud. “Esta alianza es una nueva muestra de nuestro compromiso con la profesionalización del segmento”, subrayaba Gema Boiza, directora de Comunicación y Marketing de Anytime Fitness Iberia. “Queremos formar parte activa del proceso que garantice que los profesionales del *fitness* del mañana estén preparados no solo desde el punto de vista técnico, sino también en términos de valores, atención al cliente y vocación de servicio”.

A este componente humano lo ha de acompañar una innovación, con la IA a la cabeza, que responda con precisión a las necesidades –reales– del usuario y del propio modelo de negocio. Curves están dando pasos relevantes en esta parcela y ya desde el año pasado están impulsando la última versión de Curves Smart, un sistema de entrenamiento con máquinas inteligentes, como recordaban desde la central.

Y dentro de la propia oferta de los gimnasios, los entrenamientos de fuerza ganan terreno. Una muestra la encontramos en la cadena de *boutiques* deportivas Distrito



Superficie **100%** Audiencia **133.716** Valoración **1.727€**

En un contexto económico desafiante, el modelo de franquicias se consolida como una vía segura para emprender. Con más de 380.000 empleos generados, Banco Santander se posiciona como socio estratégico de los franquiciados, ofreciendo soluciones integrales que van desde la financiación hasta el acompañamiento internacional.

CP

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias, de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la

facturación del sector superó los 27.600 millones de euros , con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting, que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio.

A través de Santander

Franquicias, la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la Franchise Innovation Summit, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.



Superficie **100%** Audiencia **3.716** Valoración **16€**

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias, de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros , con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting, que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias, la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende , la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.

Sergio Fidalgo relata en el libro 'TV3, el tamborilero del Bruc del procés' como a los sonos del 'tambor' de la tele de la Generalitat muchos catalanes hacen piña alrededor de los líderes separatistas y compran todo su argumentario. Jordi Cañas, Regina Farré, Joan Ferran, Teresa Freixes, Joan López Alegre, Ferran Monegal, Julia Moreno, David Pérez, Xavier Rius y Daniel Sirera dan su visión sobre un medio que debería ser un servicio público, pero que se ha convertido en una herramienta de propaganda que ignora a más de la mitad de Cataluña.

Si quieres leer nuestras noticias necesitamos tu apoyo.



Superficie 100% Audiencia 13.260 Valoración 62€

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el [...]

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio oficial en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado. Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias, de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros, con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas. Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede ante los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting, que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaremos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darán empleo a algo más de 380.000 personas. Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de una cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos. En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias, la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado. Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas. Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo. Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española. Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.

ESPECIAL **FRANQUICIAS**
EMERGENTES

BBVA repite como patrocinador principal de un evento referente en el ecosistema de la franquicia

“PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR”

María Eugenia López
subraya que el interés
por la franquicia
sigue al alza y que
las marcas están en
plena expansión.



La entidad financiera se une a FIS con el foco puesto en compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad.

El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”. **María Eugenia López**, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, aporta cifras a esta primera lectura que hace del mercado. “Según el último Observatorio de la Franquicia de la AEF, hay cerca de 1.400 marcas registradas, que facturan más de 27.000 millones de euros y generan más de 300.000 puestos de trabajo”.

Subraya López, además, que la franquicia se ha convertido durante los últimos años en un motor de crecimiento para el comercio minorista. “En momentos de incertidumbre económica —como ocurrió en 2008 o en la etapa de pandemia—, la franquicia ha actuado como refugio para emprendedores e inversores, ofreciendo la seguridad y el conocimiento de una marca consolidada. Esa resiliencia ha permitido que hoy España se sitúe entre los cinco primeros países de Europa en este sector”.

Y ya de cara al corto y medio plazo, considera que las perspectivas son muy

La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes

positivas. “La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes. En BBVA lo hemos constatado de primera mano: en el primer semestre de 2025 incrementamos un 33% la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España respecto al año anterior, con un crecimiento del 48% en las pymes franquiciadas. Es un dato que demuestra que el interés sigue al alza y que las marcas están en plena expansión”.

En este contexto emergente, BBVA da un paso más en su apoyo al sistema

a través del patrocinio del **Franchise Innovation Summit** (FIS), que se celebra los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano Madrid.

EMPRENDEDORES: Después de patrocinar el año pasado la edición inaugural del FIS, repiten de nuevo este año en la segunda edición. ¿En qué se va a concretar esta participación de la entidad financiera en el FIS?

MARÍA EUGENIA LÓPEZ: El **Franchise Innovation Summit** nació como un punto de encuentro necesario para todo el ecosistema de la franquicia; y la primera edición nos confirmó que había un gran interés por compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad. Por eso, este año hemos querido reforzar nuestro apoyo al FIS, porque creemos que es el espacio natural para impulsar la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en el sector. Nuestra participación se concreta en varios ámbitos: por un lado, con un stand y un equipo de especialistas de franquicias que estarán presentes durante las dos jornadas para atender a marcas, franquiciadores y emprendedores.

Por otro, con la implicación activa de nuestros expertos en ponencias, mesas de debate y talleres, donde compartiremos nuestra visión sobre financiación, transformación digital y acompañamiento empresarial.

Para BBVA es una oportunidad única de estar cerca del sector, escuchar sus necesidades y seguir siendo un socio de referencia en su desarrollo.

EMP.: ¿Cuáles son los principales valores añadidos de BBVA a la hora de prestar apoyo a las franquicias?

M.E.L.: Nuestro mayor valor añadido es el acompañamiento integral. No se trata solo de financiar una apertura inicial, sino de estar presentes en todas las fases del ciclo de vida del negocio: desde los primeros pasos de constitución de la sociedad, pasando por la búsqueda de local, la adecuación de instalaciones o la contratación de seguros, hasta su consolidación o expansión a nuevos mercados.

Para cada etapa contamos con soluciones específicas y con un equipo de especialistas que conocen a fondo el sector y las particularidades de cada modelo de franquicia. Ese conocimiento, unido a nuestra amplia presencia territorial, nos permite ofrecer respuestas ágiles, adaptadas y con valor añadido real.

A ello sumamos servicios digitales que simplifican la gestión diaria –tesorería, cobros, pagos, *ecommerce*– y soluciones más avanzadas, como herramientas de control de *stocks*, facturación o integración de sistemas. Todo pensado para que el franquiciado pueda centrarse en su negocio con la tranquilidad de tener a su lado un socio que le acompaña en cada decisión.

EMP.: Siempre a la vanguardia, ¿cómo traslada BBVA esa apuesta por la innovación a las franquicias con las que colabora?

M.E.L.: En BBVA entendemos la innovación como una palanca fundamental para la competitividad. Somos un

banco pionero en transformación digital y queremos trasladar esa ventaja también al mundo de las franquicias.

Un buen ejemplo son nuestras soluciones de pago físico y *online*. Hoy cualquier franquicia necesita ofrecer a sus clientes experiencias de compra ágiles y seguras, y nuestra oferta en este campo incluye funcionalidades que van más allá de la simple transacción: permiten integrar la gestión del negocio, automatizar procesos y aprovechar datos en tiempo real para tomar mejores decisiones.

Además, creemos que las compañías más sólidas son aquellas capaces de escalar, y esa capacidad les permite destinar mayores recursos a la innovación. Ese es un factor clave para poder competir y crecer. Gracias a nuestra escala podemos ofrecer más

soluciones y acompañar a las pymes para que desarrollen sus proyectos empresariales con la seguridad de contar con un banco sólido y preparado.

Pero la innovación no es solo tecnológica. También implica talento y cercanía. Nuestro modelo de interlocutor único y multidisciplinar permite a cada marca contar con un referente especializado que a su vez tiene detrás a todo el banco, con sus capacidades digitales y su experiencia. Esa combinación de personas y tecnología es lo que nos permite diferenciarnos y crear soluciones personalizadas para cada franquicia.

EMP.: Y la sostenibilidad es otro de los ejes que guían el día a día de la entidad. En este sentido, ¿cómo contribuye BBVA a que esas franquicias con las que trabaja sean más sostenibles?

M.E.L.: La sostenibilidad ya no es una opción, es una exigencia del mercado y de los consumidores.

Por eso, en BBVA ponemos a disposición de las franquicias tanto financiación específica para proyectos sostenibles como herramientas prácticas. Impulsamos soluciones para conocer y reducir su impacto medioambiental, avanzar en eficiencia energética, movilidad sostenible o economía circular, siempre con la mirada puesta en mejorar la competitividad y responder a la demanda de los clientes. Porque la apuesta por la sostenibilidad se ha convertido en una ventaja competitiva clave para las pymes, ya que les ayuda a reducir costes, acceder a nuevas oportunidades en cadenas de suministro y a financiación en mejores condiciones y a mejorar su reputación.

Además, nuestro compromiso va más allá de lo medioambiental. Solo así, con una visión integral de la sostenibilidad, podremos garantizar que la franquicia siga siendo un motor sólido y responsable de crecimiento en España.

**Gracias a nuestra escala
podemos ofrecer más
soluciones y acompañar
a las pymes**



ESPECIAL **FRANQUICIAS**
EMERGENTES

BBVA repite como patrocinador principal de un evento referente en el ecosistema de la franquicia

“PARA NOSOTROS, FIS2025 ES UNA OPORTUNIDAD ÚNICA DE ESTAR CERCA DEL SECTOR”

María Eugenia López
subraya que el interés
por la franquicia
sigue al alza y que
las marcas están en
plena expansión.



La entidad financiera se une a FIS con el foco puesto en compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad.

El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”. **María Eugenia López**, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, aporta cifras a esta primera lectura que hace del mercado. “Según el último Observatorio de la Franquicia de la AEF, hay cerca de 1.400 marcas registradas, que facturan más de 27.000 millones de euros y generan más de 300.000 puestos de trabajo”.

Subraya López, además, que la franquicia se ha convertido durante los últimos años en un motor de crecimiento para el comercio minorista. “En momentos de incertidumbre económica —como ocurrió en 2008 o en la etapa de pandemia—, la franquicia ha actuado como refugio para emprendedores e inversores, ofreciendo la seguridad y el conocimiento de una marca consolidada. Esa resiliencia ha permitido que hoy España se sitúe entre los cinco primeros países de Europa en este sector”.

Y ya de cara al corto y medio plazo, considera que las perspectivas son muy

La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes

positivas. “La profesionalización del sistema y la diversificación de modelos hacen que la franquicia sea cada vez más atractiva para emprendedores, inversores y pymes. En BBVA lo hemos constatado de primera mano: en el primer semestre de 2025 incrementamos un 33% la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España respecto al año anterior, con un crecimiento del 48% en las pymes franquiciadas. Es un dato que demuestra que el interés sigue al alza y que las marcas están en plena expansión”.

En este contexto emergente, BBVA da un paso más en su apoyo al sistema

a través del patrocinio del **Franchise Innovation Summit** (FIS), que se celebra los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano Madrid.

EMPRENDEDORES: Después de patrocinar el año pasado la edición inaugural del FIS, repiten de nuevo este año en la segunda edición. ¿En qué se va a concretar esta participación de la entidad financiera en el FIS?

MARÍA EUGENIA LÓPEZ: El **Franchise Innovation Summit** nació como un punto de encuentro necesario para todo el ecosistema de la franquicia; y la primera edición nos confirmó que había un gran interés por compartir experiencias, reflexionar sobre el futuro y generar comunidad. Por eso, este año hemos querido reforzar nuestro apoyo al FIS, porque creemos que es el espacio natural para impulsar la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en el sector. Nuestra participación se concreta en varios ámbitos: por un lado, con un stand y un equipo de especialistas de franquicias que estarán presentes durante las dos jornadas para atender a marcas, franquiciadores y emprendedores.

Por otro, con la implicación activa de nuestros expertos en ponencias, mesas de debate y talleres, donde compartiremos nuestra visión sobre financiación, transformación digital y acompañamiento empresarial.

Para BBVA es una oportunidad única de estar cerca del sector, escuchar sus necesidades y seguir siendo un socio de referencia en su desarrollo.

EMP.: ¿Cuáles son los principales valores añadidos de BBVA a la hora de prestar apoyo a las franquicias?

M.E.L.: Nuestro mayor valor añadido es el acompañamiento integral. No se trata solo de financiar una apertura inicial, sino de estar presentes en todas las fases del ciclo de vida del negocio: desde los primeros pasos de constitución de la sociedad, pasando por la búsqueda de local, la adecuación de instalaciones o la contratación de seguros, hasta su consolidación o expansión a nuevos mercados.

Para cada etapa contamos con soluciones específicas y con un equipo de especialistas que conocen a fondo el sector y las particularidades de cada modelo de franquicia. Ese conocimiento, unido a nuestra amplia presencia territorial, nos permite ofrecer respuestas ágiles, adaptadas y con valor añadido real.

A ello sumamos servicios digitales que simplifican la gestión diaria –tesorería, cobros, pagos, *ecommerce*– y soluciones más avanzadas, como herramientas de control de *stocks*, facturación o integración de sistemas. Todo pensado para que el franquiciado pueda centrarse en su negocio con la tranquilidad de tener a su lado un socio que le acompaña en cada decisión.

EMP.: Siempre a la vanguardia, ¿cómo traslada BBVA esa apuesta por la innovación a las franquicias con las que colabora?

M.E.L.: En BBVA entendemos la innovación como una palanca fundamental para la competitividad. Somos un

banco pionero en transformación digital y queremos trasladar esa ventaja también al mundo de las franquicias.

Un buen ejemplo son nuestras soluciones de pago físico y *online*. Hoy cualquier franquicia necesita ofrecer a sus clientes experiencias de compra ágiles y seguras, y nuestra oferta en este campo incluye funcionalidades que van más allá de la simple transacción: permiten integrar la gestión del negocio, automatizar procesos y aprovechar datos en tiempo real para tomar mejores decisiones.

Además, creemos que las compañías más sólidas son aquellas capaces de escalar, y esa capacidad les permite destinar mayores recursos a la innovación. Ese es un factor clave para poder competir y crecer. Gracias a nuestra escala podemos ofrecer más

soluciones y acompañar a las pymes para que desarrollen sus proyectos empresariales con la seguridad de contar con un banco sólido y preparado.

Pero la innovación no es solo tecnológica. También implica talento y cercanía. Nuestro modelo de interlocutor único y multidisciplinar permite a cada marca contar con un referente especializado que a su vez tiene detrás a todo el banco, con sus capacidades digitales y su experiencia. Esa combinación de personas y tecnología es lo que nos permite diferenciarnos y crear soluciones personalizadas para cada franquicia.

EMP.: Y la sostenibilidad es otro de los ejes que guían el día a día de la entidad. En este sentido, ¿cómo contribuye BBVA a que esas franquicias con las que trabaja sean más sostenibles?

M.E.L.: La sostenibilidad ya no es una opción, es una exigencia del mercado y de los consumidores.

Por eso, en BBVA ponemos a disposición de las franquicias tanto financiación específica para proyectos sostenibles como herramientas prácticas. Impulsamos soluciones para conocer y reducir su impacto medioambiental, avanzar en eficiencia energética, movilidad sostenible o economía circular, siempre con la mirada puesta en mejorar la competitividad y responder a la demanda de los clientes. Porque la apuesta por la sostenibilidad se ha convertido en una ventaja competitiva clave para las pymes, ya que les ayuda a reducir costes, acceder a nuevas oportunidades en cadenas de suministro y a financiación en mejores condiciones y a mejorar su reputación.

Además, nuestro compromiso va más allá de lo medioambiental. Solo así, con una visión integral de la sostenibilidad, podremos garantizar que la franquicia siga siendo un motor sólido y responsable de crecimiento en España.

**Gracias a nuestra escala
podemos ofrecer más
soluciones y acompañar
a las pymes**



Superficie **100%** Audiencia **278.407** Valoración **3.628€**

Dentro del apoyo al emprendimiento de la entidad, Santander Franquicias ofrece financiación y asesoramiento especializado para este tipo de negocios

El modelo de franquicias tiene una larga tradición en España como una de las formas preferidas de emprendimiento. Una fórmula que ha demostrado su éxito a lo largo de los años y que ha alcanzado un alto nivel de madurez. Según el último , de la que Banco Santander es miembro, la facturación del sector alcanzó en 2023 los 27.600 millones de euros, con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas. Todo un motor económico que sigue avanzando, innovando y generando riqueza y puestos de trabajo en nuestro país.

Estas cifras marcan un punto de inflexión tras unos años de ajuste y confirman que el modelo de franquicias sigue demostrando solidez incluso en escenarios adversos, posicionándose como uno de los grandes motores de crecimiento de la economía española de los próximos años. Una fórmula que aporta seguridad para el emprendedor, proyección para las marcas y dinamismo para el tejido productivo. Su capacidad para reducir riesgos en el inicio de un negocio, al apoyarse en marcas con experiencia y modelos probados, es otro de sus grandes atractivos. Y es que, en esa disyuntiva que se le suele presentar al profesional sobre si es preferible integrarse en una gran organización de probada solvencia o asumir el siempre excitante riesgo de montárselo por su cuenta, la franquicia ofrece al franquiciado lo mejor de ambos mundos: una fórmula que combina independencia empresarial con el respaldo de una estructura consolidada.

Aliado natural

Como parte de su compromiso con el emprendimiento, Banco Santander apuesta por el apoyo a los franquiciados , con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de , la entidad presta un servicio especializado cuyo objetivo último es ir mucho más allá de aportar financiación y que aspira a convertirse en un verdadero socio estratégico que acompaña a este tipo de negocios en todas las etapas de su desarrollo, tanto dentro como fuera de España.

Santander Franquicias opera de manera centralizada y en estrecha colaboración con la red de oficinas, gestionando todas las oportunidades vinculadas a este tipo de negocios

La propuesta de valor de Santander Franquicias se basa en un alto nivel de especialización. La unidad opera de manera centralizada y en estrecha colaboración con la red de oficinas, gestionando todas las oportunidades vinculadas a este tipo de negocios. El conocimiento profundo de las marcas y de sus particularidades permite al banco diseñar soluciones a medida para cada cliente, trabajando de forma coordinada con otros centros de especialistas como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas

Estructura financiera y gestión de riesgos

Una buena estructura financiera es esencial para el éxito de cualquier franquiciado . Santander Franquicias trabaja con analistas de riesgos especializados en este sector. El banco recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías necesarias. De esta forma, se asegura un equilibrio adecuado entre capital y deuda, optimizando recursos y maximizando la rentabilidad del proyecto.

Asimismo, a través de su Plan Emprende , la entidad ofrece servicios financieros y no financieros, como formación, gestoría y asesoría legal gratuita, soluciones tecnológicas y ventajas exclusivas en productos clave para el inicio de la actividad de los franquiciados.

El mundo de las franquicias es muy diverso y cada vez más especializado. Cada marca y cada sector tienen peculiaridades y necesidades distintas que es imprescindible tener en cuenta. De ahí la importancia de contar con expertos que comprendan esas diferencias. El know-how de la enseña —plan de negocio, estudios de mercado, formación, asesoramiento laboral y FIScal— se suma al análisis del banco para garantizar que el proyecto arranca con bases sólidas.

Franquicias con sello internacional

El respaldo de Banco Santander a las marcas españolas que planeen abrir franquicias fuera de España también incluye esa expansión internacional. El posicionamiento global del banco, junto a su departamento de Multinacionales, permite acompañar a marcas españolas en su salida al exterior . También facilita el aterrizaje de enseñas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento.

Finalmente, el apoyo a franquicias y franquiciados en su abordaje de retos como son la digitalización o los cambios de hábitos de consumo es otra de las prioridades de Banco Santander en este terreno. La entidad ofrece un acompañamiento integral que incluye formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad a los nuevos escenarios.

Un sector en efervescencia

La buena salud del sector se refleja en el retorno de las ferias presenciales, un punto de encuentro clave entre marcas, franquiciados y potenciales inversores. La próxima gran cita será la **Franchise Innovation Summit**, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Banco Santander contará con su propio espacio, donde presentará de primera mano las soluciones a medida que ofrece a este colectivo.

Sin duda, el modelo de franquicias seguirá siendo en los próximos años un eje fundamental de la economía española. Y en Banco Santander están convencidos de que el reto pasa por no limitarse a adaptarse a los cambios, sino por anticiparse a ellos, identificando oportunidades allí donde otros solo perciben incertidumbre. Una visión que encaja plenamente con la esencia del propio modelo de franquicia: apostar por un negocio consolidado, pero con la mirada siempre puesta en el futuro.

Ayúdanos a contribuir a la Defensa del Estado de Derecho

Destacado

ESPAÑA

HABLEMOS DE FUTURO

Santander refuerza su compromiso con las franquicias para acompañarlas en todas las etapas de su desarrollo

Dentro del apoyo al emprendimiento de la entidad, Santander Franquicias ofrece financiación y asesoramiento especializado para este tipo de negocios

Hablemos de futuro
En colaboración con 



LAS FRANQUICIAS SON UNA FÓRMULA EMPRESARIAL EN AUGE

LO MÁS LEÍDO

01
Moncloa aparta a De Paz en Telefónica para tomar distancia con Zapatero y Venezuela

02
Guardiola asume el fracaso de los Presupuestos en Extremadura y se prepara para un adelanto electoral

03
Aumenta la presión militar de Trump a Venezuela para acorralar a Maduro y acabar con su régimen

Superficie **100%** Audiencia **71.035** Valoración **301€**

La compañía refuerza su presencia en Castilla y León con un centro especializado en mantenimiento y reparación de vehículos Palencia

, la cadena líder en el cuidado del automovilista a través de soluciones sostenibles de mantenimiento, reparación y movilidad, continúa consolidando su presencia en el territorio nacional con la inauguración de un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa. Con esta apertura, la compañía suma 9 talleres en Castilla y León, reforzando así su apuesta por la región.

El nuevo centro, ubicado en la Avenida de la Comunidad Europea, 46, dispone de unas instalaciones de 940m2 con tres elevadores y un equipo inicial de tres profesionales cualificados. para ofrecer a los conductores un servicio integral de mantenimiento del automóvil, incorporando los más altos estándares de calidad de Midas.

“Para Midas es fundamental colaborar con grupos que comparten nuestra visión de futuro en el sector. Grupo Palausa aporta su conocimiento del cliente en la región y su experiencia en la distribución de automóviles, lo que nos permite complementar nuestra propuesta y ofrecer un servicio más completo a los conductores de Palencia” señala Enrique Santos, director de expansión de Midas España.

El taller cuenta con una amplia gama de servicios diseñados para cubrir todas las necesidades de los conductores de la zona y garantizar el correcto funcionamiento de sus vehículos a lo largo de todo el año. Entre ellos se incluyen el mantenimiento preventivo, fundamental para alargar la vida útil del motor y evitar averías futuras, así como todo tipo de trabajos de electromecánica y reparaciones vinculadas a los sistemas eléctricos y electrónicos de los automóviles. El centro dispone también de un completo servicio de neumáticos y otro servicio especializado en frenos y suspensiones, con revisiones exhaustivas que aseguran el correcto rendimiento de los sistemas de seguridad más importantes. Como valor añadido, el taller pone a disposición de sus clientes un coche de sustitución, pensado para que puedan continuar con su actividad diaria sin interrupciones mientras sus vehículos están siendo atendidos por los profesionales de Midas.

Dentro de esta amplia oferta destacan especialmente dos especializaciones: la climatización, con servicios que abarcan desde la recarga del aire acondicionado hasta la reparación completa del sistema, y LA Revisión Oficial, un servicio ajustado al Libro de Mantenimiento del fabricante, válido para todas las marcas y modelos y hasta un 40% más económico que en los talleres oficiales. Ya disponible la cita previa online que puede solicitarse a través de

Una apuesta conjunta por la expansión en Castilla y León

La apertura en Palencia es fruto del acuerdo firmado entre Midas y Grupo Palausa, un grupo con más de 45 años de experiencia en la distribución de automóviles y concesionarios oficiales de diferentes marcas en varias provincias del noroeste de España. La compañía, que nació en Palencia y mantiene allí su sede central, es un referente en la región por su fuerte arraigo local y por su capacidad de innovación en el sector de la automoción. Esta alianza se enmarca en el programa Grandes Grupos de Midas, diseñado para impulsar la expansión de la red a través de alianzas con empresas consolidadas que buscan diversificar su actividad en la posventa como vía de rentabilidad y crecimiento.

“Este nuevo centro en Palencia supone un paso clave en nuestra estrategia de crecimiento junto a grandes grupos de referencia en el sector, como es el caso de Grupo Palausa” , señala Santos. “Queremos seguir acercando nuestro modelo de movilidad sostenible a los conductores de Castilla y León, ofreciendo un servicio de confianza, innovador y adaptado a las nuevas necesidades de la automoción”.

Tanto Midas como Grupo Palausa estarán presentes en el Foro Ciudades y Franquicia, que se celebrará el 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia. Este encuentro, organizado por la Asociación Española de la Franquicia y **Franchise Innovation Summit**, se perfila como una cita clave para fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer nuevas inversiones a la ciudad. La participación de Enrique Santos, director de expansión de Midas, junto con representantes de Grupo Palausa, subraya la apuesta conjunta de ambas compañías por Palencia y refuerza su papel dentro de la estrategia de desarrollo económico de la zona.

Acerca de Midas

Midas es la cadena líder en la relación con el automovilista y en el mantenimiento integral de la movilidad en la era de la transformación digital y la movilidad eficiente. La compañía se posiciona como uno de los actores clave en movilidad urbana, situando al cliente en el centro de su estrategia, apostando por la innovación, la sostenibilidad y los servicios orientados a mejorar la experiencia de usuario, como pilares fundamentales de su estrategia y con una misión clara: “Cuidar de cada de conductor de forma sostenible”.

Según el último estudio de mercado realizado por TNS para el Grupo Mobivia en el año 2023, Midas sigue siendo una marca líder en su sector con un índice de notoriedad del 82%. Además, según el estudio el 92% de los clientes recomendarían Midas a su entorno más próximo. La cadena cuenta actualmente con 203 centros, 188 en régimen de franquicia, 7 centros propios y 8 Licencias de Taller Autorizado a lo largo de toda España.



Un año más presentamos una amplia selección de las marcas y sectores con más proyección en el mercado nacional.

Compartir:

Por

Claudio M. Novoa

318.313. Éste es el número de personas a la que da trabajo el sistema de franquicias en España, el 4,8% más que en 2023, según el informe anual que elabora la Asociación Española de la Franquicia (AEF)

Esta cifra muestra el poderío de este mercado para generar empleo y, en paralelo, nos permite poner en valor el factor humano como elemento decisivo en esta actividad; hablamos del motor que propulsará los avances en franquicia, que extraerá su potencial máximo, generará nuevas oportunidades y amplificará horizontes, un reto donde la tecnología será una aliada muy valiosa. Esta realidad la dibujamos ahora con precisión en un especial Franquicias Emergentes 2024 , donde las marcas sitúan a las personas y a la tecnología en el centro de sus propuestas, lo que multiplica las oportunidades.

Raúl Calleja, director del Franchise Innovation Summit (FIS) , destaca cómo la inteligencia artificial y la automatización están redefiniendo las operaciones de las franquicias. “Son tecnologías que mejoran la eficiencia, permiten una personalización más precisa y optimizan el servicio al cliente mediante chatbots , análisis predictivo y herramientas CRM . Observamos además avances en marketing digital, donde plataformas como Google Ads y Meta Ads se vuelven fundamentales para captar a clientes potenciales”.

Si regresamos a la IA, “la optimización de la cadena de suministro y el desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en datos son otras de las oportunidades de esta tecnología”, remarca Carmen García Menéndez, coordinadora de Proyectos en Centro Franquicias . “Sin embargo, es fundamental que las franquicias se amolden a estos cambios de manera proactiva y establezcan una cultura organizacional orientada a la innovación”.

Un contexto, en definitiva, que está mutando, de ahí que las franquicias que operan en el sector retail, por ejemplo, “busquen adaptarse a la transformación del comercio, con locales más pequeños y eficientes”, explica Calleja.

Carlos Barbadillo, director de Proyectos en Barbadillo & Asociados , aprecia una especialización de las marcas dentro de sus sectores. “Encontrar cada vez más restaurantes especializados en un plato concreto por el que son conocidos, gimnasios que ofrecen una actividad particular, empresas de servicios específicos o tiendas que optan por gamas de productos muy seleccionados. Esto está reduciendo los tamaños de los locales y optimizando la rentabilidad”.

En clave internacional y sostenible

La internacionalización es otra hacedora de franquicias emergentes, “gracias a la globalización económica”, indica Calleja. “Muchas franquicias buscan expandirse en esta dirección, aprovechando mercados en crecimiento y demográficos favorables, especialmente en regiones como América Latina, Europa y Estados Unidos”. La moda española en franquicia siempre ha sido una alumna aventajada en esta materia y ahora la hostelería también exporta su fortaleza a otros países, con protagonistas como Restalia o Udon Asian Food.

“Las marcas están cada vez más comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad social, respondiendo así a las demandas de consumidores cada vez más conscientes”, apunta García Menéndez. “La reducción de residuos, el uso de energías renovables y la promoción del consumo responsable serán claves en esta nueva era. Y aquellas enseñas que logren integrar estos principios en su modelo de negocio y acerquen soluciones innovadoras a los desafíos globales serán las que destaquen en un mercado cada vez más competitivo”. En este contexto, las franquicias emergentes que incorporan la sostenibilidad en su modelo, como la movilidad eléctrica, energías renovables o productos ecológicos, son las que más destacan, detalla Calleja.

Un enfoque sostenible que ha calado en segmentos clave como la alimentación. Eroski, por ejemplo, apuesta por llenar' su cesta de la compra con referencias locales como vía para fomentar la economía regional, algo que cristaliza en su colaboración con 2.056 pequeños productores agroalimentarios y en más de 20.000 productos locales.

Y muy estimulante es también la lectura de Lorena López de Castilla, directora comercial de GNF Worldwide , quien pone el foco en los conceptos híbridos dentro de este especial de franquicias emergentes. “Me refiero a la combinación de retail con experiencias, como cafeterías que incluyen coworking, gimnasios con áreas de socialización o tiendas de moda con cafeterías (incluso marcas de lujo están entrando con todo en este sector). Estos modelos buscan aumentar la permanencia del cliente y la rentabilidad del espacio”.

Y los sectores más emergentes son...

En este escenario, y una vez hemos esbozado las tendencias que ejercerán de timón en la franquicia, cabe preguntarse en qué sectores se concentran las oportunidades más interesantes.

La hostelería–restauración se sitúa a la cabeza del pelotón de las franquicias emergentes. “Éste siempre ha sido uno de los principales motores de la franquicia en nuestro país y los datos recientes nos dicen que hoy sigue siéndolo, por lo que es normal que aquí encontremos alguna de las oportunidades más interesantes”, comenta Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias . “Destaco los modelos que apuestan por unos procesos operativos automatizados y con un sistema de fácil gestión, tanto para el personal como para el franquiciado”.

Calleja se fija en la comida rápida, “con conceptos de street food y delivery en auge”, mientras que Carlos Blanco, socio director de Be Franquicia , apunta a las franquicias de restauración que precisen poco personal y baja cualificación. “Especialmente interesante son los modelos sustentados en la comida saludable”.

En una línea similar se manifiesta López de Castilla, al hablar de proyectos con un enfoque en opciones plant-based , sin gluten, o de propuestas de alimentación consciente como la comida sostenible o funcional. “Este segmento sigue en crecimiento y representa una gran oportunidad para franquicias que se especialicen en nichos alimentarios”.

No abandonamos aún el universo gastronómico, para dirigirnos a los food halls [mercados gastronómicos–espacios gourmet] y dark kitchens. “Son alternativas que permiten a las marcas de restauración explorar nuevos mercados y llegar a distintos públicos. Unas tendencias, por otro lado, que abren la puerta a experimentar con distintos conceptos y cocinas sin comprometerse con una gran infraestructura”.

Ya fuera de la cocina de tendencias, para Calleja los sectores relacionados con la salud y el bienestar personal son de los más prometedores dentro del universo de las franquicias emergentes. “Negocios como gimnasios, spas, y servicios de asistencia a domicilio siguen creciendo, al igual que franquicias centradas en el cuidado estético sin cirugía. La incorporación de tecnologías para la personalización de servicios y el aumento en la demanda de atención integral son claves”.

Otra creadora de oportunidades será la educación tecnológica, “con la robótica y la programación como protagonistas”. En una líneas similar, Jesús Capitán, CEO de Sdeyf , prevé que marquen tendencia a corto plazo las “franquicias tecnológicas que se operen mediante una red de autoempleo y sin local”.

Por

Claudio M. Novoa

Suscríbete a nuestra newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



Superficie **100%** Audiencia **3.289** Valoración **17€**

El nuevo centro cuenta con 940 metros cuadrados, tres elevadores y un equipo inicial también con tres profesionales cualificados.

Midas sigue de estreno. Esta vez, la cadena dedicada al cuidado del automovilista a través de soluciones sostenibles de mantenimiento, reparación y movilidad, abre un centro en Palencia junto al Grupo Palausa. Así, continúa consolidando su presencia en el territorio nacional y, en concreto, en Castilla y León, donde ya suma nueve talleres, reforzando así su apuesta por la región.

El nuevo local, ubicado en la Avenida de la Comunidad Europea, 46, dispone de unas instalaciones de 940m2 con tres elevadores y un equipo inicial de otros tantos profesionales cualificados. para "ofrecer a los conductores un servicio integral de mantenimiento del automóvil, incorporando los más altos estándares de calidad de Midas"

"Para Midas es fundamental colaborar con grupos que comparten nuestra visión de futuro en el sector. Grupo Palausa aporta su conocimiento del cliente en la región y su experiencia en la distribución de automóviles, lo que nos permite complementar nuestra propuesta y ofrecer un servicio más completo a los conductores de Palencia" señala Enrique Santos, director de expansión de Midas España.

En este taller, el cliente dispondrá de una amplia gama de servicios diseñados para cubrir todas las necesidades de los conductores de la zona y garantizar el correcto funcionamiento de sus vehículos a lo largo de todo el año. Entre ellos se incluyen el mantenimiento preventivo, fundamental para alargar la vida útil del motor y evitar averías futuras, así como todo tipo de trabajos de electromecánica y reparaciones vinculadas a los sistemas eléctricos y electrónicos de los automóviles. El centro dispone también de un completo servicio de neumáticos y otro servicio especializado en frenos y suspensiones, con revisiones exhaustivas que aseguran el correcto rendimiento de los sistemas de seguridad más importantes. Como valor añadido, el taller pone a disposición de sus clientes un coche de sustitución, pensado para que puedan continuar con su actividad diaria sin interrupciones mientras sus vehículos están siendo atendidos por los profesionales de Midas.

Entre esta amplia oferta destacan especialmente dos especializaciones: la climatización, con servicios que abarcan desde la recarga del aire acondicionado hasta la reparación completa del sistema, y LA Revisión Oficial, un servicio ajustado al Libro de Mantenimiento del fabricante, válido para todas las marcas y modelos y hasta un 40% más económico que en los talleres oficiales.

Estrategia de crecimiento conjunto en Castilla y León

La apertura en Palencia es fruto del acuerdo firmado entre Midas y Grupo Palausa, un grupo con más de 45 años de experiencia en la distribución de automóviles y concesionarios oficiales de diferentes marcas en varias provincias del noroeste de España. La compañía, que nació en Palencia y mantiene allí su sede central, es un referente en la región por su fuerte arraigo local y por su capacidad de innovación en el sector de la automoción. Esta alianza se enmarca en el programa Grandes Grupos de Midas, diseñado para impulsar la expansión de la red a través de alianzas con empresas consolidadas que buscan diversificar su actividad en la posventa como vía de rentabilidad y crecimiento.

"Este nuevo centro en Palencia supone un paso clave en nuestra estrategia de crecimiento junto a grandes grupos de referencia en el sector, como es el caso de Grupo Palausa", señala Santos. "Queremos seguir acercando nuestro modelo de movilidad sostenible a los conductores de Castilla y León, para ello, ofrecemos un servicio de confianza, innovador y adaptado a las nuevas necesidades de la automoción".

Tanto Midas como Grupo Palausa están presentes en el Foro Ciudades y Franquicia, que se celebra este 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia. Este encuentro, organizado por la Asociación Española de la Franquicia y Franchise Innovation Summit, se perfila como una cita clave para fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer nuevas inversiones a la ciudad. La participación de Enrique Santos, director de expansión de Midas, junto con representantes de Grupo Palausa, subraya la apuesta conjunta de ambas compañías por Palencia y refuerza su papel dentro de la estrategia de desarrollo económico de la zona.

REVISTA INFOCAP
ÚLTIMAS NEWSLETTERS
DESCARGA EBOOKS
BLOGS
VIDEOS



INFOTALLER
Revista de la Industria de Automoción



Ley de protección de datos en talleres: cómo cumplir con el RGPD y evitar sanciones

Cristina López y Francisco Javier García Garrido, expertos de Auditat y la Agencia Española de Protección de Datos respectivamente, protagonistas del último webinar de Asetra.



Compartir: Por Marcos Oliveros Más allá de consejos, los participantes que hablaron ayer en la 5ª edición de 'Emprendedores en Franquicia' mostraron sus experiencias de vida en un espacio colaborativo con distintos partners, competencia y stakeholders. No fue un evento al uso para empresarios, ni para futuras mentes franquiciadas, sino un lugar de reflexión sobre el futuro del sector, su rentabilidad a largo plazo y el acceso a la financiación.

El acto tuvo lugar en las instalaciones de Impact Hub de Prosperidad en Madrid y dio comienzo con una cálida bienvenida a todos los ponentes realizada por el CEO y director de la Revista Emprendedores, Alejandro Vesga . Durante su breve intervención aludió a dos claves de las franquicias en España: su resiliencia para sortear los retos de la economía del país y su robusta salud gracias a la habilidad de estos negocios para adaptarse a los nuevos tiempos.

Bajo el patrocinio de Franchise Innovation Summit (FIS) KüchenHouse, Curves Manitas a Domicilio, Mobalpa, Sabadell, Zenergie, Remax SoCoo's y Dialenga by Singular , la jornada constó de cuatro mesas redondas con representantes del sector.

En la primera mesa hablaron de la falta de transferencia generacional , la innovación y cómo la pandemia transformó la forma de consumir de los clientes . En la segunda, destacaron temáticas como la rentabilidad y la financiación. Y por último, en la tercera y en la cuarta debatieron sobre negocios emergentes y el camino hacia el éxito, respectivamente.

Panorámica global del mercado

En esta primera toma de contacto, el Responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores, Claudio Novoa , moderó el debate de cuatro grandes emprendedores: Matt Stephens , Responsable de Expansión en España de Fournier Redes, Javier Pelayo , Chief Global Franchising de Alma Corporation, Martha Aguiar , Senior BDM en España de Curves y José Luis García , Director de Expansión de REMAX España.

Adaptarse a las nuevas generaciones

La primera idea en la que aterrizaron los ponentes fue la falta de transferencia generacional en el mercado de las franquicias. En concreto, Pelayo destacó que a los jóvenes este mundo “les queda lejos” y que, por ello, es necesaria una comunicación más eficiente para hacerles llegar el mensaje de que el modelo de negocio funciona. “De lo contrario seguiremos viéndonos entre nosotros, con alguna cana más”, afirmó el experto.

Por otro lado, Aguiar sí que ha visto un creciente interés de este grupo por su negocio. De hecho están a punto de abrir un franquiciado con un par de ellos, según expresó la representante de estos gimnasios para mujeres en España . “Esto cambia la percepción que teníamos hasta ahora, donde el público objetivo más habitual era de personas mayores de 30 años ”, puntualizó. “Como todo inicio de negocio, implica esfuerzo, tiempo y recursos. Los jóvenes tienen el potencial y la capacidad de hacerlo; nosotros de adaptarlo, atraerlos y llegar a ello s”, expresó.

A modo de conclusión, el director de Expansión de la inmobiliaria REMAX España destacó que lo importante no era tanto la edad como la madurez profesional . “Normalmente esta mentalidad se suele ver a partir de los 35, 55 o 60 años en personas que tienen una vida profesional muy sólida”, argumentó García. Además, “para desarrollar una franquicia hace falta tener una capacidad económica importante , junto con un conocimiento y preparación que te faciliten aprovechar las oportunidades y consolidar los modelos de negocio”, sostuvo.

Un cambio de paradigma tras la pandemia

Algo en lo que se pusieron de acuerdo los entrevistados fue que la pandemia les hizo reflexionar porque hubo un cambio transversal en la forma de consumir . Stephens lo observó en su sector de diseño de cocinas. “Nos hizo pensar sobre cómo queríamos estar en nuestros hogares”, explicó. “La cocina ya no está hecha para que la usara una única persona sino que se interpretaba como un espacio donde compartir y convivir ”. Con ello, España ha experimentado un crecimiento del 6% en este sector en 2024, según datos de la Asociación de mobiliario de Cocina y su empresa ha crecido un 9% en superficie constante.

A su juicio, la persona que compre una vivienda debería gastar entre el 10% y el 15% del valor total en la cocina. “En Madrid o en Barcelona estamos hablando de una inversión que oscila entre los 15.000 y los 20.000 euros exclusivamente para este espacio”, aseguró el experto.

Este cambio de paradigma también lo vivió Aguiar en su negocio, sobre todo cuando cambió la percepción del fitness en la mujer . “Antes, muchas creían que hacer ejercicio era simplemente realizar actividad aeróbica, pero este concepto es contrario a lo que la anatomía femenina necesita” destacó. Tras la pandemia de la Covid-19 se produjo un momento de inflexión que “nos ayudó a entender el concepto de ejercicio para proteger la salud, trabajar el bienestar y cuidar nuestra calidad de vida”, aclaró. Este situación les sirvió para expandirse de dentro para fuera, con innovaciones tecnológicas y soluciones de marketing digital.

Por su parte, García contó que el cambio en el sector inmobiliario llevaba muchos años produciéndose y que el ciclo alcista actual durará hasta 2030. “Estamos en un mercado donde se realizan muchísimas ventas”, afirmó. “Decimos que hay escasez de propiedades, pero lo que no sabe la gente es que se vende todo ”.

Muchas viviendas no llegan a anunciarse porque ya tienen compradores o inversores esperando. Según ha informado el experto, el año pasado se vendieron cerca de 700.000 viviendas en España, de las cuales 630.000 eran de segunda mano. Para Remax España esta nueva situación los ha llevado a consolidar una red con más de 170 oficinas y 1.500 agentes con una de las facturaciones promedio por oficina más alta de su historia.

Un gran espacio para las franquicias

Tras la primera mesa redonda, intervinieron el director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, Eduardo Abadía , y el director de Franchise Innovation Summit (FIS) Raúl Calleja , para hablar de este proyecto “Marcas que levantan pasiones”, previsto para los días 15 y 16 de octubre de 2025 en el ala norte del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

“La idea es sencilla”, advirtió Abadía durante su presentación. “Una feria de franquicias debe ser una exposición de franquiciadores”. Por lo tanto, la zona showroom estará habilitada para 120 marcas de diferentes sectores. Asimismo, Calleja espera la llegada de más de 3.000 personas con actividades especiales como más de 60 ponencias y otras actividades deportivas o de networking. En el auditorio principal se abordarán temáticas monográficas como las cadenas de supermercados, los nuevos conceptos de franquicias, fitness, belleza y estética.

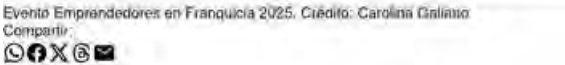
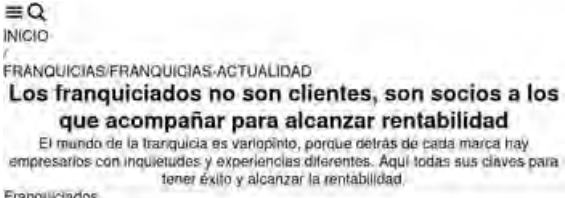
En paralelo, también se celebrará la Semana de la Franquicia , con acciones como el FIS Cathlon con la ponencia de escuelas de negocios para hablar de los nuevos modelos, los premios Embajadores FIS, un ruta por Madrid visitando a las principales marcas, y otros hitos como la Franquicia Fitness Day con la colaboración de Anytime Fitness. “En definitiva, el sector no necesita más eventos, necesita mejores razones para acudir a ellos. El FIS quiere ser la respuesta para hacer más fuerte al sector” concluyó Calleja durante su presentación.

Más que rentabilidad

Para la segunda mesa redonda, el periodista y colaborador en la Revista Emprendedores, Raúl Alonso , moderó el debate con otros cuatro grandes emprendedores y profesionales financieros: Inmaculada Núñez , directora de Sabadell Franquicias, Cindy Barany , Franquiciada de Malvón, Adrián Santamaría , Franquiciado de Anytime Fitness y Enrique Santos , director de Expansión de Midas España.

Chat GPT no tiene la razón

Para incentivar el debate, Alonso comunicó a los ponentes las respuestas que había recibido de ChatGPT sobre la rentabilidad de las franquicias como modelo de negocio. Al escuchar su contestación, la mayoría afirmó que esta inteligencia artificial no tenía ni idea. “ Sin duda, se equivoca ”, expresó Santos. De hecho, “pedidle alguna operación matemática sencilla y veréis que no la hace bien”, animó.



Su definición de rentabilidad en el mundo de las franquicias era demasiado técnica. “Yo siempre digo –y he aprendido con los años–que el mejor sinónimo de la palabra franquicia es acompañamiento , y que sin él no puede existir la rentabilidad”, apuntó. “Puede que ganes dinero, pero no podrás llevar tu negocio a su máximo exponente”, argumentó. Éste es el secreto de los franquiciadores: llevan la rentabilidad en el ADN.

Sin embargo, Barany añadió que no siempre se puede generalizar. “El modelo suele ser rentable, aunque hay veces que no lo es”, afirmó. No deja de ser un negocio y un proyecto que depende de un proyecto sólido del franquiciador y la dedicación de las personas que están detrás del mostrador , según expresó la joven empresaria de empanadas argentinas Malvón, un proyecto innovador que ha arrasado en España.

De acuerdo con ella, y en detrimento de Chat GPT, Santamaría también ha trabajado tanto desde el lado franquiciador como desde el franquiciado y contó que la clave estaba en el equilibrio entre la rentabilidad y la seguridad. La primera no es difícil de conseguir, “pero necesitas una estructura de costes y de ingresos inicial de distintas unidades de negocio que vayan sumando”, declaró. “Al banco y al franquiciado, lo que les ofrece es sostenibilidad en el tiempo y también seguridad”, argumentó.

Los planes nunca se cumplen

Otra cuestión muy debatida fue el acceso a la financiación y la necesidad de ir al banco con las ideas muy claras y el respaldo necesario. Según la directora de Sabadell Franquicias, lo que ellos solicitan antes de aprobar cualquier dotación es un dossier de la marca , un plan de viabilidad económica a 3 y 5 años y un contrato entre las partes . “A partir de ahí, miramos también la reputación y el histórico que tenemos en el banco con esa compañía”, aseguró.

Para llevarse bien con ellos, Santos recomendó tener un plan de negocio realista: con una partida de gastos generosa e ingresos comedidos. Esto se debe a que, a su juicio, “no hay ningún plan que se cumpla”, declaró. “De manera que, ya que no vamos a poder llevarlo a cabo, al menos que sea para bien y que la facturación sea superior a lo que habíamos planificado”, expresó. En este sentido, Barany, recordó una frase que le decía su padre: “Hija, aunque tú decidas estudiar leyes, entiende de contabilidad y controla tus finanzas ”.

Una solución que permitiría una mejor relación entre el banco y la marca podría darse si se centralizara la comunicación con un interlocutor único , según añadió Núñez. “Son los encargados de hablar con la franquicia y con ellos montamos un acuerdo marco en el que ofrecemos un porfolio con condiciones preferentes” afirmó. La directora de la financiera terminó diciendo que los Bancos “somos un partner más”. “No me gustaría que nos vierais como los malos, si una operación no sale es porque quizá no debería hacerlo”, concluyó.

Comunicación estratégica con Dialenga

Después de la segunda mesa de ponentes , Alejandro Vesga y el Head Bussiness Development de Dialenga David Rodríguez Hidalgo , compartieron un diálogo sobre la nueva plataforma de comunicación interna y experiencia del empleado de Sngular para conectar a todos los profesionales de una misma organización.

“Dialenga es un canal de comunicación bidireccional, lo que hacemos es conectar personas y hacer que la información fluya para poder alinear a todos nuestros equipos”, explicó el representante de la marca. En este sentido, la herramienta está especializada en una comunicación más compleja porque los empleados de sus clientes suelen tener diversas localizaciones. “ No es lo mismo comunicarse con alguien que está sentado frente al ordenador todo el día , que con una persona que trabaja en un restaurante, taller o inmobiliaria”, advirtió el experto.

Por ello, centralizaron la comunicación de una manera sencilla con una aplicación móvil y una versión de escritorio con el propósito de llegar al empleado de primera línea. De este modo, los trabajadores cuentan con una plataforma que les brinda toda la información necesaria para su día a día, desde sus nóminas, gestiones, lanzamientos de nuevos productos a una determinada crisis reputacional . “Todo el mundo está alineado”, definió el responsable. “La herramienta permite que todos lo reciban y, además, te da control sobre quien lo ha visto, ha descargado el documentos o visualizado el vídeo de formación”.

Además, con respecto a las franquicias, lo que ofrecen desde Dialenga es una aplicación que se puede escalar, gracias a que es una solución SaaS . Esto ofrece una operatividad tanto nacional como internacional y la comunicación segmentada , es decir, capaz de dirigirse a los empleados finales o los franquiciados, indistintamente.

Emergentes y exitosos

En la tercera ponencia, el redactor jefe de la Revista Emprendedores, Javier Escudero , moderó la discusión con otros cuatro franquiciadores de mucha presencia: Juan Duque , Responsable de Marketing de Manitas a Domicilio, Rod Hill , cofundador y co-CEO de Zenergie Body and Soul, Aida García Bueno , CEO y fundadora de Japanese Head Spa y Alejandro Fernández , fundador de La Fresería.

Negocio a primera vista

El título de este apartado es muy sugerente porque todos estos empresarios empezaron con sus negocios de una manera muy romántica y con un propósito claro. Para el fundador de la viral La Fresería, su oportunidad empresarial surgió gracias a una sociedad postpandemia deseosa de vivir experiencias. ¿Su idea? darle una fresa de calidad al consumidor recubierta de chocolate.

Algo parecido pensó también García Bueno. En una feria de headspa en Miami vio una gran oportunidad de negocio. Su cuenta de Tik Tok fue invadida por vídeos y vídeos de masajes craneales en Japón y Malasia. Fue de las primeras en España y antes de la apertura ya tenían dos meses completos en la capital. “Yo pensaba: si lo más difícil de un negocio suele ser captar al cliente y aquí lo están pidiendo a gritos, vamos a abrirlo ”, rememoró la empresaria.

Rod Hill observó un gap empresarial en el mundo del fitness para personas entre los 50 y los 60 años. Como médico deportivo, no veía un futuro en el que no se encontrara la actividad física. Además, él mismo ha sufrido siempre de enfermedades crónicas, lo que le ha animado a creer en su propuesta. “Yo no puedo pensar en otro negocio más noble como aquel que permita a la gente vivir más años con mejor salud”, destacó frente al avance en la aparición de condiciones metabólicas como la hipertensión y la diabetes.

Por su parte, Juan Duque –en representación del fundador de Manitas a Domicilio y Ecocleans, Adrián Din– vio que la mayoría de la sociedad española no sabía hacer arreglos en sus domicilios. De ello nació Manitas a Domicilio , una forma de negocio que ha mejorado no solo la facilidad de adquirir este tipo de servicio, sino también la calidad de vida de muchos antiguos autónomos que trabajaban en el sector y que dependían del boca a boca.

¿Un camino de rosas?

No obstante, pese a las buenas iniciativas, siempre llega el momento de afrontar dificultades que nos hacen crecer. En el caso de Fernández, el problema fue el producto, tanto por su origen como por la logística. “En España se produce fresa todo el año, ya sea en Huelva, Asturias o Granada ”, afirmó el joven empresario. Sin embargo, “no la consumimos”, añadió mientras argumentaba que suele exportarse a países como Holanda. Para sortear esta dificultad lo primero que hicieron fue buscarse un partner estratégico capaz de darle distribución todo el año.

Otra complicación que tuvieron fue no pasar nunca de moda, por lo que decidieron invertir mucho dinero en marketing . “Creo que somos de las pocas empresas que hemos decidido internalizar todo en nuestro equipo, sin agencias, ni nada”, destacó el empresario. Además, intentaron captar todo lo posible a su público objetivo : las familias, los jóvenes que buscan una experiencia viral, y por último, los trabajadores que desean darse un capricho dulce.

El cofundador de Zenergie Body and Soul, expresó que, generalmente, el sector de los gimnasios sufre problemas de inversión al principio de sus negocios. En su caso, pudieron encontrar locales para asentarse, pero “la ley aquí es mucho más dura suele proteger al propietario antes que al inquilino”, confesó.

Además, su propuesta no era como la del resto mercado, dominado por los gimnasios low-cost. Gracias a su tecnología deportiva en la que también integran IA, ayudan a personas que desconocen cómo hacer sus ejercicios. “Queremos cambiar el mensaje de que el deporte también es medicina y educar a la gente de que lo valioso que es”, afirmó.

Por su parte, Duque explicó que lo difícil fue cambiar la imagen de “chapuceros” que tienen los manitas en España. “La gente está cansada de que todo lo que le hacen en casa está mal y de que todo acabe siendo un problema. En esto entramos nosotros”, argumentó el experto. Le suelen comunicar a sus clientes un precio fijo y cerrado con toda la seguridad y garantía de que lo que se vaya a hacer concluirá bien, según expuso durante su intervención. Además, para muchos profesionales de este sector puede convertirse en una vía para mejorar sus condiciones laborales.

Un consejo que da Duque es que hay que lanzarse en el mundo de las franquicias. “ Si te da miedo hacerlo, hazlo con más ganas ”, expresó. Veo mucha gente en internet y redes sociales diciendo que trabajar inteligente es lo más relevante, pero yo pienso que no se puede trabajar así si antes no has trabajado duro”, concluyó el experto en esta ronda de preguntas.

Líderes con propósito

En último lugar, la cuarta mesa fue dirigida por el CEO y Director de la Revista Emprendedores, Alejandro Vesga , quien moderó el debate con franquiciadores de éxito. Entre ellos se encontraron: César Losada , CEO de Küchenhouse, Oscar Iglesias , director general de Folder, Guillermo Fuente , CEO de Aloha y Javier Floristán , CEO del Grupo La Mafia se sienta a la mesa.

La mueca del emprendedor

Para abrir un poco la conversación, Vesga hizo un guiño a la famosa mueca del emprendedor . Es decir, un gesto que muchos dirigentes hacen cuando se les pregunta sobre el éxito de su compañía y que, en realidad, refleja su humildad ante los nuevos logros. En este caso, todos los ponentes estuvieron de acuerdo con su existencia, porque según sus opiniones, nunca se deja de aprender y de mejorar lo suficiente cuando se posee una franquicia.

Para Guillermo Fuente, de Aloha Poke, el sentimiento sigue siendo el mismo que cuando empezó con el primer local, y ya llevan más de 30 locales. De este modo, “la sensación que tengo hoy en día sigue siendo de incertidumbre, de incredulidad y de no parar de pensar”, contó. “Tú estás a lo tuyo, con la voluntad de seguir creciendo, fidelizar nuevos clientes, solucionar problemas o conseguir más franquiciados, por lo que no echas la mirada a atrás para saborear los éxitos”, expresó.

De acuerdo con él, Losada confirmó las sospechas de Vesga ante la dificultad de los franquiciadores para disfrutar de sus hitos. En realidad, “nunca piensas que tienes éxito”, sostuvo. “Siempre te encuentras en la mejora continua, y eso quizá es lo que provoca que los modelos vayan evolucionando de forma favorable”. De hecho, el CEO de Küchehouse, expresó que le encantan los errores porque “cada vez que he fallado, me he superado y he encontrado un motivo para reinventarme y hacer algo nuevo”, puntualizó.

En cambio, para Floristán sí que es importante recordarse a uno mismo por lo que ha luchado para alcanzar determinados logros. Durante su intervención recordó que cuando llegó las 100 unidades franquiciadas lo festejó por todo lo alto con amigos, familiares y clientes. “Tenemos que seguir celebrando los hitos que nos marcamos y logramos . Aunque eso del éxito, lo digo siempre con la boca pequeña”, confesó.

Ojo al dato para adaptarse a los cambios

Asimismo, la mejora continua lleva consigo la revisión y el estudio de los datos proporcionados por los consumidores. En negocios como el de Iglesias, por ejemplo, los productos de papelería han cambiado mucho en los últimos diez años y la localización del franquiciado también ha influido en qué se vende y la manera en la que lo hace.

“Nosotros favorecemos un cambio de producto de entre un 7% y un 10% todos los años, informó. “Por lo tanto, si coges los productos que vendíamos hace más de una década, no se parecen en nada a los de ahora, en absolutamente nada”, expresó el CEO. Al tener más de 160 tiendas han cambiado de ubicaciones, franquiciados y de modelo de negocio de forma constante.

En su opinión, Fuente animó a ser realista y a basarse siempre en la información que tienes a la hora de franquiciar. “Debemos saber dimensionar muy bien, ser transparentes con los datos y hacer un buen estudio en las ciudades en las que aterrizamos”, afirmó. Los cambios se producen tanto en la cara más visible de su compañía como en el producto. “Gracias a la data que sacamos de las ventas a lo largo del año, vamos viendo los productos qué tienen rotación y probamos cosas nuevas: equivocarnos es parte del proceso , confesó.

Por su parte, Floristán advirtió que adaptarse a los nuevos tiempos era crucial para el éxito de una franquicia que desea mantenerse. Además de cambiar de carta todos los años y sustituir entre un 10% y un 20% todos sus productos, la Mafia se encuentra en su versión 4.2 , ya que cada lustro suelen hacerle un restyling completo a la marca. Esto se debe a que ya nada es como antes. “El cliente lo quiere todo: buena comida, buena presentación, un precio asequible, un ambiente y un servicio excelente”, concluyó.

Losada concluyó con un consejo para todo el sector: Hay que intentar colaborar sin ego . A veces esta suerte de 'yo' ficticio “no nos deja aprender ni evolucionar”, advirtió. “Queremos saberlo todo y muchas veces escuchar correctamente, por lo que dejar el ego a un lado nos podría ayudar a crecer como emprendedores”, reafirmó.

El evento terminó con agradecimientos por parte de Alejandro Vesga y prosiguió con el esperado networking –que ya había tenido su espacio en un café a mitad de la jornada para que franquicias, franquiciadores y entidades financieras se pusieran en contacto y fomentar así, una futura y provechosa colaboración.

Por

Marcos Oliveros

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.

Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **107€**

Compartir: Por Claudio M. Novoa Este lunes 15 de septiembre celebraremos la 5ª edición de Emprendedores en Franquicia, en Impact Hub Prosperidad, C/ Javier Ferrero, 10, Madrid, con un panel de expertos de altura que compartirán con los asistentes las claves para desarrollar una franquicia rentable a todos los niveles.

A lo largo de una mañana, de 09:45 a 14:00h, se sucederán cuatro mesas redondas, donde conoceremos historias de éxito, las oportunidades emergentes que están protagonizando el mercado, los principales desafíos de la franquicia, las claves para innovar de forma coherente... También descubriremos en Emprendedores en Franquicia las última novedades del **Franchise Innovation Summit**, que se celebra en octubre, y todo el potencial de Dialenga , una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado donde se fusiona tecnología a la vanguardia y gestión del talento.

Aún puedes apuntarte –quedan muy pocas plazas– a un evento con el que damos el pistoletazo de salida al curso de la franquicia y que es una buena oportunidad para encontrarnos en un ambiente distendido e inspirador; en este sentido, a media mañana celebraremos un café–networking.

Para asistir, escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Dáte prisa, que las plazas son limitadas.

A continuación, compartimos contigo el programa completo de Emprendedores en Franquicia, una jornada por y para todos aquellos interesados en una fórmula de crecimiento que no para de crecer en nuestro país.

EMPRENEDORES EN FRANQUICIA 2025: PROGRAMA COMPLETO

Bienvenida y presentación (09:45-10:00h)

A cargo de Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores

Mesa redonda especial '50º Edición Desayunos Emprendedores'. (10:00-10:40h)

Una mesa redonda muy especial con la que celebramos el cumpleaños de uno de los foros de debate–networking más reconocibles de Emprendedores. A partir de aquí, realizaremos una panorámica global del mercado, su evolución reciente, su estado actual, sus oportunidades y desafíos, tendencias emergentes, los sectores más en forma, las claves para conseguir un modelo de franquicia sólido...

Participan Matt Stephens (Responsable de Expansión en España de Fournier Redes); José Luis García (director de Expansión de REMAX España); Javier Pelayo (Chief Global Franchising de Alma Corporation); Martha Aguiar (Senior BDM en España de Curves), moderados por Claudio M. Nóvoa (Responsable de Contenidos de Franquicias en Emprendedores).

Presentación **Franchise Innovation Summit (FIS)**. Marcas que levantan pasiones (10:40-10:55h)

Intervienen Eduardo Abadía (director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia) y Raúl Calleja (Director de **Franchise Innovation Summit**).

FIS2025 busca “marcar el camino para ser el evento de referencia para todo el ecosistema profesional del retail en modelo de expansión franquicia, para marcas de cualquier sector que están buscando crecer con socios franquiciados, con emprendedores, con inversores, como subrayan sus organizadores. “Y que, además, se consolide como un puente natural entre Europa e Iberoamérica”.

Mesa redonda ‘Las tablas de la ley... de la rentabilidad’. (10:55-11:35h)

En esta mesa redonda de Emprendedores en Franquicia profundizaremos en diferentes aspectos económico–financieros que permiten asentar las bases de un proyecto rentable. Y para ello, convocamos a dos franquiciados, una central de franquicias y una entidad financiera, para tener una visión panorámica de este asunto desde diversas perspectivas.

Participan Inmaculada Núñez (Directora de Sabadell Franquicias en Banco Sabadell); Cindy Barany (Franquiciada de Malvon); Adrián Santamaría (Franquiciado de Anytime Fitness); Enrique Santos (Director de Expansión de Midas España), moderados por Raúl Alonso (Periodista colaborador de Emprendedores).

Café–networking (11:35-12:15h)

Dialenga. Comunicación estratégica para alinear tu red de franquicias y potenciar el crecimiento. (12:15-12:30)

Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores, entrevista a David Rodríguez Hidalgo (Head Business Development en Dialenga), una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado pensada para conectar a todos los niveles de una organización, especialmente útil en entornos distribuidos como redes de franquicia.

Mesa redonda ‘Emergentes... y rentables’. (12:30-13:10h)

Reunimos alrededor de la mesa a representantes de marcas en plena expansión que operan en segmentos que están experimentando crecimientos sobresalientes, para que compartan aquellas claves que les permiten crecer con rapidez y, al mismo tiempo, de forma sólida.

Participan Adrian Din (fundador de Manitas a Domicilio y Ecocleans); Rod Hill (Cofundador y Co-CEO de Zenergie Body and Soul); Aida García Bueno (CEO y fundadora de Japanese Head Spa); Alejandro Fernández (fundador de La Fresería), moderados por Javier Escudero (Redactor jefe de Emprendedores).

Mesa redonda ‘Líderes con propósito’. (13:10-14:00h)

Conversamos con los fundadores de marcas que han logrado desarrollar modelos de negocio que se han convertido en referentes del mercado. Líderes, en definitiva, que han sabido crecer mucho... y bien.

Participan César Losada (CEO de Küchenhouse); Óscar Iglesias (CEO de Folder), Guillermo Fuente (CEO de Aloha) y Javier Floristán (CEO de Grupo La mafia se sienta a la mesa), moderados por Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores.

No te pierdas esta oportunidad única para iniciar el curso en compañía de todo el ecosistema de la franquicia y apúntate a Emprendedores en Franquicia, donde conocerás, de la mano de sus protagonistas, historias de éxito de lo más inspiradoras.

Escríbenos a y te reservamos una plaza en este evento con el que arrancamos el curso en franquicia.

Por

Claudio M. Novoa

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



Compartir: Por Redacción Emprendedores Llega una nueva edición de Emprendedores en Franquicia, un foro de debate y networking del que hemos celebrado cuatro ediciones con gran éxito y que se ha situado como un punto de encuentro único para todo el ecosistema de la franquicia. Una iniciativa con la que buscamos dar el pistoletazo de salida al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

El 15 de septiembre nos reuniremos en el Impact Hub Prosperidad (Sala Europa), en Madrid, en una jornada –de 09:45 a 14:00h– donde analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable , con el patrocinio de KüchenHouse, Franchise Innovation Summit (FIS), Zenergie Body & Soul, Curves, Dialenga, REMAX, Manitas a Domicilio, Grupo Fournier (Mobalpa, SoCoo'c) y Banco Sabadell.

Bajo el título Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor] , contaremos con franquiciadores referentes en el mercado que compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes, en las cuatro mesas redondas que hemos programado (en los próximos días avanzaremos los ponentes confirmados).

Mesa especial 50º Edición Desayunos Emprendedores . Una mesa redonda muy especial con la que celebramos el cumpleaños de uno de los foros de debate–networking más reconocibles de Emprendedores. A partir de aquí, realizaremos una panorámica global del mercado, su evolución reciente, su estado actual, sus oportunidades y desafíos, tendencias emergentes...

Las tablas de la ley... de la rentabilidad. En esta mesa redonda profundizaremos en diferentes aspectos económico–financieros que permiten asentar las bases de un proyecto rentable. Y para ello, convocaremos a un franquiciado, una central y una entidad financiera, para tener una visión panorámica de este asunto desde diversas perspectivas.

Emergentes... y rentables. Reunimos alrededor de la mesa a representantes de marcas que operan en segmentos que están experimentando crecimientos sobresalientes, para que compartan aquellas claves que les permiten crecer con rapidez y, al mismo tiempo, de forma sólida.

Líderes con propósito. Conversamos con los fundadores de marcas que han logrado desarrollar modelos de negocio que se han convertido en referentes del mercado. Líderes, en definitiva, que han sabido crecer mucho... y bien.

A través de estos debates daremos todas las claves para afrontar uno de los desafíos mayúsculos a los que se enfrentan hoy unas marcas que ponen el foco, más que nunca, en la salud de sus unidades de negocio; lo cierto es que ya hemos superado las épocas de crecimientos desaforados –donde primaba la cantidad– a un momento actual donde la hoja de ruta la define un crecimiento de calidad.

[related_post id=327098918320]

También pediremos a cada uno de los franquiciadores el mejor consejo que le han dado en su trayectoria profesional y cómo lo han aplicado en sus proyectos.

Pero no termina aquí, ni muchos menos, el programa que estamos diseñando para la jornada. En este sentido, los impulsores del Franchise Innovation Summit nos desvelarán las novedades de un evento que celebra en octubre su segunda edición y descubriremos todo el potencial de Dialenga , una plataforma de Comunicación Interna y Experiencia de Empleado pensada para conectar a todos los niveles una organización, especialmente útil en entornos distribuidos como redes de franquicia.

Emprendedores en franquicia: un evento por y para la franquicia

Con un enfoque ágil –y didáctico–, el evento se dirige a franquiciadores con redes ya consolidadas o en el camino, a centrales que estén dando sus primeros pasos, a proyectos aún embrionarios que todavía no hayan dado el salto al mercado en cadena, a emprendedores e inversores que estén planteando la idea de unirse a alguna marca...

Una jornada, en definitiva, diseñada para todas aquellas personas interesadas de un modo u otro en el universo de la franquicia y el emprendimiento, donde también disfrutaremos de un café–networking, una oportunidad única para intercambiar experiencias y vivencias con el resto de asistentes al evento.

Si estás interesado en asistir, escríbenos a franquiciasemprendedores@emprendedores.es con tu nombre completo y empresa. Las plazas son limitadas.

Por

Redacción Emprendedores

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



INICIO

FRANQUICIAS/FRANQUICIAS-ACTUALIDAD

El 15 de septiembre llega la V Edición de 'Emprendedores en Franquicia'

En la jornada, que incluirá varias mesas redondas y un café–networking, analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable.

emprendedores en franquicia 2025

Compartir:



Por

Redacción Emprendedores

Publicado el 20 de Agosto de 2025

Llega una nueva edición de Emprendedores en Franquicia, un foro de debate y networking del que hemos celebrado cuatro ediciones con gran éxito y que se ha situado como un punto de encuentro único para todo el ecosistema de la franquicia. Una iniciativa con la que buscamos dar el pistoletazo de salida al curso de la franquicia y a la que desde ya te invitamos.

El 15 de septiembre nos reuniremos en el Impact Hub Prosperidad (Sala Europa), en Madrid, en una jornada –de 09:45 a 14:00h– donde analizaremos todas aquellas claves que nos permiten tener un modelo de franquicia rentable, con el patrocinio de KüchenHouse, Franchise Innovation Summit (FIS), Zenergie Body & Soul, Curves, Dialenga, REMAX, Manitas a Domicilio, Grupo Fournier (Mobalpa, SoCoo'c) y Banco Sabadell.

Bajo el título **Todas las claves para que tu franquicia sea rentable [Cómo crecer más... y mejor]**, contaremos con franquiciadores referentes en el mercado que compartirán experiencias y conocimientos con los asistentes, en las cuatro mesas redondas que hemos programado (en los próximos días avanzaremos los ponentes confirmados).

- **Mesa especial 50º Edición Desayunos Emprendedores.** Una mesa redonda muy especial con la que celebramos el cumpleaños de uno de los foros de debate–networking más reconocibles de Emprendedores. A partir de aquí, realizaremos una panorámica global del mercado, su evolución reciente, su estado actual, sus oportunidades y desafíos, tendencias emergentes...

- **Las tablas de la ley... de la rentabilidad.** En esta mesa redonda profundizaremos en diferentes aspectos económico–financieros que permiten asentar las bases de un proyecto rentable. Y para ello, convocaremos a un franquiciado, una central y una entidad financiera, para tener una visión panorámica de este asunto desde diversas perspectivas.

- **Emergentes... y rentables.** Reunimos alrededor de la mesa a representantes de marcas que operan en segmentos que están experimentando crecimientos sobresalientes, para que compartan aquellas claves que les permiten crecer con rapidez y, al mismo tiempo, de forma sólida.

- **Líderes con propósito.** Conversamos con los fundadores de marcas que han logrado desarrollar modelos de negocio que se han convertido en referentes del mercado. Líderes, en definitiva, que han sabido crecer mucho... y bien.

A través de estos debates daremos todas las claves para afrontar uno de los desafíos mayúsculos a los que se enfrentan hoy unas marcas que ponen el foco, más que nunca, en la salud de sus unidades de negocio; lo cierto es que ya hemos superado las épocas de crecimientos desaforados –donde primaba la cantidad– a un momento actual donde la hoja de ruta la define un crecimiento de calidad.

Superficie **100%** Audiencia **331** Valoración **2€**

Midas sigue expandiendo su red de talleres y ha inaugurado un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa.

Con esta apertura, la compañía suma 9 talleres en Castilla y León, reforzando así su apuesta por la región.

El nuevo centro, ubicado en la Avenida de la Comunidad Europea, 46, dispone de unas instalaciones de 940 m2 con tres elevadores y un equipo inicial de tres profesionales cualificados para ofrecer a los conductores un servicio integral de mantenimiento del automóvil, incorporando los más altos estándares de calidad de Midas.

“Para Midas es fundamental colaborar con grupos que comparten nuestra visión de futuro en el sector. Grupo Palausa aporta su conocimiento del cliente en la región y su experiencia en la distribución de automóviles, lo que nos permite complementar nuestra propuesta y ofrecer un servicio más completo a los conductores de Palencia” señala Enrique Santos, director de expansión de Midas España.

El taller cuenta con una amplia gama de servicios diseñados para cubrir todas las necesidades de los conductores de la zona y garantizar el correcto funcionamiento de sus vehículos a lo largo de todo el año. Entre ellos se incluyen el mantenimiento preventivo, fundamental para alargar la vida útil del motor y evitar averías futuras, así como todo tipo de trabajos de electromecánica y reparaciones vinculadas a los sistemas eléctricos y electrónicos de los automóviles. El centro dispone también de un completo servicio de neumáticos y otro servicio especializado en frenos y suspensiones, con revisiones exhaustivas que aseguran el correcto rendimiento de los sistemas de seguridad más importantes. Como valor añadido, el taller pone a disposición de sus clientes un coche de sustitución, pensado para que puedan continuar con su actividad diaria sin interrupciones mientras sus vehículos están siendo atendidos por los profesionales de Midas.

Dentro de esta amplia oferta destacan especialmente dos especializaciones: la climatización, con servicios que abarcan desde la recarga del aire acondicionado hasta la reparación completa del sistema, y LA Revisión Oficial, un servicio ajustado al Libro de Mantenimiento del fabricante, válido para todas las marcas y modelos y hasta un 40% más económico que en los talleres oficiales. Ya disponible la cita previa online que puede solicitarse a través de la web de la red.

Una apuesta conjunta por la expansión en Castilla y León

La apertura en Palencia es fruto del acuerdo firmado entre Midas y Grupo Palausa, un grupo con más de 45 años de experiencia en la distribución de automóviles y concesionarios oficiales de diferentes marcas en varias provincias del noroeste de España. La compañía, que nació en Palencia y mantiene allí su sede central, es un referente en la región por su fuerte arraigo local y por su capacidad de innovación en el sector de la automoción. Esta alianza se enmarca en el programa Grandes Grupos de Midas, diseñado para impulsar la expansión de la red a través de alianzas con empresas consolidadas que buscan diversificar su actividad en la posventa como vía de rentabilidad y crecimiento.

“Este nuevo centro en Palencia supone un paso clave en nuestra estrategia de crecimiento junto a grandes grupos de referencia en el sector, como es el caso de Grupo Palausa”, señala Santos . “Queremos seguir acercando nuestro modelo de movilidad sostenible a los conductores de Castilla y León, ofreciendo un servicio de confianza, innovador y adaptado a las nuevas necesidades de la automoción”.

Tanto Midas como Grupo Palausa estarán presentes en el Foro Ciudades y Franquicia, que se celebrará el 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia. Este encuentro, organizado por la Asociación Española de la Franquicia y **Franchise Innovation Summit**, se perfila como una cita clave para fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer nuevas inversiones a la ciudad. La participación de Enrique Santos, director de expansión de Midas, junto con representantes de Grupo Palausa, subraya la apuesta conjunta de ambas compañías por Palencia y refuerza su papel dentro de la estrategia de desarrollo económico de la zona.



Madrid, 01 de octubre de 2025 Midas , la cadena líder en el cuidado del automovilista a través de soluciones sostenibles de mantenimiento, reparación y movilidad, continúa consolidando su presencia en el territorio nacional con la inauguración de un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa. Con esta apertura, la compañía suma 9 talleres en Castilla y León, reforzando así su apuesta por la región.

El nuevo centro, ubicado en la Avenida de la Comunidad Europea, 46, dispone de unas instalaciones de 940m con tres elevadores y un equipo inicial de tres profesionales cualificados. para ofrecer a los conductores un servicio integral de mantenimiento del automóvil, incorporando los más altos estándares de calidad de Midas.

“Para Midas es fundamental colaborar con grupos que comparten nuestra visión de futuro en el sector. Grupo Palausa aporta su conocimiento del cliente en la región y su experiencia en la distribución de automóviles, lo que nos permite complementar nuestra propuesta y ofrecer un servicio más completo a los conductores de Palencia” señala Enrique Santos, director de expansión de Midas España.

El taller cuenta con una amplia gama de servicios diseñados para cubrir todas las necesidades de los conductores de la zona y garantizar el correcto funcionamiento de sus vehículos a lo largo de todo el año. Entre ellos se incluyen el mantenimiento preventivo, fundamental para alargar la vida útil del motor y evitar averías futuras, así como todo tipo de trabajos de electromecánica y reparaciones vinculadas a los sistemas eléctricos y electrónicos de los automóviles. El centro dispone también de un completo servicio de neumáticos y otro servicio especializado en frenos y suspensiones, con revisiones exhaustivas que aseguran el correcto rendimiento de los sistemas de seguridad más importantes. Como valor añadido, el taller pone a disposición de sus clientes un coche de sustitución, pensado para que puedan continuar con su actividad diaria sin interrupciones mientras sus vehículos están siendo atendidos por los profesionales de Midas.

Dentro de esta amplia oferta destacan especialmente dos especializaciones: la climatización, con servicios que abarcan desde la recarga del aire acondicionado hasta la reparación completa del sistema, y LA Revisión Oficial, un servicio ajustado al Libro de Mantenimiento del fabricante, válido para todas las marcas y modelos y hasta un 40% más económico que en los talleres oficiales. Ya disponible la cita previa online que puede solicitarse a través de www.midas.es

Una apuesta conjunta por la expansión en Castilla y León

La apertura en Palencia es fruto del acuerdo firmado entre Midas y Grupo Palausa, un grupo con más de 45 años de experiencia en la distribución de automóviles y concesionarios oficiales de diferentes marcas en varias provincias del noroeste de España. La compañía, que nació en Palencia y mantiene allí su sede central, es un referente en la región por su fuerte arraigo local y por su capacidad de innovación en el sector de la automoción. Esta alianza se enmarca en el programa Grandes Grupos de Midas, diseñado para impulsar la expansión de la red a través de alianzas con empresas consolidadas que buscan diversificar su actividad en la posventa como vía de rentabilidad y crecimiento.

“Este nuevo centro en Palencia supone un paso clave en nuestra estrategia de crecimiento junto a grandes grupos de referencia en el sector, como es el caso de Grupo Palausa” , señala Santos “Queremos seguir acercando nuestro modelo de movilidad sostenible a los conductores de Castilla y León, ofreciendo un servicio de confianza, innovador y adaptado a las nuevas necesidades de la automoción”.

Tanto Midas como Grupo Palausa estarán presentes en el Foro Ciudades y Franquicia, que se celebrará el 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia. Este encuentro, organizado por la Asociación Española de la Franquicia y [Franchise Innovation Summit](#), se perfila como una cita clave para fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer nuevas inversiones a la ciudad. La participación de Enrique Santos, director de expansión de Midas, junto con representantes de Grupo Palausa, subraya la apuesta conjunta de ambas compañías por Palencia y refuerza su papel dentro de la estrategia de desarrollo económico de la zona.



Superficie 100% Audiencia 1.360 Valoración 6€

La compañía refuerza su presencia en Castilla y León con un centro especializado en mantenimiento y reparación de vehículos

Midas continúa consolidando su presencia en el territorio nacional con la inauguración de un nuevo centro en Palencia junto al Grupo Palausa. Con esta apertura, la compañía suma 9 talleres en Castilla y León, reforzando así su apuesta por la región.

El nuevo centro, ubicado en la Avenida de la Comunidad Europea, 46, dispone de unas instalaciones de 940m con tres elevadores y un equipo inicial de tres profesionales cualificados. para ofrecer a los conductores un servicio integral de mantenimiento del automóvil, incorporando los más altos estándares de calidad de Midas. “Para Midas es fundamental colaborar con grupos que comparten nuestra visión de futuro en el sector. Grupo Palausa aporta su conocimiento del cliente en la región y su experiencia en la distribución de automóviles, lo que nos permite complementar nuestra propuesta y ofrecer un servicio más completo a los conductores de Palencia” señala Enrique Santos, director de expansión de Midas España.

El taller cuenta con una amplia gama de servicios diseñados para cubrir todas las necesidades de los conductores de la zona y garantizar el correcto funcionamiento de sus vehículos a lo largo de todo el año. Entre ellos se incluyen el mantenimiento preventivo, fundamental para alargar la vida útil del motor y evitar averías futuras, así como todo tipo de trabajos de electromecánica y reparaciones vinculadas a los sistemas eléctricos y electrónicos de los automóviles. El centro dispone también de un completo servicio de neumáticos y otro servicio especializado en frenos y suspensiones, con revisiones exhaustivas que aseguran el correcto rendimiento de los sistemas de seguridad más importantes. Como valor añadido, el taller pone a disposición de sus clientes un coche de sustitución, pensado para que puedan continuar con su actividad diaria sin interrupciones mientras sus vehículos están siendo atendidos por los profesionales de Midas.

Dentro de esta amplia oferta destacan especialmente dos especializaciones: la climatización, con servicios que abarcan desde la recarga del aire acondicionado hasta la reparación completa del sistema, y LA Revisión Oficial, un servicio ajustado al Libro de Mantenimiento del fabricante, válido para todas las marcas y modelos y hasta un 40% más económico que en los talleres oficiales. Ya disponible la cita previa online que puede solicitarse a través de www.midas.es.

Una apuesta conjunta por la expansión en Castilla y León

La apertura en Palencia es fruto del acuerdo firmado entre Midas y Grupo Palausa, un grupo con más de 45 años de experiencia en la distribución de automóviles y concesionarios oficiales de diferentes marcas en varias provincias del noroeste de España. La compañía, que nació en Palencia y mantiene allí su sede central, es un referente en la región por su fuerte arraigo local y por su capacidad de innovación en el sector de la automoción. Esta alianza se enmarca en el programa Grandes Grupos de Midas, diseñado para impulsar la expansión de la red a través de alianzas con empresas consolidadas que buscan diversificar su actividad en la posventa como vía de rentabilidad y crecimiento.

“Este nuevo centro en Palencia supone un paso clave en nuestra estrategia de crecimiento junto a grandes grupos de referencia en el sector, como es el caso de Grupo Palausa” , señala Santos. “Queremos seguir acercando nuestro modelo de movilidad sostenible a los conductores de Castilla y León, ofreciendo un servicio de confianza, innovador y adaptado a las nuevas necesidades de la automoción”.

Tanto Midas como Grupo Palausa estarán presentes en el Foro Ciudades y Franquicia , que se celebrará el 1 de octubre en el Teatro Principal de Palencia. Este encuentro, organizado por la Asociación Española de la Franquicia y [Franchise Innovation Summit](#), se perfila como una cita clave para fortalecer el comercio local, fomentar el emprendimiento y atraer nuevas inversiones a la ciudad. La participación de Enrique Santos, director de expansión de Midas, junto con representantes de Grupo Palausa, subraya la apuesta conjunta de ambas compañías por Palencia y refuerza su papel dentro de la estrategia de desarrollo económico de la zona.



Superficie **100%** Audiencia **208.353** Valoración **6.913€**

La entidad se posiciona como un socio clave para quienes apuestan por este modelo empresarial que genera cientos de miles de empleos y contribuye de forma decisiva a la economía española. Emprender nunca ha sido sencillo, aún menos cuando el escenario económico está atravesado por la incertidumbre. Sin embargo, hace ya unos años que el sector de las franquicias ha conseguido abrirse paso como una de las fórmulas más fiables y rentables a la hora de poner en marcha un negocio. Así lo confirma el último informe anual de la Asociación Española de Franquicias, de la que forma parte Banco Santander: en 2023 se superaron los 27.600 millones de euros de facturación, con más de 1.400 marcas y alrededor de 80.000 establecimientos repartidos por todo el país que generan más de 320.000 empleos directos.

Y es que, tal y como demuestran estas cifras, que continúan siendo positivas en 2024, según los primeros datos disponibles, las franquicias no benefician únicamente a quien toma la decisión de emprender. Además, tienen un efecto multiplicador en la economía nacional, ya que contribuyen a dinamizar el comercio local y fortalecen el tejido de las pymes.

Más que un fenómeno pasajero, este modelo se ha convertido en un motor económico muy potente. En este auge, Banco Santander está jugando un papel decisivo como socio financiero y estratégico de los franquiciados y franquiciadores.

Emprender con menos riesgo

Uno de los principales atractivos de las franquicias radica en que ofrecen al emprendedor lo mejor de los dos mundos: por una parte, la independencia de gestionar su propio negocio; pero, a su vez, el respaldo de una marca consolidada que aporta su experiencia.

El ecosistema, en este sentido, es muy variado: aunque la restauración, la moda y los servicios concentran la mayor parte de la actividad, la posibilidad de franquiciarse es transversal a otras muchas actividades profesionales. Cada una de ellas tiene sus propias necesidades y comprenderlas es parte del camino al éxito. Es por eso que Banco Santander ha diseñado un modelo de acompañamiento específico para quienes deciden apostar por este modelo de negocio. Santander Franquicias es una unidad centralizada que trabaja en estrecha colaboración con la red de oficinas de la entidad y se apoya en un equipo de especialistas que conocen a fondo el mercado de este tipo de empresas y las particularidades de cada marca.

La propuesta de valor parte de una premisa clara: la financiación es necesaria, pero hace falta algo más. Con este paquete integral de servicios, los franquiciados tienen acceso a avales, renting, mediación de cobros y pagos, gestión de ayudas públicas y asesoramiento a medida. Como parte de este último punto, la entidad recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con capital propio, así como las garantías pertinentes. La combinación de recursos propios y financiación externa garantiza una base financiera sólida, minimiza riesgos y aumenta las posibilidades de éxito a medio plazo.

Servicio especializado para el emprendedor

A través del Plan Emprende, Banco Santander ofrece herramientas para gestionar el día a día de emprendedores, negocios y autónomos, desde sus inicios hasta el crecimiento de sus proyectos. Este paquete, que incluye productos de tesorería, soluciones de inversión, seguros adaptados y formación continua, se traduce en resiliencia y capacidad de adaptación frente a los grandes retos de cada sector. Además, este apoyo no se limita al mercado nacional, sino que traspasa las fronteras. Gracias a la red internacional del banco y el departamento de Multinacionales, la entidad facilita la expansión de las marcas a mercados exteriores, al mismo tiempo que apoya la llegada de cadenas internacionales interesadas en implantarse en España.

Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo. Con esta iniciativa, el Santander refuerza su posicionamiento como la banca de referencia para negocios de todos los tamaños y características, ya que no se limita a financiar proyectos, sino que acompaña, asesora y anticipa tendencias.

Un vistazo al futuro: **Franchise Innovation Summit**

Como testimonio de la vitalidad del modelo de franquicia, este octubre tendrá lugar la **Franchise Innovation Summit** los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano, un evento internacional en el que Banco Santander estará presente para mostrar su apoyo a los franquiciados con un amplio portfolio de soluciones a medida.

El objetivo es trasladar a los emprendedores que acudan a la cita que tienen a su alcance un acompañamiento integral de una entidad financiera que conoce en profundidad los riesgos de lanzarse a la aventura de emprender, los tiempos, las particularidades del sector, las exigencias del mercado y los desafíos del mundo contemporáneo.



Superficie **100%** Audiencia **13.260** Valoración **121€**

La entidad se posiciona como un socio clave para quienes apuestan por este modelo empresarial que genera cientos de miles de empleos y contribuye de forma decisiva a la economía española. Emprender nunca ha sido sencillo, an menos cuando el escenario economico est atravesado por la incertidumbre. Sin embargo, hace ya unos aos que el sector de las franquicias ha conseguido abrirse paso como una de las frmulas ms fiables y rentables a la hora de poner en marcha un negocio. As lo confirma el ltimo informe anual de la Asociacin Espaola de Franquicias, de la que forma parte Banco Santander: en 2023 se superaron los 27.600 millones de euros de facturacin, con ms de 1.400 marcas y alrededor de 80.000 establecimientos repartidos por todo el pas que generan ms de 320.000 empleos directos. Y es que, tal y como demuestran estas cifras, que continan siendo positivas en 2024, segn los primeros datos disponibles, las franquicias no benefician nicamente a quien toma la decisin de emprender. Adems, tienen un efecto multiplicador en la economa nacional, ya que contribuyen a dinamizar el comercio local y fortalecen el tejido de las pymes. Ms que un fenmeno pasajero, este modelo se ha convertido en un motor economico muy potente. En este auge, Banco Santander est jugando un papel decisivo como socio financiero y estratgico de los franquiciados y franquiciadores. Emprender con menos riesgo. Uno de los principales atractivos de las franquicias radica en que ofrecen al emprendedor lo mejor de los dos mundos: por una parte, la independencia de gestionar su propio negocio; pero, a su vez, el respaldo de una marca consolidada que aporta su experiencia. El ecosistema, en este sentido, es muy variado: aunque la restauracin, la moda y los servicios concentran la mayor parte de la actividad, la posibilidad de franquiciarse es transversal a otras muchas actividades profesionales. Cada una de ellas tiene sus propias necesidades y comprenderlas es parte del camino al xito. Es por eso que Banco Santander ha diseado un modelo de acompaamiento especfico para quienes deciden apostar por este modelo de negocio. Santander Franquicias es una unidad centralizada que trabaja en estrecha colaboracin con la red de oficinas de la entidad y se apoya en un equipo de especialistas que conocen a fondo el mercado de este tipo de empresas y las particularidades de cada marca. La propuesta de valor parte de una premisa clara: la financiacin es necesaria, pero hace falta algo ms. Con este paquete integral de servicios, los franquiciados tienen acceso a avales, renting, mediacin de cobros y pagos, gestin de ayudas pblicas y asesoramiento a medida. Como parte de este ltimo punto, la entidad recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversin con capital propio, as como las garantas pertinentes. La combinacin de recursos propios y financiacin externa garantiza una base financiera slida, minimiza riesgos y aumenta las posibilidades de xito a medio plazo. Servicio especializado para el emprendedor. A travs del Plan Emprende, Banco Santander ofrece herramientas para gestionar el da a da de emprendedores, negocios y autnomos, desde sus inicios hasta el crecimiento de sus proyectos. Este paquete, que incluye productos de tesorería, soluciones de inversin, seguros adaptados y formacin continua, se traduce en resiliencia y capacidad de adaptacin frente a los grandes retos de cada sector. Adems, este apoyo no se limita al mercado nacional, sino que traspasa las fronteras. Gracias a la red internacional del banco y el departamento de Multinacionales, la entidad facilita la expansin de las marcas a mercados exteriores, al mismo tiempo que apoya la llegada de cadenas internacionales interesadas en implantarse en Espaa. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que estn viviendo las pymes espaolas en el convulso momento economico actual: la digitalizacin y los cambios en los hbitos de consumo. Con esta iniciativa, el Santander refuerza su posicionamiento como la banca de referencia para negocios de todos los tamaos y caractersticas, ya que no se limita a financiar proyectos, sino que acompaa, asesora y anticipa tendencias. Un vistazo al futuro: **Franchise Innovation Summit** Como testimonio de la vitalidad del modelo de franquicia, este octubre tendr lugar la **Franchise Innovation Summit** los das 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano, un evento internacional en el que Banco Santander estar presente para mostrar su apoyo a los franquiciados con un amplio portfolio de soluciones a medida. El objetivo es trasladar a los emprendedores que acudan a la cita que tienen a su alcance un acompaamiento integral de una entidad financiera que conoce en profundidad los riesgos de lanzarse a la aventura de emprender, los tiempos, las particularidades del sector, las exigencias del mercado y los desafos del mundo contemporáneo.

El sistema de franquicias se consolida día a día como una vía de crecimiento para muchos negocios.

La franquicia ofrece una serie de ventajas muy interesantes y únicas, como puede ser la oferta de un modelo de negocio probado, que ya goza de éxito y cierto reconocimiento en el mercado, lo cual hace que la adopción de este método de emprender sea uno de los más atractivos en este momento.

Es un sistema empresarial que, además, no para de crecer en los últimos años, como indican los datos del informe La franquicia en España de la Asociación Española de Franquicias. Detalla este documento, por ejemplo, que la facturación del sector franquicias superó a lo largo de 2023 (últimas citas disponibles) los 27.600 millones de euros.

Aunque no son los únicos datos a destacar. El mismo informe indica que este modelo de negocio vive un momento de madurez, al hacerse un hueco en la economía de España, y ya supone un 1,88% del PIB nacional. El sistema de franquicias español está conformado por más de 1.400 marcas, de las cuales el 83% son de origen nacional y 240 proceden de alrededor de 25 países, entre los que destacan Francia, EE.UU., Portugal, Italia e Inglaterra; y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Estas cifras, apuntan también desde la Asociación Española de Franquicias, son importantes porque reflejan la buena salud de un sector que durante la pandemia se resintió, como otros muchos, y que ha conseguido remontar y volver a las cifras pre-COVID.

Compromiso de acompañamiento

Banco Santander, que forma parte de esta agrupación sectorial, conoce de primera mano el pulso del sistema de franquicias de España y es una compañía que tiene un firme compromiso de acompañamiento, asesoramiento y financiación con las pymes de nuestro país. Posee también un plan integral de apoyo a los franquiciados, el cual comienza en el origen del negocio y se extiende durante el desarrollo pleno del mismo.

La entidad lleva a cabo este plan de acompañamiento a través de Santander Franquicias, área de negocio que ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, con el fin de aportar financiación y convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

En el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías necesarias. La entidad aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especializados del propio banco, como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Así mismo, y a través del Plan Emprende, la compañía ofrece soluciones financieras y no financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, como formación, gestión y asesoría legal gratuita, soluciones tecnológicas y ventajas exclusivas en productos clave.

La importancia de los aliados en etapas de desarrollo

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales.

La buena salud de la que goza el sector de las franquicias expondrá su poderío en el **Franchise Innovation Summit (FIS)**, que se va a celebrar los días 15 y 16 de octubre en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid bajo el claim Franchises that Inspire Passion.

Este evento profesional e internacional del mundo de las franquicias en España, donde la innovación, las tendencias y las oportunidades en el sector serán algunos de los puntos clave, va a contar con la presencia de Banco Santander, que va a dar a conocer el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados de nuestro país.

Este evento, donde se trazan importantes lazos de colaboración entre los emprendedores, también permite entrever las nuevas tendencias en el mercado de las franquicias, así como los retos esenciales de un sector que mira de frente a la digitalización, la sostenibilidad o la expansión internacional, entre otros aspectos.



El sistema de franquicias se consolida día a día como una vía de crecimiento para muchos negocios. La franquicia ofrece una serie de ventajas muy interesantes y únicas, como puede ser la oferta de un modelo de negocio probado, que ya goza de éxito y cierto reconocimiento en el mercado, lo cual hace que la adopción de este método de emprender sea uno de los más atractivos en este momento.

Es un sistema empresarial que, además, no para de crecer en los últimos años, como indican los datos del informe La franquicia en España de la Asociación Española de Franquicias. Detalla este documento, por ejemplo, que la facturación del sector franquicias superó a lo largo de 2023 (últimas citas disponibles) los 27.600 millones de euros.

Aunque no son los únicos datos a destacar. El mismo informe indica que este modelo

Superficie **100%** Audiencia **231.633** Valoración **6.374€**

EL PAÍS

La empresa es un operador ferial pionero en el uso de nuevas tecnologías y marketing 3.0 para el desarrollo de encuentros y congresos profesionales

Nacida de la alianza con la agencia de marketing experiencial 4FOREVERYTHING, la compañía ofrece un modelo integral 360° que abarca desde la conceptualización y diseño del evento hasta su ejecución, producción, comunicación y promoción. Actualmente, SHOW2BE ejecuta dos grandes eventos. Por un lado, el **_Franchise Innovation Summit_ (FIS)** promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), que celebrará su segunda edición el 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Se consolida como el punto de encuentro de referencia para el entorno de la franquicia, con un formato que combina una zona expositiva y un **_summit_** de contenidos enfocados al emprendimiento, la innovación, la digitalización y el crecimiento empresarial. En 2025 ha nacido **_SPORTCITIES Expo & Summit_**: el primer salón profesional del sur de Europa especializado en infraestructuras, equipamiento y servicios para instalaciones deportivas. Está coorganizado por Feria Valencia, Feria de Valladolid y Show2be y tendrá lugar el 19 y 20 de noviembre. Allí se encontrarán profesionales de múltiples sectores, desde arquitectos hasta responsables de áreas deportivas. Su director, Raúl Calleja, resume así la visión de la compañía: “Desde Show2Be creemos que los sectores estratégicos necesitan aprovecharse de formatos feriales modernos: requieren plataformas vivas, donde el conocimiento, la conexión profesional y la experiencia se combinen de forma auténtica...” Show2be cuenta con un equipo de profesionales con más de 20 años de experiencia en la organización de ferias especializadas en diversidad de sectores. Se encuentra muy enfocado en el ámbito iberoamericano y apuesta por un modelo B2P (Business-to-People) que combina lo mejor de los formatos B2B (Business-to-Business) y B2C (Business-to-Consumer) para generar experiencias personalizadas y conexiones de valor. Calleja asegura: “El futuro de los eventos pasa por plataformas feriales modernas, híbridas y de vanguardia, pensadas para dar respuesta a los retos reales de cada sector”.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO



La empresa es un operador ferial pionero en el uso de nuevas tecnologías y marketing 3.0 para el desarrollo de encuentros y congresos profesionales

Nacida de la alianza con la agencia de marketing experiencial 4FOREVERYTHING, la compañía ofrece un modelo integral 360 que abarca desde la conceptualización y diseño del evento hasta su ejecución, producción, comunicación y promoción. Actualmente, SHOW2BE ejecuta dos grandes eventos. Por un lado, el **Franchise Innovation Summit (FIS)** promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), que celebrará su segunda edición el 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Se consolida como el punto de encuentro de referencia para el entorno de la franquicia, con un formato que combina una zona expositiva y un summit de contenidos enfocados al emprendimiento, la innovación, la digitalización y el crecimiento empresarial. En 2025 ha nacido SPORTCITIES Expo & Summit: el primer salón profesional del sur de Europa especializado en infraestructuras, equipamiento y servicios para instalaciones deportivas. Está coorganizado por Feria Valencia, Feria de Valladolid y Show2be y tendrá lugar el 19 y 20 de noviembre. Allí se encontrarán profesionales de múltiples sectores, desde arquitectos hasta responsables de áreas deportivas. Su director, Raúl Calleja, resume así la visión de la compañía: Desde Show2Be creemos que los sectores estratégicos necesitan aprovecharse de formatos feriales modernos: requieren plataformas vivas, donde el conocimiento, la conexión profesional y la experiencia se combinen de forma auténtica. Show2be cuenta con un equipo de profesionales con más de 20 años de experiencia en la organización de ferias especializadas en diversidad de sectores. Se encuentra muy enfocado en el ámbito iberoamericano y apuesta por un modelo B2P (Business-to-People) que combina lo mejor de los formatos B2B (Business-to-Business) y B2C (Business-to-Consumer) para generar experiencias personalizadas y conexiones de valor. Calleja asegura: El futuro de los eventos pasa por plataformas feriales modernas, híbridas y de vanguardia, pensadas para dar respuesta a los retos reales de cada sector.

Superficie **100%** Audiencia **1.886** Valoración **61€**

La entidad se posiciona como un socio clave para quienes apuestan por este modelo empresarial que genera cientos de miles de empleos y contribuye de forma decisiva a la economía española. Emprender nunca ha sido sencillo, aún menos cuando el escenario económico está atravesado por la incertidumbre. Sin embargo, hace ya unos años que el sector de las franquicias ha conseguido abrirse paso como una de las fórmulas más fiables y rentables a la hora de poner en marcha un negocio. Así lo confirma el último informe anual de la Asociación Española de Franquicias, de la que forma parte Banco Santander : en 2023 se superaron los 27.600 millones de euros de facturación , con más de 1.400 marcas y alrededor de 80.000 establecimientos repartidos por todo el país que generan más de 320.000 empleos directos. Y es que, tal y como demuestran estas cifras, que continúan siendo positivas en 2024 , según los primeros datos disponibles, las franquicias no benefician únicamente a quien toma la decisión de emprender. Además, tienen un efecto multiplicador en la economía nacional , ya que contribuyen a dinamizar el comercio local y fortalecen el tejido de las pymes. Más que un fenómeno pasajero, este modelo se ha convertido en un motor económico muy potente. En este auge, Banco Santander está jugando un papel decisivo como socio financiero y estratégico de los franquiciados y franquiciadores.

Emprender con menos riesgo

Uno de los principales atractivos de las franquicias radica en que ofrecen al emprendedor lo mejor de los dos mundos : por una parte, la independencia de gestionar su propio negocio; pero, a su vez, el respaldo de una marca consolidada que aporta su experiencia.

El ecosistema, en este sentido, es muy variado: aunque la restauración, la moda y los servicios concentran la mayor parte de la actividad, la posibilidad de franquiciarse es transversal a otras muchas actividades profesionales . Cada una de ellas tiene sus propias necesidades y comprenderlas es parte del camino al éxito. Es por eso que Banco Santander ha diseñado un modelo de acompañamiento específico para quienes deciden apostar por este modelo de negocio. Santander Franquicias es una unidad centralizada que trabaja en estrecha colaboración con la red de oficinas de la entidad y se apoya en un equipo de especialistas que conocen a fondo el mercado de este tipo de empresas y las particularidades de cada marca.

La propuesta de valor parte de una premisa clara: la financiación es necesaria, pero hace falta algo más. Con este paquete integral de servicios , los franquiciados tienen acceso a avales, renting, mediación de cobros y pagos, gestión de ayudas públicas y asesoramiento a medida. Como parte de este último punto, la entidad recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con capital propio , así como las garantías pertinentes. La combinación de recursos propios y financiación externa garantiza una base financiera sólida, minimiza riesgos y aumenta las posibilidades de éxito a medio plazo.

Servicio especializado para el emprendedor

A través del Plan Emprende , Banco Santander ofrece herramientas para gestionar el día a día de emprendedores, negocios y autónomos , desde sus inicios hasta el crecimiento de sus proyectos. Este paquete, que incluye productos de tesorería, soluciones de inversión, seguros adaptados y formación continua, se traduce en resiliencia y capacidad de adaptación frente a los grandes retos de cada sector. Además, este apoyo no se limita al mercado nacional, sino que traspasa las fronteras. Gracias a la red internacional del banco y el departamento de Multinacionales , la entidad facilita la expansión de las marcas a mercados exteriores, al mismo tiempo que apoya la llegada de cadenas internacionales interesadas en implantarse en España.

Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo. Con esta iniciativa, el Santander refuerza su posicionamiento como la banca de referencia para negocios de todos los tamaños y características , ya que no se limita a financiar proyectos, sino que acompaña, asesora y anticipa tendencias.

Un vistazo al futuro: **Franchise Innovation Summit**

Como testimonio de la vitalidad del modelo de franquicia, este octubre tendrá lugar la **Franchise Innovation Summit** los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano , un evento internacional en el que Banco Santander estará presente para mostrar su apoyo a los franquiciados con un amplio portfolio de soluciones a medida.

El objetivo es trasladar a los emprendedores que acudan a la cita que tienen a su alcance un acompañamiento integral de una entidad financiera que conoce en profundidad los riesgos de lanzarse a la aventura de emprender, los tiempos, las particularidades del sector, las exigencias del mercado y los desafíos del mundo contemporáneo.

Fuente: LA RAZÓN

El modelo de franquicia consolida cifras récord con el apoyo de Banco Santander was last modified: octubre 2nd, 2025 by mundoFranquicia

¿Te ha gustado el contenido? Valóralo y compártelo



Superficie **100%** Audiencia **79.607** Valoración **377€**

La entidad ofrece un plan integral de financiación, asesoramiento y acompañamiento para impulsar a los casi 85.000 establecimientos que generan más de 380.000 empleos

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros , con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende , la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.

con la tecnología de



Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial

de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.

Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros , con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas.

Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede aún de los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting , que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darían empleo a algo más de 380.000 personas.

Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos.

En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias , la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado.

Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas.

Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende , la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española.

Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completísimo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles.

Fuente



Superficie **100%** Audiencia **13.260** Valoración **59€**

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio “oficial” en...

Cuando se cumple medio siglo de la aparición de las franquicias en España, cualquiera puede confirmar, simplemente paseando por el casco comercial de todas las ciudades, la buena salud de la que sigue gozando este modelo de negocio. Pese a que fue en 1964 cuando la histórica Pronovias instaló sus primeras tiendas en Barcelona, la inauguración del primer Burger King en la madrileña plaza de los Cubos en 1975 significó el inicio oficial en nuestro país de este sistema de comercio por el que un empresario paga un canon para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado. Cinco décadas después, el sistema de franquicias mantiene un dinamismo inigualable afianzando y consolidando su presencia en todos los ámbitos de la economía española. Los datos hablan por sí solos. Según el último Informe de la Asociación Española de Franquicias, de la que Banco Santander es miembro, se extrae que la facturación del sector superó los 27.600 millones de euros, con más de 1.400 marcas operando en el mercado nacional y cerca de 80.000 establecimientos que emplean alrededor de 320.000 personas. Es más, después de un tiempo de reajuste del sector, que procede ante los efectos de la pandemia y se agudiza con el complicado contexto internacional actual, las primeras cifras que se conocen del pasado 2024 siguen siendo, en general, muy positivas. Así se puede comprobar en el Informe 2025, realizado por Tormo Franquicias Consulting, que adelanta que más de 200 empresas se han sumado al modelo y que la facturación global del sector se ha situado por encima de los 33.500 millones de euros. De acuerdo con este reciente estudio, estaríamos hablando de casi 85.000 establecimientos, que darán empleo a algo más de 380.000 personas. Por sectores, restauración, alimentación y servicios del automóvil han tomado significativamente el protagonismo en el crecimiento de la facturación en este ejercicio. El permanente incremento de la cifra de nuevas marcas y la consolidación de un cada vez mayor número de redes establecidas, hacen prever un crecimiento sostenido y sin altibajos. En su indudable compromiso con los emprendedores y con las pymes, Banco Santander apuesta, de manera inequívoca, por el apoyo a los franquiciados, con un plan integral de respaldo que parte desde el mismo origen del proyecto empresarial y que se extiende durante todo el desarrollo del negocio. A través de Santander Franquicias, la entidad ofrece un servicio total, que incluye un centro de especialistas, cuyo objetivo no es solo aportar financiación, sino convertirse en un verdadero socio del franquiciado. Ya en el origen, Banco Santander recomienda que el franquiciado aporte entre un 20% y un 30% de la inversión con fondos propios, además de las garantías personales necesarias y aprovecha tanto su amplia red de oficinas como el conocimiento profundo que posee de las marcas y de sus particularidades, para diseñar soluciones a medida para cada cliente. Además, para ello trabaja de manera coordinada con otros departamentos especialistas del propio Santander como los de avales, renting, mediación de cobros y pagos o gestión de ayudas públicas. Pero el apoyo de Banco Santander a los franquiciados no se limita a ofrecer financiación en el siempre complicado momento de poner un negocio en pie. A través del Plan Emprende, la entidad ofrece también soluciones financieras adaptadas a las necesidades diarias de los franquiciados, formación, asesoramiento especializado y acceso a redes que ayudan a los franquiciados a anticipar tendencias y adaptarse con agilidad. Todo ello encaminado a dar respuesta a dos de los principales retos que están viviendo las pymes españolas en el convulso momento económico actual: la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo. Además, a través de su departamento de Multinacionales, Banco Santander se convierte en el aliado estratégico ideal para acompañar a las franquicias en todas las etapas de su desarrollo, incluidas aquellas que optan por competir en mercados internacionales. En un singular viaje de ida y vuelta, la entidad también facilita el aterrizaje de marcas internacionales que eligen España como mercado de crecimiento y que apuestan por el modelo de franquicias, convertido ya en un eje fundamental de la economía española. Esta indudable buena salud del sector tendrá una nueva expresión este mes de octubre con la celebración de la **Franchise Innovation Summit**, que tendrá lugar los días 15 y 16 en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Como no podía ser de otra manera, Banco Santander estará presente en este evento internacional, en el que presentará el completo portfolio de soluciones a medida que ofrece a los franquiciados españoles. La noticia se publicará antes en ElPlural.com

Superficie **100%** Audiencia **1.886** Valoración **177€**

La consultora líder en franquicias estará presente en el gran encuentro nacional del sector, promovido por la AEF y organizado por SHOW2BE.

mundoFrancia participará los próximos 15 y 16 de octubre en el **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, el principal punto de encuentro para el ecosistema de la franquicia en España. El evento, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por SHOW2BE, se celebrará en el Riyadh Air Metropolitano y reunirá a emprendedores, inversores y marcas franquiciadoras en un entorno dedicado a la innovación, el crecimiento y la expansión del sistema de franquicia.

Con más de 20 años de experiencia en la consultoría y desarrollo de redes franquiciadas, mundoFranquicia reafirma su compromiso con la profesionalización y el impulso del sector , participando activamente en esta cita que se ha consolidado como una de las más relevantes del calendario empresarial.

Durante el FIS 2025, mundoFranquicia contará con stand propio , desde el que su equipo de expertos atenderá a marcas, instituciones y emprendedores interesados en conocer las claves de éxito para el crecimiento y la expansión de sus negocios bajo el modelo de franquicia.

El **Franchise Innovation Summit** 2025 se presenta como un evento de referencia que fomentará el intercambio de conocimiento, la colaboración y el debate sobre el futuro del sistema de franquicia, en un entorno pensado para generar oportunidades y sinergias entre los principales actores del sector.

mundoFranquicia invita a todos los profesionales del ámbito empresarial y de la franquicia a visitar su stand los días 15 y 16 de octubre en Madrid y formar parte de esta cita imprescindible con la innovación y el emprendimiento.

mundoFranquicia participará en el Franchise Innovation Summit 2025 was last modified:
octubre 6th, 2025 by mundoFranquicia

¿Te ha gustado el contenido? Valóralo y compártelo



Mar Calderón, directora de FRS Food Retail & Service, será moderadora en un evento que reunirá a los principales representantes del sector de la distribución y la franquicia.

El mundo de la franquicia tiene una cita clave el próximo 15 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid, donde se celebrará una nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS 2025)**. El encuentro, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), reunirá a los principales protagonistas del sector para debatir sobre las tendencias que marcarán el futuro del modelo de franquicia en España.

El congreso abrirá su programa con la mesa 'Franquiciar en supermercados: oportunidad real en mercados de proximidad', moderada por Mar Calderón Romero , directora de FRS Food Retail & Service , y con la participación de Carrefour Express Alcampo Eroski —a través de su director de Franquicia, Alberto Cañas — y Grupo Dia —por medio de Manoli Peña , de idéntico cargo—. A la introducción se sumará una **FIS** Talk de Carlos Azofra , editor de FRS Food Retail & Service y CEO de Infocap, que analizará las claves del canal de proximidad.

El evento continuará con una segunda mesa centrada en 'Marketing digital & branding en franquicias', en la que intervendrán Carolina Iguaz , CBO de Wanatop, y Javier Salas Soto , director de expansión del Grupo LmssLM. Tras la inauguración oficial, el bloque 'Retail de autor: franquiciando autenticidad' abordará casos de éxito de enseñas emergentes como Dulce Safari Grupo Ambiseint o Dan John , bajo la moderación de Alejandro Vesga, director de la revista Emprendedores

El programa se cerrará con el Foro Ciudades y Franquicia , moderado por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, que reunirá a representantes de los ayuntamientos de Palencia, Chiclana, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía, junto a BBVA, para debatir sobre la colaboración público-privada en el impulso al emprendimiento local.

Con un formato que combina charlas, mesas redondas y espacios de networking, el **FIS** Summit se consolida como uno de los foros de referencia para el sector, un punto de encuentro en el que se analizarán las oportunidades de crecimiento en un entorno de transformación, digitalización y nuevos hábitos de consumo.

Puedes solicitar tu pase de visitante 100% bonificado con el código RRSS**FIS25** aquí

ANUARIOS PAPEL

ÚLTIMAS NEWSLETTERS

DESCARGA EBOOKS

BLOGS

VIDEOS

RS

FRANCHISING A SERVICIO

FERIAS Y EVENTOS

Franchise Innovation Summit (FIS) arrancará el 15 de octubre con la participación de Carrefour, Dia, Eroski, Alcampo... y FRS

Mar Calderón, directora de FRS Food Retail & Service, será moderadora en un evento que reunirá a los principales representantes del sector de la distribución y la franquicia.

CS

FIS

Franchise Innovation Summit

15 - 16

Madrid

15 OCT 16 OCT

Franchising en supermercados. Oportunidades en el mercado de proximidad.

Carrefour

Alcampo

Eroski

FRS

Wanatop

Dulce Safari

Dan John

LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

1

Superficie **100%** Audiencia **4.773** Valoración **59€**

Los próximos 15 y 16 de octubre , el Riyadh Air Metropolitano será el escenario de Spazio Restauración News y su Summit: Marcas de restauración en expansión , el gran congreso de la restauración organizada dentro del **Franchise Innovation Summit (FIS)** . Un evento impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF)

Durante dos días, el encuentro reunirá a directivos y expertos del sector para compartir experiencias, estrategias y tendencias sobre cómo crecer, escalar y transformar las marcas de restauración en modelos más sólidos y rentables

SPAZIO Restauración News, aprender, inspirarse y conectar

El programa está diseñado para ofrecer una visión completa del crecimiento en restauración y franquicia: expansión, financiación, tecnología, talento, sostenibilidad e internacionalización . Todo bajo un enfoque práctico, pensado para quienes buscan convertir la ambición en resultados.

La jornada inaugural abordará las claves del crecimiento en el mercado español, con debates tales cómo preparar una marca para escalar o qué buscan los inversores a la hora de apostar por nuevos conceptos. También se analizarán los nuevos canales de negocio que están ganando terreno —desde el retail hasta las áreas de servicio o los espacios de conveniencia—, así como estrategias efectivas para atraer multifranquiciados y seleccionar ubicaciones rentables

Por la tarde, se abrirá el debate sobre cómo expandirse sin perder la esencia de marca , con casos reales de empresas que han sabido diversificar o consolidarse manteniendo identidad y control operativo.

El segundo día estará centrado en el papel de la tecnología y la gestión del talento como impulsores del crecimiento sostenible. Se hablará de digitalización aplicada a la expansión , herramientas de análisis y automatización, y cómo crear equipos capaces de sostener el ritmo de crecimiento de una red.

También habrá espacio para la internacionalización , la financiación y el control de KPIs , con ejemplos de cómo crecer con método y evitar errores comunes en la gestión de nuevas unidades.

A lo largo de ambas jornadas se celebrarán además varias sesiones de Elevator's Pitch , donde las marcas expositoras de la zona Spazio Restauración News dispondrán de ocho minutos para presentar sus propuestas de valor , explicar sus fortalezas y qué tipo de socios o ubicaciones buscan en su estrategia de expansión. Un formato dinámico que permitirá conocer de primera mano las oportunidades más atractivas del momento en restauración organizada.

El encuentro se cerrará con una mesa de tendencias que reunirá a destacados líderes de la restauración organizada para anticipar los grandes movimientos y oportunidades que marcarán 2026

Un punto de encuentro para marcas que quieren dar el salto

Spazio Restauración News está concebido como un espacio de referencia para directivos y marcas con ambición de crecimiento , que buscan inspiración, contactos estratégicos y aprendizaje práctico. Su celebración en el Riyadh Air Metropolitano , nuevo nombre del estadio madrileño del Atlético de Madrid, subraya el carácter innovador y el alcance nacional del evento.

La asistencia es gratuita previa inscripción a través de la web del **Franchise Innovation Summit (FIS)** , aplicando el código SPAZIORN

¡Inscríbete aquí para asistir y no olvides el código SPAZIORN!



Spazio Restauración News: los mejores contenidos para marcas de restauración en expansión en FIS 2025

Los próximos 15 y 16 de octubre de 2025, se celebrará en el marco de la segunda edición de **Franchise Innovation Summit** (FIS), el congreso de referencia para las marcas de restauración que buscan crecer en modelo franquicia: SPAZIO Restauración News. Durante dos intensas jornadas, el evento reunirá a directivos de las principales cadenas de restauración organizada, inversores, consultores y proveedores estratégicos para analizar las principales claves de una de las columnas vertebrales de nuestra economía, como es el sector de la hostelería y la restauración.



Raúl Calleja,
director de
FIS, durante la
edición de 2024.
Imagen: FIS

Por poner algunos ejemplos de cómo se desarrollarán las jornadas, el primer día arrancará con la apertura institucional a cargo de la Asociación Española de la Franquicia (AEF), para continuar analizando datos sectoriales de la mano de Circana, que, como siempre, ofrecerán una radiografía actualizada del sector. A continuación, se celebrarán varias mesas redondas que abordarán diversas temáticas: fortalezas, debilidades y retos de la restauración en España, la escalabilidad de las marcas, el papel del capital privado o las oportunidades en nuevos canales de venta. La mañana concluirá con el primer bloque de Elevator's Pitch, donde las marcas participantes presentarán sus cada uno de sus conceptos en un formato ágil y ameno.

Por la tarde, el foco estará en el crecimiento estratégico dentro del sector, con un caso práctico sobre captación de multifranquiciados, una mesa sobre expansión multienseñas y una charla dedicada a la optimización de locales y licencias. El segundo bloque de Elevator's Pitch pondrá el broche final a la jornada.

UNA SEGUNDA JORNADA CON FOCO EN LA INNOVACIÓN

Por su parte, el día 16 girará en torno a la innovación y la tecnología en restauración. Comenzará con una ponencia sobre gastronomía digital, a la que seguirá una mesa de debate dedicada a la aplicación de tecnología en la expansión de las marcas, e internacionalización y un nuevo bloque de Elevator's Pitch. También se tratarán temas clave como la medición de KPIs para escalar con control y la financiación en hostelería, además de una entrevista centrada en la mejora de márgenes en negocios de restauración organizada.

La tarde otorgará un mayor protagonismo al capital humano de las marcas de restauración, con una mesa sobre estrategias para la atracción de talento, seguida del último bloque de Elevator's Pitch y una mesa de cierre en la que se reflexionará sobre tendencias y oportunidades del sector de cara al año 2026. El evento concluirá con el reconocimiento a los Embajadores FIS2025.

Si quieres descubrir el evento que transforma la franquicia y unirte al hub de restauración de FIS 2025, solicita tu pase de visitante 100% bonificado con el código SPAZIORN en este código QR. ■



Superficie 1.00% Audiencia 9.872 Valoración 538€

Generation Manager de Mapal, quien fue entrevistada por Clara Román, redactora de Restauración News. En su entrevista, Gema Ruiz puso en valor el papel clave de la tecnología en la transformación de la gestión de personas en hostelería. “Uno de los grandes retos sigue siendo atraer y fidelizar talento”, explicó, haciendo referencia a problemáticas como la alta rotación o la falta de compromiso de candidatos, que en ocasiones no llegan a incorporarse a los puestos, pese a haber pasado el proceso de selección. En este contexto, Mapal ofrece un ecosistema digital que integra herramientas para la formación, el compromiso y la operativa diaria desde una sola plataforma. “Facilitamos un onboarding más ágil y la posibilidad de visualizar una carrera profesional dentro de la empresa, con planes formativos claros y trazables”, apuntó Gema Ruiz. Además, con funcionalidades como los reconocimientos entre compañeros o managers, “logramos aumentar la motivación y el sentimiento de pertenencia del equipo”.

¿CÓMO ME AYUDÁIS A CRECER?

Lo siguiente fue la primera mesa redonda de la jornada, centrada en el crecimiento y la expansión de las marcas de restauración. Estuvo moderada por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News y en ella participaron: Raúl Calleja, director de FIS 2025; Pablo Gutiérrez, socio director general de Operaciones de mundoFranquicia; Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias; Eduardo Abadía, director ejecutivo de AEF (Asociación Española de la Franquicia).

Todos ellos compartieron su expertise en franquicias y ayudando a marcas de restauración a hacer crecer su negocio. Uno de los puntos más debatidos fue el cambio en los perfiles de los franquiciados. Tras el Covid, se observa una mayor exigencia en cuanto a información, viabilidad y soporte. “Ya no vale con tener una buena marca. El candidato lo estudia todo: márgenes, inversión, plan de negocio...”, apuntó Pablo Gutiérrez. Por otro lado, acerca de los errores más comunes, los ponentes coincidieron en uno: pensar a corto plazo. “Hay marcas que se lanzan a franquiciar sin tener ni un manual, ni una política de formación, ni una estructura de soporte. Eso es suicida”, afirmó Salvador. La selección del perfil adecuado, las zonas estratégicas y el acompañamiento constante al franquiciado fueron elementos recurrentes como factores de éxito.

ACRELEC Y CÓMO LA TECNOLOGÍA PUEDE SUMAR A TU NEGOCIO

El siguiente en tomar la palabra fue Eduardo Domínguez, Head of Sales de Acrelec para España e Italia, quien abordó cómo la tecnología puede convertirse en un verdadero valor añadido tanto para la marca como para el cliente final.

Bajo el título “Tecnología que suma”, expuso un enfoque integral para digitalizar los restaurantes, basado en cinco categorías de soluciones: vender, promocionar, analizar, preparar y entregar. “La clave está en entender la tecnología como una palanca para vender más, optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente”, afirmó. Desde kioscos hasta menús digitales, pasando por monitores de cocina o sistemas de entrega en mesa, el ponente insistió en que todas las piezas deben estar integradas bajo una misma visión operativa.

CEGID-REVO Y LA TECNOLOGÍA COMO PAPEL ESTRATÉGICO EN EL SECTOR

A continuación, subió al escenario Diego Ramos, consultor de negocio corporate de Cegid Revo, quien fue entrevistado por Ana I. García,



EL PAÍS

El evento del año para las empresas franquiciadoras vuelve a Madrid para convocar a más de 120 marcas en expansión y unos 3.000 emprendedores

El **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, reaparece en el estadio Riyadh Air Metropolitano el 15 y 16 de octubre. Desde Show2Be llevan más de 20 años en el sector de la creación y organización de ferias basadas en entornos en los que se promueve la interacción y el **_networking_**, para cumplir con los objetivos que los clientes requieren. La empresa organiza este año el encuentro del año dentro del sector de las franquicias. En este: las empresas van a poder presentar sus modelos de negocio; van a poder expandir sus conocimientos sobre emprendimiento y nuevas tecnologías de **_retail_** y colaborar e interactuar mediante foros de diálogo entre emprendedores y franquicias con el objetivo de potenciar su desarrollo. Raúl Calleja, fundador de Show2Be expresa que **FIS** es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor o empresario que busque conectar con marcas consolidadas. ¿Qué busca este evento y por qué es tan importante para las empresas? El evento lo promueve la AEF, siendo un punto de encuentro de referencia en la generación de oportunidades para la expansión de las empresas. La presidenta de la AEF, Luisa Masuet destaca que: “**FIS** 2025 reunirá a franquiciados, empresarios, inversores y multifranquiciados de muy alto nivel”. Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, señala: “**FIS** 2025 es el gran acontecimiento del sector, donde desde la AEF construimos un instrumento que conecta emprendedores, inversores o CEOs” Show2Be ofrece un producto muy potente por ser diferencial en realizar plataformas y ecosistemas feriales a medida; producir contenidos relevantes y de valor y tener una comunicación 360º durante todos los días del año y adaptada a una nueva generación de canales. El **FIS** de este año tiene lugar en la semana de la franquicia, que tiene lugar entre el 13 y el 19 de octubre, por lo que es uno de los grandes motivos por los cuales un banco del calibre de BBVA es el patrocinador principal. M.ª Eugenia López, responsable de negocios especializados de BBVA, informa del motivo por el que vuelven a ser patrocinadores principales del evento: “Nuestra entidad financiera, un año más, apuesta por **FIS** como instrumento para seguir impulsando la actividad emprendedora”. Un congreso con más de 60 ponentes El evento cuenta con un **_summit_** en el que participarán multitud de expertos en el sector de la franquicia, que podrán aportar ideas y recomendar consejos para los asistentes. Durante **FIS** 2025, numerosos directivos y fundadores de franquicias que se han convertido en grandes empresas en sus respectivos sectores. Las ponencias están repartidas a partir del ámbito al que pertenece cada empresa: desde supermercados, en el que hablará Juan Morales, director de franquicias de Alcampo; hasta marcas que crecen en ciudades pequeñas, charla en la que contará su experiencia Alberto Campo, director de expansión de **_Brooklyn Fitboxing_**.



El **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, reaparece en el estadio Riyadh Air Metropolitano el 15 y 16 de octubre.

Desde Show2Be llevan más de 20 años en el sector de la creación y organización de ferias basadas en entornos en los que se promueve la interacción y el networking, para cumplir con los objetivos que los clientes requieren. La empresa organiza este año el encuentro del año dentro del sector de las franquicias. En este: las empresas van a poder presentar sus modelos de negocio; van a poder expandir sus conocimientos sobre emprendimiento y nuevas tecnologías de retail; y colaborar e interactuar mediante foros de diálogo entre emprendedores y franquicias con el objetivo de potenciar su desarrollo. Raúl Calleja, fundador de Show2Be expresa que **FIS** es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor o empresario que busque conectar con marcas consolidadas. ¿Qué busca este evento y por qué es tan importante para las empresas? El evento lo promueve la AEF, siendo un punto de encuentro de referencia en la generación de oportunidades para la expansión de las empresas. La presidenta de la AEF, Luisa Masuet destaca que: “**FIS** 2025 reunirá a franquiciados, empresarios, inversores y multifranquiciados de muy alto nivel”. Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, señala: “**FIS** 2025 es el gran acontecimiento del sector, donde desde la AEF construimos un instrumento que conecta emprendedores, inversores o CEOs”. Show2Be ofrece un producto muy potente por ser diferencial en realizar plataformas y ecosistemas feriales a medida; producir contenidos relevantes y de valor y tener una comunicación 360° durante todos los días del año y adaptada a una nueva generación de canales. El **FIS** de este año tiene lugar en la semana de la franquicia, que tiene lugar entre el 13 y el 19 de octubre, por lo que es uno de los grandes motivos por los cuales un banco del calibre de BBVA es el patrocinador principal. M.ª Eugenia López, responsable de negocios especializados de BBVA, informa del motivo por el que vuelven a ser patrocinadores principales del evento: “Nuestra entidad financiera, un año más, apuesta por **FIS** como instrumento para seguir impulsando la actividad emprendedora”. Un congreso con más de 60 ponentes. El evento cuenta con un summit en el que participarán multitud de expertos en el sector de la franquicia, que podrán aportar ideas y recomendar consejos para los asistentes. Durante **FIS** 2025, numerosos directivos y fundadores de franquicias que se han convertido en grandes empresas en sus respectivos sectores. Las ponencias están repartidas a partir del ámbito al que pertenece cada empresa: desde supermercados, en el que hablará Juan Morales, director de franquicias de Alcampo; hasta marcas que crecen en ciudades pequeñas, charla en la que contará su experiencia Alberto Campo, director de expansión de Brooklyn Fitboxing.

Superficie 100% Audiencia 323 Valoración 12€

El líder mundial del fitness participará activamente en la II edición de este gran encuentro del ecosistema de la franquicia, que se celebrará los próximos días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Anytime Fitness contará con stand propio (B222), presencia institucional en una mesa redonda sobre tendencias del sector y actividades destacadas el día previo al evento, en el marco de la Semana de la Franquicia, que le llevará a dinamizar un Group Training con decenas de personas en las instalaciones del Atlético de Madrid.

Anytime Fitness Iberia, la cadena de fitness líder en el mundo, refuerza su posición de referencia global participando en la segunda edición del **Franchise Innovation Summit (FIS 2025)**, el gran punto de encuentro del ecosistema de la franquicia que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

La marca participará con un completo programa de actividades que combina innovación, networking, formación y experiencia directa de marca. Además de disponer de stand propio (B222), donde estará presente buena parte del equipo de Anytime Fitness Iberia, la enseña participará en una mesa redonda sectorial y en dos actividades clave programadas para la jornada previa del 14 de octubre, enmarcadas en la Semana de la Franquicia del **FIS 2025**: la campaña de visibilidad **FRANQUITOUR** y una sesión de Group Training en el propio estadio, abierta a más de un centenar de asistentes y dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness.

El objetivo de la participación de Anytime Fitness en **FIS 2025** es acercar su modelo de éxito a emprendedores, inversores y profesionales del sector, mostrando por qué la marca -con más de 5.600 clubes en 30 países y más de 5 millones de socios en todo el mundo- es líder global en la unión de fitness, salud y tecnología y una de las franquicias más reconocidas y premiadas del planeta.

Durante las dos jornadas del evento, los visitantes podrán conocer en el stand B222 todas las claves del modelo Anytime Fitness y concertar reuniones personalizadas con miembros del equipo de la franquicia. Estarán presentes Alexis Sekulits y Francisco Gomis, del área de Expansión y Real Estate, así como Enrique Iranzo y Gema Boiza, directores de Operaciones y de Marketing y Comunicación, respectivamente.

Para quienes deseen asistir al **FIS**, Anytime Fitness ofrece acceso gratuito al evento con el código de invitación **FIS25ANYTIMEFITNESS**, que permite registrarse directamente y agendar reuniones con el equipo a través de la plataforma oficial del congreso, **FIS&MEET**.

Esta participación refuerza la posición de Anytime Fitness Iberia como marca referente en innovación, bienestar integral y expansión sostenible, y se enmarca en su estrategia de crecimiento, que le llevará a superar los 50 clubes en España antes de finalizar 2025, consolidando su liderazgo en un mercado en plena transformación.

Nuevas alianzas y una presencia activa en el **FIS**

El **Franchise Innovation Summit** reunirá durante dos jornadas a las principales marcas, consultoras, inversores y emprendedores del ecosistema de la franquicia. En este escenario, Anytime Fitness Iberia quiere compartir su experiencia de éxito como cadena que ha revolucionado el sector del fitness uniendo entrenamiento personalizado, tecnología avanzada y cercanía humana.

“**FIS 2025** es una oportunidad para mostrar por qué nuestro modelo de franquicia sigue creciendo con tanta fuerza en España y en todo el mundo. Queremos que quienes nos visiten entiendan que Anytime Fitness es mucho más que un gimnasio. Es un espacio donde ayudamos a las personas a mejorar su vida, acompañándolas con tecnología, metodología y proximidad”, afirma Tim Devereaux, director general de Anytime Fitness Iberia.

El stand B222, el corazón de la propuesta Anytime Fitness

Durante los días 15 y 16 de octubre, el stand B222 será el punto de encuentro de inversores, emprendedores y profesionales que buscan nuevas oportunidades de negocio en el ámbito del fitness y de la franquicia. Allí, el equipo de Anytime Fitness Iberia presentará las ventajas diferenciales del modelo:

Acceso de 365 días en todos los clubes del mundo.Smart Coaching Ecosystem: planes de entrenamiento 100% personalizados, adaptados a las exigencias y necesidades de cada socio.Tecnología aplicada al bienestarExperiencia global y acompañamiento constante al franquiciado.Rentabilidad sostenida y fidelización de socios

“Nuestro objetivo en el **FIS** es dar a conocer la fortaleza del modelo Anytime Fitness a quienes buscan una franquicia rentable, escalable y humana. Queremos inspirar a nuevos inversores y demostrar que el fitness y la salud son hoy uno de los sectores con mayor proyección”, subraya Enrique Iranzo, director de Operaciones de Anytime Fitness Iberia, quien participará además como ponente en una de las sesiones clave del congreso.

Liderazgo en el fitness

El jueves 16 de octubre, entre las 11:30 h y las 12:55 h, el Main Auditorium del Riyadh Air Metropolitano acogerá la mesa redonda titulada “Tendencias, dinámicas del mercado, movimientos inversores y claves de crecimiento en el sector de las franquicias de fitness”, organizada y moderada por Manel Valcarce, CEO de Valgo.

Enrique Iranzo, director de Operaciones de Anytime Fitness Iberia, representará a la marca y compartirá mesa con directivos de Bhout, Energie Fitness, L'Orange Bleue, TRIB3/PILAT3S, Zenergie Body and Soul y NILFIT, en un debate que abordará los desafíos y oportunidades de la industria del fitness en el contexto actual.

“El futuro del fitness pasa por integrar salud y tecnología sin dejar de acompañar a las personas que quieren, a través del fitness, mejorar su estilo de vida y bienestar. En Anytime Fitness trabajamos con un modelo que pone a nuestros socios en el centro, apoyado en la innovación y la atención cercana. Queremos compartir esa visión en **FIS 2025**”, explica Iranzo.

Franquitour y flagship Imperial

El día previo al inicio del congreso, el 14 de octubre, Anytime Fitness participará además en **FRANQUITOUR**, una iniciativa incluida en la Semana de la Franquicia del **FIS 2025** que tiene como objetivo dar visibilidad y reconocimiento a las “flagship stores” de las marcas participantes.

Gracias a esta acción, el club Anytime Fitness Imperial -el primer club corporativo de la marca en Madrid- formará parte del mapa exclusivo de establecimientos de referencia que recogerá los espacios más innovadores e inspiradores de cada enseña.

A través de un servicio lanzadera organizado por **FIS** desde el Estadio Riyadh Air Metropolitano, los visitantes profesionales podrán desplazarse para conocer de primera mano la experiencia Anytime Fitness en Anytime Fitness Imperial, cuya apertura está prevista para finales de este año.

Entre esos visitantes habrá emprendedores interesados en unirse a Anytime Fitness como franquiciados, e inversores en busca de modelos consolidados y rentables, además de profesionales del sector fitness que deseen conocer la metodología de trabajo y la integración tecnológica de la marca.

“Queremos explicar a quienes nos visiten cómo es la experiencia Anytime Fitness y cómo la viven nuestros socios cada día: un entorno sin masificación, accesible, con atención personalizada y tecnología que impulsa resultados reales”, comenta Gema Boiza, directora de Marketing y Comunicación de Anytime Fitness Iberia.

Group Training: una marea morada en el Metropolitano



Murcia.com • Región de Murcia • Empresa 08/10/2025

Anytime Fitness refuerza su liderazgo participando en el Franchise Innovation Summit 2025

Fuente: Agencias



Comentar



El líder mundial del fitness participará activamente en la II edición de este gran encuentro del ecosistema de la franquicia, que se celebrará los próximos días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Anytime Fitness contará con stand propio (B222), presencia institucional en una mesa redonda sobre tendencias del sector y actividades destacadas el día previo al evento, en el marco de la Semana de la Franquicia, que le llevará a dinamizar un Group Training con decenas de personas en las instalaciones del Atlético de Madrid.

Anytime Fitness Iberia, la cadena de fitness líder en el mundo, refuerza su posición de referencia global participando en la segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS 2025), el gran punto de encuentro del ecosistema de la franquicia que

También el 14 de octubre por la tarde, Anytime Fitness dinamizará un Group Training en las instalaciones del Estadio Riyadh Air Metropolitano, donde cerca de 100 personas disfrutarán de una hora de entrenamiento colectivo dirigido por dos entrenadores de Anytime Fitness Iberia.

Esta sesión está concebida como una experiencia abierta a todos los asistentes del FIS, para vivir en primera persona el espíritu de comunidad que caracteriza a la marca.

Durante la actividad, los participantes recibirán una bolsa y una camiseta corporativa para formar una gran “marea morada”, color distintivo de Anytime Fitness en todo el mundo.

“Nuestra comunidad es nuestra fuerza. Queremos contagiar esa energía positiva que nos caracteriza y hacer que cada persona sienta el valor de moverse juntos, de cuidar su salud y de formar parte de algo más grande”, apunta Iranzo.

Una marca que sigue creciendo

La participación en el Franchise Innovation Summit 2025 coincide con un momento especialmente relevante para Anytime Fitness Iberia, que superará los 50 clubes en España antes de finalizar el año, alcanzando los 53 clubes operativos y superando los 50.000 socios activos.

Este crecimiento sostenido se apoya en un modelo de negocio sólido, con clubes abiertos los 365 días del año, con una atención personalizada, una tecnología de vanguardia y un acompañamiento continuo a los franquiciados, staff y socios.

“Nuestro compromiso es seguir creciendo sin perder nuestra esencia: cercanía, personalización y tecnología al servicio del bienestar.

Participar en el FIS es la mejor manera de compartir nuestra visión y de conectar con quienes quieren formar parte de esta historia de éxito”, concluye Tim Devereaux, director general de Anytime Fitness Iberia.

Proyección y futuro

Anytime Fitness Iberia afronta el cierre de 2025 con una hoja de ruta clara: seguir liderando el mercado del fitness a través de la innovación, el acompañamiento y el bienestar integral.

La marca continúa atrayendo a nuevos inversores y franquiciados —muchos de ellos actuales propietarios que deciden abrir su segundo o tercer club—, demostrando la solidez y escalabilidad de su modelo.

Su presencia en FIS 2025 reafirma su compromiso con el desarrollo del ecosistema de la franquicia y con un propósito común: ayudar a más personas a mejorar su vida a través del deporte, la tecnología y la comunidad.

Compartir: Por Claudio M. Novoa Una semana para que el Franchise Innovation Summit (FIS) se convierta en el epicentro de la franquicia.

Promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y con el patrocinio principal de BBVA, se celebrará el 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano, Madrid.

Hablamos de un encuentro único en el panorama de la franquicia donde se conjuga una potente oferta expositora con un completo programa de actividades.

FIS: Ponencias, talleres, mesas redondas...

Desde FIS acaban de anunciar un programa de los más inspirador, que puedes consultar aquí , con más de 90 ponentes y expertos de primer nivel.

Toda la gente que acuda a estas actividades descubrirá, en primera persona, los conceptos que están funcionando en la actualidad, las tendencias que están marcando el paso en franquicia, dónde están invirtiendo los fondos o qué quiere el nuevo consumidor. Información, en definitiva, muy valiosa para retailers, emprendedores, franquiciadores e inversores.

Pero no finaliza aquí la propuesta del FIS, que también presenta novedades como el FISkathon, donde talento joven y marcas trabajan juntos para innovar, a lo que sumamos, a lo largo de las dos jornadas, un networking de calidad.

Emprendedores se suma a una iniciativa única

Desde Emprendedores estamos colaborando de forma activa en las dos jornadas del Franchise Innovation Summit. En este sentido, daremos una amplia cobertura al al encuentro y moderaremos tres mesas redondas:

Miércoles 15 de octubre

“Retail de autor: franquiciando autenticidad. Casos de éxito”

Sector: Retail & tiendas especializadas

Hora: 12.30h

Ubicación: Main Auditorium

Jueves 16 de octubre

“Franquicias Inmobiliarias: marca, datos y experiencia como ventaja competitiva”

Sector: Inmobiliario

Hora: 10.00h

Ubicación: Main Auditorium

Jueves 16 de octubre

Título: “Franquiciar el bienestar: modelos innovadores en estética, salud y belleza”

Sector: Salud, Belleza y Estética.

Hora: 10.45h

Ubicación: Main Auditorium

Desde ya te animamos a que te sumes a este punto de encuentro clave para descubrir dónde invertir, cómo crecer y qué sectores están liderando la transformación del retail en franquicia.

Para ello, compartimos este código de invitación: FIS25EMPRENDEDORES

Aquí tienes el enlace de registro donde introducir el código para que sea 100% bonificado.

Te esperamos en FIS2025, que espera reunir a 3.000 asistentes y más de 120 marcas que están en plena expansión, como nos contaba su director, Raúl Calleja, en esta entrevista donde conocerás más detalles de una iniciativa que también busca «consolidarse como un puente natural entre Europa e Iberoamérica».

Por

Claudio M. Novoa

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



Superficie **100%** Audiencia **655** Valoración **65€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Puedes ver la noticia original en <https://comunicae.es/notas-de-prensa/ambiseint-inspira-el-espiritu-emprendedor-en>



Notas de prensa

powered by

Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Publicada en Madrid el 08/10/2025 14:13:43 en Nacional, Franquicias, Marketing, Madrid, Emprendedores, Actualidad Empresarial



transformando F&S 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea *Ricco Ambiscchi* que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenace a la familia olfativa *Orton Amaderada* y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas,

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Al Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025
Además de su participación como expositor, Ambiscent será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025 Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

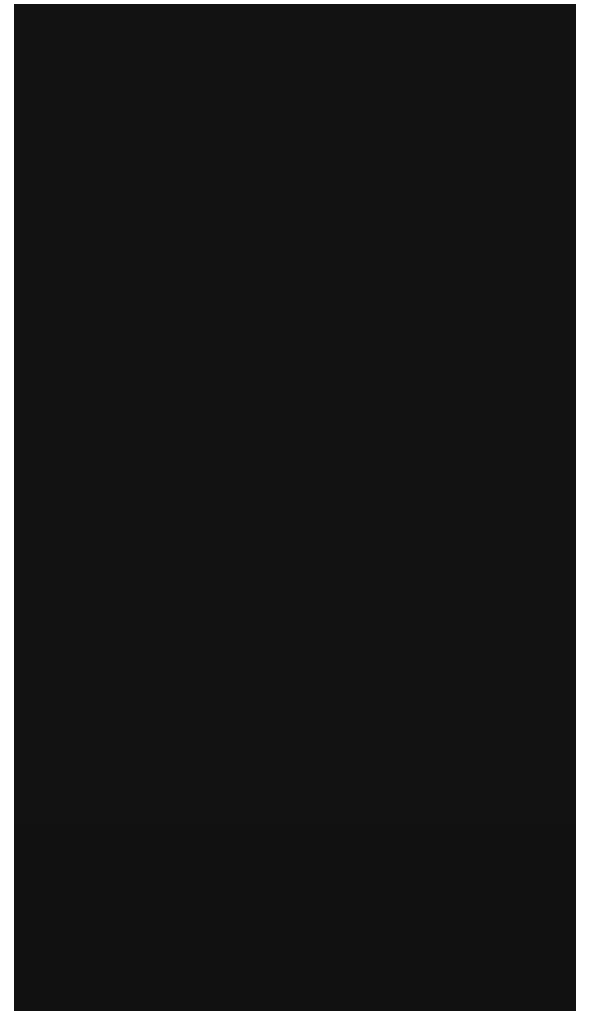
Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.





Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento
Comunicae
08-10-2025

Superficie 100% Audiencia 1.161 Valoración 29€

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible



La empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, Ambiseint, sigue avanzando en su expansión tanto a nivel nacional como internacional.

Su próxima participación en el **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid, es un paso más en su estrategia de crecimiento. Este evento, clave en el sector de las franquicias, servirá para captar nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible y rentabilidad.

Ambiseint no solo estará presente como expositor, sino que también se encargará de la ambientación olfativa integral del evento. Con este propósito, la compañía ha diseñado dos aromas exclusivos para **FIS** 2025. El primero, denominado «Emprendimiento», pertenece a la línea Niche de Ambiseint y simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Esta fragancia, de la familia olfativa Oriental Amaderada, combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa, davana, madera de oud, ámbar blanco, romero, cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante y sofisticado destinado a inspirar y favorecer el networking en un entorno donde convergen marcas consolidadas, emprendedores e inversores. Por otro lado, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Con más de 105 zonas de servicio repartidas en tres continentes y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, Ambiseint se consolida como una de las franquicias más atractivas del sector. Su modelo de negocio, que no requiere de local comercial ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con una baja inversión y una alta rentabilidad. Esto la convierte en una opción ideal para aquellos emprendedores que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales.

Fernando Castillo, CEO de Ambiseint, destaca la importancia de participar en eventos como **FIS**: «Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales». Esta participación forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

La compañía ha sido reconocida con numerosos premios, entre los que destaca el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Este reconocimiento refuerza su posición como referente en el sector y consolida su apuesta por la innovación y la sostenibilidad.

Ambiseint sigue avanzando en su compromiso con el crecimiento conjunto y sostenible, reforzando su presencia en ferias clave como **FIS** y consolidando su red de franquicias tanto en España como a nivel internacional.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Ambiseint, líder en marketing olfativo y ambientación profesional, profundiza su expansión global al confirmar su participación en el **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025. Este evento, considerado crucial en el sector de las franquicias, se llevará a cabo en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid los días 15 y 16 de octubre y servirá como plataforma para atraer nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible.

La presencia de Ambiseint en el **FIS** no solo se dará a través de su stand, sino también mediante la ambientación olfativa integral del evento. Para ello, la compañía ha creado dos fragancias únicas. La primera, llamada «Emprendimiento» y perteneciente a la línea Niche de la empresa, busca encarnar la confianza, la ambición y la conexión humana esenciales para el desarrollo empresarial. Con su perfil olfativo de la familia Oriental Amaderada, que incluye notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa, davana, y madera de oud, entre otras, este aroma está diseñado para fomentar el networking en un entorno de negocios.

Además, las áreas dedicadas al nuevo Hub de franquicias del canal Horeca estarán enriquecidas con fragancias de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery y Coffee, pensadas para despertar el apetito sensorial y fomentar un ambiente de confort y confianza.

Con más de 105 zonas de servicio en tres continentes y una cartera de más de 150.000 clientes activos, Ambiseint se presenta como una franquicia atractiva para emprendedores, gracias a un modelo de negocio que permite operar sin necesidad de local comercial y con estructuras simples, garantizando así una baja inversión y alta rentabilidad. Esta característica la posiciona como una opción ideal para aquellos que buscan un modelo probado y escalable con resultados tangibles.

Fernando Castillo, CEO de Ambiseint, subraya la relevancia de participar en el **FIS**, destacando cómo este evento refleja el espíritu emprendedor característico de la empresa. La presencia de Ambiseint en el Summit forma parte de una estrategia más amplia de expansión global y refuerzo de marca, enfocada en el éxito conjunto con sus franquiciados.

La compañía ha acumulado múltiples reconocimientos, incluido el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Este galardón confirma su enfoque innovador y sostenible, consolidando su posición de liderazgo en el sector.

Ambiseint sigue comprometida con un crecimiento conjunto y sostenible, reforzando su presencia en los principales eventos del sector y expandiendo su red de franquicias tanto en España como internacionalmente.

Noticias Madrid

Actualidad y últimas noticias de Madrid y mucho más.

Noticias.Madrid

DIARIO DE LA PROVINCIA

Ambiseint Potencia el Espíritu Emprendedor en el Franchise Innovation Summit 2025 con su Aroma de Innovación

Actualidad Por: Noticias 8 de octubre 10:47 AM © 2 minutos de le

Ambiseint, líder en marketing olfativo y ambientación profesional, profundiza su expansión global al confirmar su participación en el Franchise Innovation Summit (FIS) 2025. Este evento, considerado crucial en el sector de las franquicias, se llevará a cabo en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid los días 15 y 16 de octubre y servirá como plataforma

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

08 oct, 2025
Act. a las 14:13
| Comunicae

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025 Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible
Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025
Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.
El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo
Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados. FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint
Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.
Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Comunicados

Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento

Comunicados · 08/10/2025

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

A+ Augmentar text A- Disminuir text



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible. Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025. Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión. El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo. Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados. FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint. Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Comunicados - 08/10/2025 La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025 Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **396** Valoración **11€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y **soFIS**tificado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

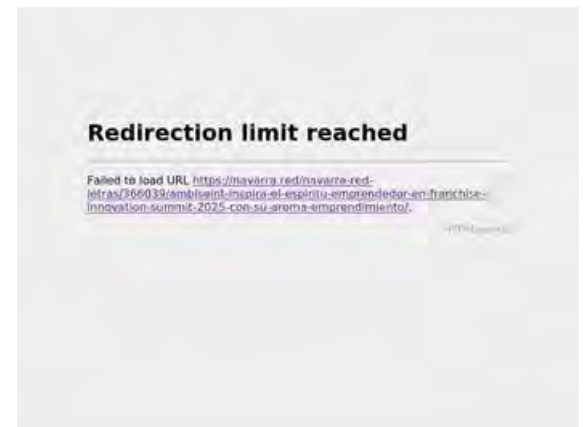
FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como **FIS** forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

¿Cansado de leer? Haz click y te la leemos nosotros

Redacción

Stick Noticias Notas de prensa

Publicado: 08/10/2025 ·

Actualizado: 08/10/2025 · 14:13

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y soFISTicado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

TE RECOMENDAMOS

Fíjate bien en tus dedos

Esto es lo que dice la longitud de tus dedos sobre tu estado de salud

La historia de New World

¿Está a la altura New World del estándar de los MMORPGs actuales?

El secreto del dedo pulgar

Esta es la verdad que esconde el tamaño y la forma de tu dedo pulgar

10 alimentos a evitar

Limitar su ingesta puede prevenir y aliviar los síntomas de artritis

DISCOVER WITH

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



Selecciona el periódico...

Berriozar info

Estella Digital

Euskadi Noticias

Navarra Norte

Navarra Red

Navarra Sur

Pamplona Actual

Pamplona Televisión

Rioja Actual

Sarriguren Web

Stick Noticias

Zizur Ardoi

Selecciona el periódico...

Berriozar info

Estella Digital

Euskadi Noticias

Navarra Norte

Navarra Red

Navarra Sur

Pamplona Actual

Pamplona Televisión

Rioja Actual

Sarriguren Web

Stick Noticias

Zizur Ardoi



Acepto los términos de uso y la política de privacidad
Inscribirme
Gracias por inscribirte en el boletín de noticias.
En las próximas horas recibirás el primer boletín en su email.
Ha habido algún problema con la inscripción.
por favor, vuelve a intentarlo en un momento
El email que ha introducido no es válido.
Por favor, vuelve a intentarlo

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN





Superficie 100% Audiencia 10.335 Valoración 288€

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



Superficie 100% Audiencia 22 Valoración 1€

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

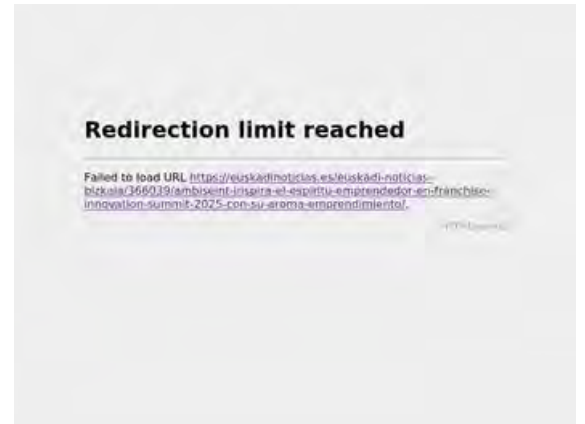
FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenecce a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

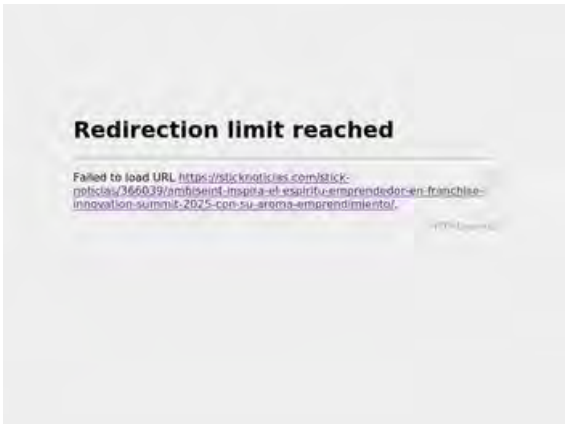
FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



Superficie **100%** Audiencia **35** Valoración **1€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

ÚNETE A NUESTRO BOLETÍN



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **1.133** Valoración **31€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como **FIS** forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie 100% Audiencia 1.377 Valoración 137€

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico

Ir a la fuente

Author:



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible. Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025. Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo. Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados. FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint. Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **1.886** Valoración **141€**

Las dos marcas francesas de Fournier Redes, participarán este otoño en los principales encuentros del sector de la franquicia en España

Mobalpa y SoCoo'c continúan su estrategia de crecimiento en España y estarán presentes este otoño en dos de las citas más relevantes para el sector de la franquicia: FranquiShop y el Franchise Innovation Summit (FIS).

El recorrido comienza con FranquiShop, un formato de encuentros rápidos que permite a los emprendedores concertar citas personalizadas con las marcas que más les interesan.

Ambas marcas participarán en las próximas ediciones de Barcelona (8 de octubre) y Madrid (6 de noviembre), ofreciendo a los asistentes la oportunidad de conocer de primera mano su modelo de negocio, la rentabilidad de sus franquicias y el acompañamiento que brindan a los futuros franquiciados.

Posteriormente, participarán también en **Franchise Innovation Summit (FIS)**, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el recinto ferial Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Un evento que reúne a las principales marcas del sector y que pone el foco en la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de modelos de franquicia sólidos. Tanto Mobalpa como SoCoo'c estarán presentes en el stand C230, donde los interesados podrán descubrir cómo unirse a dos marcas consolidadas en el mercado europeo del mueble, la cocina y la decoración.

Con presencia internacional y un modelo de negocio rentable, Mobalpa y SoCoo'c representan dos propuestas complementarias dentro del universo de las franquicias del hogar: la primera con un enfoque premium y de diseño integral, y la segunda con una propuesta joven, dinámica y competitiva en el segmento de cocinas.

Con su participación en FranquiShop y en **Franchise Innovation Summit**, Fournier Redes España reafirma su apuesta por el crecimiento y la consolidación de sus marcas en el mercado nacional. Estas citas clave del sector representan una oportunidad para seguir impulsando la expansión de Mobalpa y SoCoo'c en España, fortalecer su red de franquicias y atraer a nuevos emprendedores que quieran formar parte del desarrollo de dos enseñas con una sólida proyección internacional dentro del ámbito del hogar y la decoración.

Mobalpa y SoCoo'c participan en FranquiShop y FIS 2025 was last modified: octubre 8th, 2025 by mundoFranquicia

¿Te ha gustado el contenido? Valóralo y compártelo



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **228** Valoración **6€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y so **FIS**ticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como **FIS** forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Valora este artículo. Gracias!!



Personalizar las preferencias de consentimiento We use cookies to help you navigate efficiently and perform certain functions.

You will find detailed information about all cookies under each consent category below.

The cookies that are categorized as "Necessary" are stored on your browser as they are essential for enabling the basic functionalities of the site. ...

Siempre activo

Necessary cookies are required to enable the basic features of this site, such as providing secure log-in or adjusting your consent preferences. These cookies do not store any personally identifiable data.

Functional cookies help perform certain functionalities like sharing the content of the website on social media platforms, collecting feedback, and other third-party features.

Analytical cookies are used to understand how visitors interact with the website. These cookies help provide information on metrics such as the number of visitors, bounce rate, traffic source, etc.

Performance cookies are used to understand and analyze the key performance indexes of the website which helps in delivering a better user experience for the visitors.

Advertisement cookies are used to provide visitors with customized advertisements based on the pages you visited previously and to analyze the effectiveness of the ad campaigns.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y so**FIS**ticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como **FIS** forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



8 de octubre de 2025 La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Valora este artículo. Gracias!



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Powered by WPeMatico



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible. Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025. Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo. Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados. FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint. Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie 100% Audiencia 323 Valoración 9€

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie 100% Audiencia 95 Valoración 3€

Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Uso de cookies: utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios mediante el análisis de sus hábitos de navegación. Si continúa navegando, consideramos que acepta su uso. Puede obtener más información, o bien conocer cómo cambiar la configuración, en nuestra [Política de cookies](#)

Aceptar

Ambiseint inspira el espíritu emprendedor en Franchise Innovation Summit 2025 con su aroma Emprendimiento

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

2025-10-08

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Personalizar las preferencias de consentimiento Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones.

Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Las cookies necesarias son cruciales para las funciones básicas del sitio web y el sitio web no funcionará de la forma prevista sin ellas. Estas cookies no almacenan ningún dato de identificación personal.

Las cookies funcionales ayudan a realizar ciertas funcionalidades, como compartir el contenido del sitio web en plataformas de redes sociales, recopilar comentarios y otras características de terceros.

Las cookies analíticas se utilizan para comprender cómo interactúan los visitantes con el sitio web. Estas cookies ayudan a proporcionar información sobre métricas el número de visitantes, el porcentaje de rebote, la fuente de tráfico, etc.

Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.

Ir a la fuente

Author:



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **1.437** Valoración **34€**

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025 Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa Ambiseint, reconocida líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, está dando un paso significativo en su expansión global con su participación en el Franchise Innovation Summit (FIS) 2025. Este evento, que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid, es un encuentro clave para el sector de las franquicias, donde la compañía buscará captar nuevos franquiciados comprometidos con su visión de crecimiento sostenible y rentabilidad.

Además de su papel como expositor, Ambiseint se encargará de crear una atmósfera única a través de una ambientación olfativa integral, diseñando dos fragancias exclusivas para la ocasión. La fragancia principal, «Emprendimiento», pertenece a la línea Niche de la marca y encapsula valores como la confianza y la ambición. Con una composición de notas que incluye bergamota, pimienta rosa y madera de oud, este aroma está concebido para inspirar el networking en un entorno donde convergen emprendedores e inversores.

Para enriquecer la experiencia de los asistentes en el nuevo Hub de franquicias del canal Horeca, Ambiseint utilizará fragancias de su colección Gourmet, tales como Cookies y Bakery. Estas aromas buscan despertar el apetito sensorial y generar una sensación de cercanía y confort.

Con una red que abarca más de 105 zonas de servicio en tres continentes y más de 150.000 clientes activos, Ambiseint se posiciona como una de las franquicias más atractivas del mercado. Su modelo de negocio, que no requiere de un local comercial ni estructuras complejas, permite a los franquiciados comenzar con una inversión baja y obtener alta rentabilidad, convirtiéndola en una opción ideal para emprendedores que buscan un modelo probado y escalable.

Fernando Castillo, CEO de Ambiseint, subraya la relevancia de participar en eventos como el FIS, que representa el espíritu emprendedor que define a la empresa. Esta participación es parte de una estrategia global de crecimiento que busca fortalecer la marca y ofrecer éxito compartido entre franquiciados, siempre con un enfoque en la sostenibilidad y la innovación.

La compañía ha sido aclamada en múltiples ocasiones, recibiendo el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores. Este galardón reafirma su posición como un referente en el sector y su compromiso con la innovación.

Ambiseint continúa avanzando en su misión de crecimiento conjunto y sostenible, afianzando su presencia en ferias destacadas como el FIS y consolidando su red de franquicias a nivel nacional e internacional.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint , empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



El líder mundial del fitness participará activamente en la II edición de este gran encuentro del ecosistema de la franquicia, que se celebrará los próximos días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Anytime Fitness contará con stand propio, presencia institucional en una mesa redonda sobre tendencias del sector y actividades destacadas el día previo al evento, en el marco de la Semana de la Franquicia, que le llevará a dinamizar un Group Training con decenas de personas en las instalaciones del Atlético de Madrid.

Anytime Fitness Iberia, la cadena de fitness líder en el mundo, refuerza así su posición de referencia global con su participación en la segunda edición del **Franchise Innovation Summit (FIS 2025)**, el gran punto de encuentro del ecosistema de la franquicia que tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

La marca participará con un completo programa de actividades que combina innovación, networking, formación y experiencia directa de marca. Además de disponer de stand propio (B222), donde estará presente buena parte del equipo de Anytime Fitness Iberia, la enseña participará en una mesa redonda sectorial y en dos actividades clave programadas para la jornada previa del 14 de octubre, enmarcadas en la Semana de la Franquicia del **FIS 2025**: la campaña de visibilidad **FRANQUITOUR** y una sesión de Group Training en el propio estadio, abierta a más de un centenar de asistentes y dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness.

El objetivo de la participación de Anytime Fitness en **FIS 2025** es acercar su modelo de éxito a emprendedores, inversores y profesionales del sector, mostrando por qué la marca -con más de 5.600 clubes en 30 países y más de 5 millones de socios en todo el mundo- es líder global en la unión de fitness, salud y tecnología y una de las franquicias más reconocidas y premiadas del planeta.

Durante las dos jornadas del evento, los visitantes podrán conocer en el stand B222 todas las claves del modelo Anytime Fitness y concertar reuniones personalizadas con miembros del equipo de la franquicia. Estarán presentes Alexis Sekulits y Francisco Gomis, del área de Expansión y Real Estate, así como Enrique Iranzo y Gema Boiza, directores de Operaciones y de Marketing y Comunicación, respectivamente.

Para quienes deseen asistir al **FIS**, Anytime Fitness ofrece acceso gratuito al evento con el código de invitación **FIS25ANYTIMEFITNESS**, que permite registrarse directamente y agendar reuniones con el equipo a través de la plataforma oficial del congreso, **FIS&MEET**.

Esta participación refuerza la posición de Anytime Fitness Iberia como marca referente en innovación, bienestar integral y expansión sostenible, y se enmarca en su estrategia de crecimiento, que le llevará a superar los 50 clubes en España antes de finalizar 2025, consolidando su liderazgo en un mercado en plena transformación.

Nuevas alianzas y una presencia activa en el **FIS**

El **Franchise Innovation Summit** reunirá durante dos jornadas a las principales marcas, consultoras, inversores y emprendedores del ecosistema de la franquicia. En este escenario, Anytime Fitness Iberia quiere compartir su experiencia de éxito como cadena que ha revolucionado el sector del fitness uniendo entrenamiento personalizado, tecnología avanzada y cercanía humana.

“**FIS 2025** es una oportunidad para mostrar por qué nuestro modelo de franquicia sigue creciendo con tanta fuerza en España y en todo el mundo. Queremos que quienes nos visiten entiendan que Anytime Fitness es mucho más que un gimnasio. Es un espacio donde ayudamos a las personas a mejorar su vida, acompañándolas con tecnología, metodología y proximidad”, afirma Tim Devereaux, director general de Anytime Fitness Iberia.

El stand B222, el corazón de la propuesta Anytime Fitness

Durante los días 15 y 16 de octubre, el stand B222 será el punto de encuentro de inversores, emprendedores y profesionales que buscan nuevas oportunidades de negocio en el ámbito del fitness y de la franquicia. Allí, el equipo de Anytime Fitness Iberia presentará las ventajas diferenciales del modelo:

Acceso de 365 días en todos los clubes del mundo.

Smart Coaching Ecosystem: planes de entrenamiento 100% personalizados, adaptados a las exigencias y necesidades de cada socio.

Tecnología aplicada al bienestar

Experiencia global y acompañamiento constante al franquiciado.

Rentabilidad sostenida y fidelización de socios

“Nuestro objetivo en el **FIS** es dar a conocer la fortaleza del modelo Anytime Fitness a quienes buscan una franquicia rentable, escalable y humana. Queremos inspirar a nuevos inversores y demostrar que el fitness y la salud son hoy uno de los sectores con mayor proyección”, subraya Enrique Iranzo, director de Operaciones de Anytime Fitness Iberia, quien participará además como ponente en una de las sesiones clave del congreso.

Liderazgo en el fitness

El jueves 16 de octubre, entre las 11:30 h y las 12:55 h, el Main Auditorium del Riyadh Air Metropolitano acogerá la mesa redonda titulada “Tendencias, dinámicas del mercado, movimientos inversores y claves de crecimiento en el sector de las franquicias de fitness”, organizada y moderada por Manel Valcarce, CEO de Valgo.

Enrique Iranzo, director de Operaciones de Anytime Fitness Iberia, representará a la marca y compartirá mesa con directivos de Bhout, Energie Fitness, L'Orange Bleue, TRIB3/PILAT3S, Zenergie Body and Soul y NILFIT, en un debate que abordará los desafíos y oportunidades de la industria del fitness en el contexto actual.

“El futuro del fitness pasa por integrar salud y tecnología sin dejar de acompañar a las personas que quieren, a través del fitness, mejorar su estilo de vida y bienestar. En Anytime Fitness trabajamos con un modelo que pone a nuestros socios en el centro, apoyado en la innovación y la atención cercana. Queremos compartir esa visión en **FIS 2025**”, explica Iranzo.

Franquitour y flagship Imperial

El día previo al inicio del congreso, el 14 de octubre, Anytime Fitness participará además en **FRANQUITOUR**, una iniciativa incluida en la Semana de la Franquicia del **FIS 2025** que tiene como objetivo dar visibilidad y reconocimiento a las “flagship stores” de las marcas participantes.

Gracias a esta acción, el club Anytime Fitness Imperial -el primer club corporativo de la marca en Madrid- formará parte del mapa exclusivo de establecimientos de referencia que recogerá los espacios más innovadores e inspiradores de cada enseña.

A través de un servicio lanzadera organizado por **FIS** desde el Estadio Riyadh Air Metropolitano, los visitantes profesionales podrán desplazarse para conocer de primera mano la experiencia Anytime Fitness en Anytime Fitness Imperial, cuya apertura está prevista para finales de este año.

Entre esos visitantes habrá emprendedores interesados en unirse a Anytime Fitness como franquiciados, e inversores en busca de modelos consolidados y rentables, además de profesionales del sector fitness que deseen conocer la metodología de trabajo y la integración tecnológica de la marca.

“Queremos explicar a quienes nos visiten cómo es la experiencia Anytime Fitness y cómo la viven nuestros socios cada día: un entorno sin masificación, accesible, con atención personalizada y tecnología que impulsa resultados reales”, comenta Gema Boiza, directora de



Marketing y Comunicación de Anytime Fitness Iberia.

Group Training: una marea morada en el Metropolitano

También el 14 de octubre por la tarde, Anytime Fitness dinamizará un Group Training en las instalaciones del Estadio Riyadh Air Metropolitano, donde cerca de 100 personas disfrutarán de una hora de entrenamiento colectivo dirigido por dos entrenadores de Anytime Fitness Iberia.

Esta sesión está concebida como una experiencia abierta a todos los asistentes del FIS, para vivir en primera persona el espíritu de comunidad que caracteriza a la marca.

Durante la actividad, los participantes recibirán una bolsa y una camiseta corporativa para formar una gran “marea morada”, color distintivo de Anytime Fitness en todo el mundo.

“Nuestra comunidad es nuestra fuerza. Queremos contagiar esa energía positiva que nos caracteriza y hacer que cada persona sienta el valor de moverse juntos, de cuidar su salud y de formar parte de algo más grande”, apunta Iranzo.

Una marca que sigue creciendo

La participación en el Franchise Innovation Summit 2025 coincide con un momento especialmente relevante para Anytime Fitness Iberia, que superará los 50 clubes en España antes de finalizar el año, alcanzando los 53 clubes operativos y superando los 50.000 socios activos.

Este crecimiento sostenido se apoya en un modelo de negocio sólido, con clubes abiertos los 365 días del año, con una atención personalizada, una tecnología de vanguardia y un acompañamiento continuo a los franquiciados, staff y socios.

“Nuestro compromiso es seguir creciendo sin perder nuestra esencia: cercanía, personalización y tecnología al servicio del bienestar.

Participar en el FIS es la mejor manera de compartir nuestra visión y de conectar con quienes quieren formar parte de esta historia de éxito”, concluye Tim Devereaux, director general de Anytime Fitness Iberia.

Proyección y futuro

Anytime Fitness Iberia afronta el cierre de 2025 con una hoja de ruta clara: seguir liderando el mercado del fitness a través de la innovación, el acompañamiento y el bienestar integral.

La marca continúa atrayendo a nuevos inversores y franquiciados —muchos de ellos actuales propietarios que deciden abrir su segundo o tercer club—, demostrando la solidez y escalabilidad de su modelo.

Su presencia en FIS 2025 reafirma su compromiso con el desarrollo del ecosistema de la franquicia y con un propósito común: ayudar a más personas a mejorar su vida a través del deporte, la tecnología y la comunidad.

—

Sobre Anytime Fitness

La franquicia Anytime Fitness es la cadena de gimnasios de conveniencia más grande del mundo, con más de 5.500 clubes repartidos por más de 30 países, en los que entrenan para mejorar su calidad de vida más de 5 millones de socios, personas corrientes que apuestan por un presente y futuro mejor a través del deporte y un estilo de vida saludable.

En España Anytime Fitness cuenta ahora con 48 clubes, cuatro de los cuales son propiedad de la franquicia.

La franquicia nació en Minnesota, donde se encuentra su sede central, y desde donde sus fundadores Dave Mortensen y Chuck Runyon lideran este proyecto ya presente en todos los continentes.

Su crecimiento exponencial les ha situado como la franquicia de más rápido crecimiento de la historia, superando en tan solo 20 años las 5.000 unidades operativas.

Con un crecimiento anual por encima de las 400 aperturas, Anytime Fitness recibe premios anualmente por ser la franquicia de más rápido y mayor crecimiento de la historia desde hace 14 años.

ANYTIME FITNESS es una marca registrada de Purpose Brands, empresa resultante de la fusión de Orangetheory Fitness y Self Esteem Brands™, propietaria también de las marcas Waxing the City, BaseCamp Fitness, SUMHIIT (gemela de Basecamp Fitness fuera de USA, cuya primera apertura está prevista para el próximo otoño en Australia), The Bar Method, Stronger U Nutrition, Healthy Contributions y Provision Security.

Superficie **100%** Audiencia **434.300** Valoración **22.685€**

El próximo 14 de octubre a las 18:00 horas, en el marco de la Semana de la Franquicia organizada por FIS y la Asociación Española de la Franquicia (AEF), se celebrará un encuentro que una salud, deporte y emprendimiento.

El próximo 14 de octubre a las 18:00 horas, en el marco de la Semana de la Franquicia organizada por FIS y la Asociación Española de la Franquicia (AEF), se celebrará un encuentro que una salud, deporte y emprendimiento: la Gran Quedada del Fitness, en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano.

Una experiencia “única” reservada a las 250 primeras personas que se inscriban gratuitamente. Con la colaboración de marcas franquiciadoras, la Gran Quedada Fitness busca “demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro”.

El evento contará con una sesión de ‘mindfulness’ y fitness, una charla motivadora y un ‘pack’ de bienvenida

El evento contará con: una sesión guiada de mindfulness y fitness funcional dirigidas por profesionales de Anytime Fitness; una charla motivadora sobre salud y emprendimiento, y un pack de bienvenida con descuentos, regalos y sorpresas exclusivas de las marcas colaboradoras. La Gran Quedada del Fitness en el Metropolitano será un espacio para activar cuerpo y mente, crear conexiones valiosas y descubrir nuevas oportunidades en el ecosistema de la franquicia. Puedes apuntarte, aquí

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO



La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Pertenece a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y so **FIS**ticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como **FIS** forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Emprendedores 2020, Web del mundo del emprendimiento, startups, empresas, autónomos...

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en FIS 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en FIS 2025 (Franchise Innovation Summit), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para FIS 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando FIS 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será "Emprendimiento", una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Perteneciente a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. "Volvemos a FIS porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales", afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint

Ambiseint ha sido reconocida con numerosos galardones del sector, entre ellos el Premio Nacional al Mejor Franquiciado del sector servicios del Año 2024, otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores.

Su presencia en ferias como FIS forma parte de una estrategia global de expansión y fortalecimiento de marca, centrada en el éxito compartido con sus franquiciados y en un modelo de crecimiento sostenible e innovador.



Superficie **100%** Audiencia **1.886** Valoración **190€**

El evento, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. mundoFranquicia, consultora líder en desarrollo y expansión de franquicias, y su aceleradora Alfa F, participarán los próximos 15 y 16 de octubre en el **Franchise Innovation Summit 2025 (FIS)**, el encuentro de referencia para el sistema de franquicias en España.

El evento, organizado por Show2Be —compañía nacida de la alianza con la agencia de marketing experiencial 4forEVERYTHING— y promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), reunirá a más de 90 ponentes, marcas y expertos nacionales e internacionales en torno a la innovación, la inversión y las nuevas tendencias del retail en franquicia.

Durante las dos jornadas, mundoFranquicia y Alfa F contarán con un stand propio y una agenda de intervenciones que abordará los nuevos modelos de negocio, la innovación aplicada a la franquicia y las oportunidades de inversión y emprendimiento.

Participación destacada de mundoFranquicia y Alfa F en el **FIS 2025**

15 de octubre – 15:30 h | Mesa redonda: “Nuevas franquicias, conceptos y servicios: innovación aplicada a necesidades emergentes” (Gabriel Calderón)

16 de octubre – 12:50 h | Entrevista con Restauración News (Fernando Ruíz)

16 de octubre – 13:30 h | Mesa redonda: “Nuevos horizontes del retail en franquicia: tendencias, sectores emergentes y oportunidades de inversión” (Pablo Gutiérrez)

16 de octubre – 16:00 h | Ponencia conjunta de Alfa F y Banco Santander (Ángel Fernández y ponente invitado)

16 de octubre – 16:30 h | **FIS**kathon (Mariano Alonso)

La presencia de mundoFranquicia y Alfa F en el **FIS** refuerza su compromiso con la profesionalización y la innovación del sistema de franquicias, impulsando el crecimiento sostenible de marcas y emprendedores a través de la formación, la consultoría estratégica y el acompañamiento empresarial.

El **Franchise Innovation Summit 2025** se enmarca dentro de la Semana de la Franquicia, que incluirá actividades paralelas como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness, el Foro Ciudades & Franquicias y el **FIS**kathon, consolidando al evento como un ecosistema de conocimiento, inversión e impulso empresarial.

En este contexto, mundoFranquicia y Alfa F ya participaron el pasado 8 de octubre en el Foro de Ciudades & Franquicias celebrado en Toledo, un encuentro que reunió a representantes institucionales, emprendedores y marcas para debatir sobre la revitalización comercial de los municipios y las oportunidades de desarrollo territorial a través del modelo de franquicia.

Además, el **FIS** contará con marcas procedentes de Italia, Francia, Portugal, México, Dubái, Estados Unidos, Egipto y Brasil, reforzando su carácter internacional y su papel como puente entre Europa e Iberoamérica.

¿Quieres asistir?

Disponemos de invitaciones gratuitas para nuestros contactos.

¡Escríbenos y te facilitaremos la tuya para acceder al evento! Te esperamos en **FIS 2025 – Stand B250**

Te esperamos para compartir experiencias, ideas y nuevas formas de crecer en franquicia.

mundoFranquicia & Alfa F

mundoFranquicia y Alfa F participarán en el **Franchise Innovation Summit 2025** was last modified: octubre 9th, 2025 by mundoFranquicia

¿Te ha gustado el contenido? Valóralo y compártelo



El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, vuelve a lograr una acogida unánime entre las marcas que operan mediante la fórmula de la franquicia y se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia. En esta ocasión, **FIS** ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del **FIS** se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid. Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

Luisa Masuet, presidenta de la AEF, apunta que “tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda, con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias”.

En la misma línea, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, subraya que **FIS** es un encuentro profesional “al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año”.

Raúl Calleja, director del evento, asegura que **FIS** es “mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica”. Además, añade que “promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia”.

Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, ha señalado que “el papel de BBVA como patrocinador principal en el **Franchise Innovation Summit** refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución”.

Al igual que en su edición cero, **FIS** vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales.

Además, **FIS 2025** contará con presencia internacional, con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil, que estarán en **FIS 2025** consolidando al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional.

Todo listo para la celebración del FIS2025



El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la **Asociación Española de la Franquicia (AEF)** y organizado por **Show2Be**, con el patrocinio de BBVA, vuelve a lograr una acogida unánime entre las marcas que operan mediante la fórmula de la franquicia y se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia.

En esta ocasión, FIS ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del FIS se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de **Ángel Luis Martín Martín**, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid. Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de

Superficie **100%** Audiencia **1.324** Valoración **15€**

El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF

) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, vuelve a lograr una acogida unánime entre las marcas que operan mediante la fórmula de la franquicia y se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia.

En esta ocasión, **FIS** ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del **FIS** se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid. Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

Luisa Masuet, presidenta de la AEF, apunta que “ tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda, con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias ”.

En la misma línea, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, subraya que **FIS** es un encuentro profesional “ al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año ”.

Raúl Calleja, director del evento, asegura que **FIS** es “mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica”. Además, añade que “promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia”.

Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, ha señalado que “ el papel de BBVA como patrocinador principal en el **Franchise Innovation Summit** refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución ».

Al igual que en su edición cero, **FIS** vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales. Puedes descargar el programa completo



[Inicio](#) [Noticias](#) FIS 2025: Respaldo unánime de la Franquicia a la gran plataforma profesional del sector en su segunda edición

FIS 2025: Respaldo unánime de la Franquicia a la gran plataforma profesional del sector en su segunda edición

[Compartir](#)



Superficie **100%** Audiencia **12.611** Valoración **435€**

El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, vuelve a lograr una acogida unánime entre las marcas que operan mediante la fórmula de la franquicia y se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia. En esta ocasión, **FIS** ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros. La inauguración del **FIS** se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid. Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades s Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa. Luisa Masuet, presidenta de la AEF, apunta que "tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda, con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias". En la misma línea, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, subraya que **FIS** es un encuentro profesional "al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año". Raúl Calleja, director del evento, asegura que **FIS** es "mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica". Además, añade que "promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia". Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, ha señalado que "el papel de BBVA como patrocinador principal en el **Franchise Innovation Summit** refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución". Al igual que en su edición cero, **FIS** vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales. Puedes descargar el programa completo AQUÍ. **5 claves para entender la cita anual de referencia para las franquicias** La Semana de la Franquicia: del 13 al 24 de octubre El **FIS** se enmarca dentro de una semana dedicada al sector, con actividades paralelas como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness de Madrid y el **FISkathon**. ¿Qué es FranquiTour? **FIS** ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, donde enseñas de primer nivel forman parte de un recorrido exclusivo por las flagship stores de las marcas participantes en **FIS** 2025. Una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector que desean conocer de primera mano los formatos más emblemáticos. La Gran Quedada Fitness: entrena dentro del Metropolitano Un encuentro único y gratuito que se celebrará el próximo 14 de octubre a las 18:00 horas en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid y que consistirá en una sesión guiada de Group Training dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness, para un máximo de 250 personas, y con colaboradores como La Fresería, DIA y Jean Louis David. Este encuentro busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro. Puedes apuntarte AQUÍ. **FISkathon** Un hackathon presencial y temático que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador, para diseñar modelos de negocio franquiciables alineados con las nuevas generaciones. El principal objetivo de esta iniciativa es revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones, presentándolo como una alternativa innovadora, además de como una oportunidad real de emprendimiento y una estrategia de crecimiento empresarial. La final del **FISkathon** 2025 se celebrará el día 16 de octubre a las 16:30 horas en el Main Auditorium. **Foro Ciudades s Franquicias** Un nuevo espacio de diálogo institucional que conectará a diferentes municipios de España con marcas y emprendedores, para impulsar políticas de revitalización comercial y expansión territorial en algunas ciudades. En esta edición las ciudades invitadas a **FIS** 2025 son los Ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano. **FIS** se posiciona así como un evento que integra negocio, conocimiento, innovación y cooperación institucional público-privada, concebido como una herramienta al servicio del impulso del comercio, especialmente en un momento en el que muchas ciudades de la Comunidad de Madrid y del conjunto de España están apostando por políticas activas para revitalizar sus centros urbanos y atraer inversión comercial. **Presencia internacional** **FIS** 2025 contará con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil, que estarán en **FIS** 2025 consolidando al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional. **SPAZIO Restauración NewsHub** especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News, con el patrocinio de Mahou San Miguel, que cuenta con un Summit de contenidos propio, donde participarán una treintena de marcas y se debatirán las nuevas tendencias del foodservice y la hostelería organizada. **FIS Academy powered by Franchising s Partnership** El espacio de divulgación en el que las franquicias podrán mostrar sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores. Todas estas iniciativas se ven reforzadas con una novedosa herramienta de networking y oportunidades de negocio, **FISsMeet**: una zona de reuniones "one to one", que sigue la fórmula del 'speed networking' y actividades sociales para conectar marcas con inversores, franquiciados y proveedores estratégicos. **Acerca de FIS – Franchise Innovation Summit** El **Franchise Innovation Summit (FIS)** es una iniciativa promovida por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizada por Show2Be. Nacido como plataforma profesional y comercial del sistema de franquicias, **FIS** conecta a marcas, emprendedores, inversores y administraciones, impulsando la expansión y la profesionalización del sector en España y en el ámbito internacional. **Acerca de la Asociación Española de la Franquicia (AEF)** La AEF se fundó hace 32 años y actualmente está integrada por 156 socios, cuya facturación representa el 62 % del volumen de negocio que genera el sistema de franquicias en España. Los objetivos de la AEF son los de representar y velar por los intereses de la franquicia en nuestro país, así como hacer de interlocutor ante la Administración y darla a conocer en otros mercados, a través de su presencia en distintas ferias de franquicias internacionales. A su vez, la AEF es miembro de la Federación Europea de la Franquicia (EFF). **Acerca de Show2Be** Nacida de la alianza con la agencia de marketing experiencial 4forEVERYTHING, la compañía ofrece un modelo integral 360°, que abarca desde la conceptualización y diseño del evento hasta su ejecución, producción, comunicación y promoción. Actualmente, SHOW2BE ejecuta dos grandes eventos: el **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y SPORTCITIES ExpoCSummit, que celebrará su primera edición el 19 y 20 de noviembre en Valencia. [Seguir leyendo](#)

Superficie **100%** Audiencia **70.132** Valoración **2.440€**

Redacción El , promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be , con el patrocinio de BBVA , vuelve a lograr una acogida unánime entre las marcas que operan mediante la fórmula de la franquicia y se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia.

En esta ocasión, FIS ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes , duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del FIS se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas , y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid . Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil ; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades s Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

Luisa Masuet presidenta de la AEF, apunta que “ tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda, con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias ”.

En la misma línea, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF , subraya que FIS es un encuentro profesional “ al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año ”.

Raúl Calleja, director del evento , asegura que FIS es “mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica”. Además, añade que “promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia”

Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López , ha señalado que “ el papel de BBVA como patrocinador principal en el Franchise Innovation Summit reffoja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución

Al igual que en su edición cero, FIS vuelve a apostar por un formato combinado , en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales. Puedes descargar el programa completo

5 claves para entender la cita anual de referencia para las franquicias

El FIS se enmarca dentro de una semana dedicada al sector, con actividades paralelas como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness de Madrid y el FISkathon.

¿Qué es Franquitour?

FIS ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, donde enseñas de primer nivel forman parte de un recorrido exclusivo por las fflagships stores de las marcas participantes en FIS 2025. Una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector que desean conocer de primera mano los formatos más emblemáticos.

La Gran Quedada Fitness: entrena dentro del Metropolitano

Un encuentro único y gratuito que se celebrará el próximo 14 de octubre a las 18:00 horas en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid y que consistirá en una sesión guiada de Group Training dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness, para un máximo de 250 personas, y con colaboradores como La Fresería, DIA y Jean Louis David. Este encuentro busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro . Puedes apuntarte

FISkathon

Un hackathon presencial y temático que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador, para diseñar modelos de negocio franquiciables alineados con las nuevas generaciones. El principal objetivo de esta iniciativa es revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones, presentándolo como una alternativa innovadora, además de como una oportunidad real de emprendimiento y una estrategia de crecimiento empresarial. La final del FISckaton 2025 se celebrará el día 16 de octubre a las 16:30 horas en el Main Auditorium.

Un nuevo espacio de diálogo institucional que conectará a diferentes municipios de España con marcas y emprendedores, para impulsar políticas de revitalización comercial y expansión territorial en algunas ciudades. En esta edición las ciudades invitadas a FIS2025 son los Ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano

FIS se posiciona así como un evento que integra negocio, conocimiento, innovación y cooperación institucional público-privada , concebido como una herramienta al servicio del impulso del comercio , especialmente en un momento en el que muchas ciudades de la Comunidad de Madrid y del conjunto de España están apostando por políticas activas para revitalizar sus centros urbanos y atraer inversión comercial

FIS 2025 contará con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil , que estarán en FIS 2025 consolidando al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional.

Hub especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News , con el patrocinio de Mahou San Miguel , que cuenta con un Summit de contenidos propio, donde participarán una treintena de marcas y se debatirán las nuevas tendencias del foodservice y la hostelería organizada.

El espacio de divulgación en el que las franquicias podrán mostrar sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores.

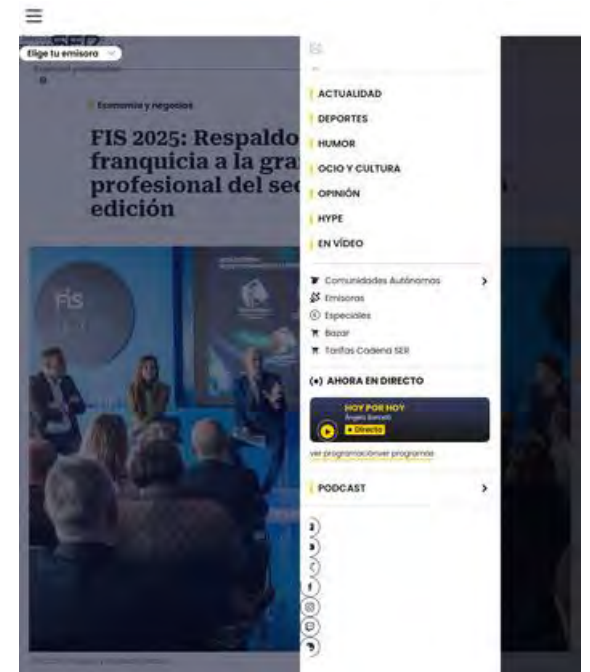
Todas estas iniciativas se ven reforzadas con una novedosa herramienta de networking y oportunidades de negocio, FISsMeet : una zona de reuniones “one to one”, que sigue la fórmula del ‘speed networking’ y actividades sociales para conectar marcas con inversores, franquiciados y proveedores estratégicos.

Acerca de FIS – Franchise Innovation Summit

El Franchise Innovation Summit (FIS) es una iniciativa promovida por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizada por Show2Be . Nacido como plataforma profesional y comercial del sistema de franquicias , FIS conecta a marcas, emprendedores, inversores y administraciones, impulsando la expansión y la profesionalización del sector en España y en el ámbito internacional.

Acerca de la Asociación Española de la Franquicia (AEF)

La AEF se fundó hace 32 años y actualmente está integrada por 156 socios, cuya facturación representa el 62 % del volumen de negocio que



genera el sistema de franquicias en España. Los objetivos de la AEF son los de representar y velar por los intereses de la franquicia en nuestro país, así como hacer de interlocutor ante la Administración y darla a conocer en otros mercados, a través de su presencia en distintas ferias de franquicias internacionales. A su vez, la AEF es miembro de la Federación Europea de la Franquicia (EFF).

Acerca de Show2Be

Nacida de la alianza con la agencia de marketing experiencial 4forEVERYTHING, la compañía ofrece un modelo integral 360º, que abarca desde la conceptualización y diseño del evento hasta su ejecución, producción, comunicación y promoción. Actualmente, SHOW2BE ejecuta dos grandes eventos: el Franchise Innovation Summit (FIS), promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y SPORTCITIES ExpoCSummit, que celebrará su primera edición el 19 y 20 de noviembre en Valencia.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **99€**

Más de 120 marcas , más de 120 ponentes de primer nivel, Franquitour, FISkathon, Spazio Restauración News... FIS2025 es esto y mucho más.

Compartir:

Por

Redacción Emprendedores

FIS2025, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia.

Franchise Innovation Summit ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del FIS2025 se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid.

Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

UNA CITA ÚNICA EN FRANQUICIA

“Tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda», destaca Luisa Masuet , presidenta de la AEF . «Y lo hacemos con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias”.

En la misma línea, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, subraya que FIS es un encuentro profesional “al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año”.

Para Raúl Calleja, director del evento, el FIS es mucho más que un summit con una zona showroom de marcas en expansión. «Hablamos de una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer...», explica. «Protagonistas que busquen conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador».

Añade Calleja, por otro lado, que « FIS2025 es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable”.

Por su parte, la responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, ha señalado que el papel de BBVA como patrocinador principal en el Franchise Innovation Summit refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. «Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución».

Al igual que en su edición cero, FIS vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales. Puedes descargar el programa completo aquí

5 CLAVES PARA ENTENDER EL FIS

1. La Semana de la Franquicia: del 13 al 24 de octubre

El FIS2025 se enmarca dentro de una semana dedicada al sector, con actividades paralelas como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness de Madrid y el FISkathon.

¿Qué es Franquitour?

FIS ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, donde enseñas de primer nivel forman parte de un recorrido exclusivo por las flagships stores de las marcas participantes en FIS 2025.

Hablamos de una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector.

La Gran Quedada Fitness: entrena dentro del Metropolitano

Un encuentro único y gratuito que se celebrará el próximo 14 de octubre a las 18:00 horas en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Esta iniciativa consiste en una sesión guiada de Group Training dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness, para un máximo de 250 personas, y con colaboradores como La Fresería, DIA y Jean Louis David.

Este encuentro «busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro». Puedes apuntarte aquí

FISkathon

Un hackathon presencial y temático que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador, para diseñar modelos de negocio franquiciables alineados con las nuevas generaciones.

El principal objetivo de esta iniciativa es revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones, «presentándolo como una alternativa innovadora, además de como una oportunidad real de emprendimiento y una estrategia de crecimiento empresarial», comentan los organizadores.

La final del FISckaton 2025 se celebrará el día 16 de octubre a las 16:30 horas en el Main Auditorium.

1. Foro Ciudades & Franquicias

Un nuevo espacio de diálogo institucional que conectará a diferentes municipios de España con marcas y emprendedores, para impulsar políticas de revitalización comercial y expansión territorial en algunas ciudades.

En esta edición las ciudades invitadas a FIS2025 son los Ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano.

FIS se posiciona así como un evento que integra negocio, conocimiento, innovación y cooperación institucional público-privada, concebido como una herramienta al servicio del impulso del comercio. «Y lo hace en un momento en el que muchas ciudades de la Comunidad de Madrid y del conjunto de España están apostando por políticas activas para revitalizar sus centros urbanos y atraer inversión comercial».

3. Presencia internacional

FIS2025 contará con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil

Estas enseñas «consolidan al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional».

4. SPAZIO Restauración News

Hub especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News, con el



INICIO

FRANQUICIAS/FRANQUICIAS-ACTUALIDAD

Descubre todas las actividades de FIS2025

Más de 120 marcas , más de 120 ponentes de primer nivel, Franquitour, FISkathon, Spazio Restauración News... FIS2025 es esto y mucho más.

fis2025

El encuentro se celebra el 15 y 16 de octubre

Compartir:



Por

Redacción Emprendedores

Publicado el 9 de Octubre de 2025

FIS2025, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, se consolida como el gran encuentro profesional de referencia del ecosistema comercial, del retail y de la franquicia.

Franchise Innovation Summit ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su puesta en escena con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del FIS2025 se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid.

Al acto asistirán, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia, Pozuelo de Alarcón y Toledo); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

UNA CITA ÚNICA EN FRANQUICIA

“Tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos a promover la celebración de la segunda”, destaca **Luisa Masuet**, presidenta de la AEF. “Y lo hacemos con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión para el conjunto del sistema de franquicias”.

En la misma línea, **Eduardo Abadía**, director ejecutivo de la AEF, subraya que FIS es un encuentro profesional “al servicio de todos los agentes que integran el sistema de franquicias, y de ahí la necesidad de continuar promoviéndolo año tras año”.

patrocinio de Mahou San Miguel.

Este espacio de FIS2025 cuenta con un summit de contenidos propio, donde participarán una treintena de marcas y se debatirán las nuevas tendencias del foodservice y la hostelería organizada.

5. FIS Academy powered by Franchising & Partnership

El espacio de divulgación en el que las franquicias podrán mostrar sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores.

Todas estas iniciativas «se ven reforzadas con una novedosa herramienta de networking y oportunidades de negocio, FIS&Meet : una zona de reuniones “one to one”, que sigue la fórmula del ‘speed networking’ y actividades sociales para conectar marcas con inversores, franquiciados y proveedores estratégicos», concluyen desde Franchise Innovation Summit.

Para asistir, compartimos contigo este código de invitación: FIS25EMPREENDEDORES

Aquí tienes el enlace de registro donde introducir el código para que sea 100% bonificado.

Por

Redacción Emprendedores

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Superficie **100%** Audiencia **219** Valoración **6€**

La empresa refuerza su expansión nacional e internacional en **FIS** 2025 buscando nuevos franquiciados que compartan su visión de crecimiento sostenible

Ambiseint, empresa líder en Marketing Olfativo y Ambientación Profesional, estará presente los días 15 y 16 de octubre en **FIS** 2025 (**Franchise Innovation Summit**), que se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Tras el éxito obtenido en la edición anterior, la compañía regresa a esta cita clave del sector para seguir expandiendo su red de franquicias y compartir su modelo de negocio de alta rentabilidad y bajo riesgo.

Un aroma diseñado especialmente para **FIS** 2025

Además de su participación como expositor, Ambiseint será responsable de la ambientación olfativa integral del evento, transformando **FIS** 2025 en una experiencia multisensorial única con dos propuestas aromáticas diseñadas especialmente para la ocasión.

El aroma oficial del evento será «Emprendimiento», una fragancia exclusiva de la línea Niche de Ambiseint que simboliza la confianza, la ambición y la conexión humana que impulsa los negocios. Perteneciente a la familia olfativa Oriental Amaderada y combina notas de bergamota de Sicilia, pimienta rosa y davana, con un corazón de madera de oud, ámbar blanco y romero, y un fondo de cuero, almizcle y vetiver de Haití. Un aroma elegante, envolvente y sofisticado, creado para favorecer la inspiración y el networking en un entorno donde se encuentran marcas consolidadas, emprendedores e inversores.

Asimismo, las zonas dedicadas al nuevo Hub de las franquicias del canal Horeca estarán ambientadas con aromas de la colección Ambiseint Gourmet, como Cookies, Bakery o Coffee, diseñados para despertar el apetito sensorial y transmitir cercanía, confort y confianza.

Una franquicia consolidada que sigue creciendo

Ambiseint cuenta actualmente con más de 105 zonas de servicio, entre franquicias y delegaciones propias, repartidas por tres continentes, y una cartera que supera los 150.000 clientes activos, sin necesidad de local comercial, ni estructuras complejas, permite a los franquiciados operar con baja inversión y alta rentabilidad. Lo que la convierte en una de las franquicias más consolidadas y atractivas del sector de los servicios profesionales especializados.

FIS representa para Ambiseint una oportunidad estratégica para conectar con emprendedores e inversores que buscan franquicias rentables, sostenibles y con visión de futuro. «Volvemos a **FIS** porque es un evento que encarna el espíritu emprendedor que nos define: personas que buscan un modelo probado, escalable y con resultados reales», afirma Fernando Castillo, CEO de Ambiseint.

Innovación, sostenibilidad y crecimiento conjunto: las claves del modelo Ambiseint



Profesionales de enfermería de toda España debaten sobre innovación y liderazgo

Toledo recibirá dos congresos más de enfermería de ámbito nacional, uno de urgencias y emergencias y, dos semanas después, otro sobre investigación

LT / TOLEDO

Se celebra en Toledo el I Congreso Internacional de la Fundación Innovación y Liderazgo en Enfermería que reúne a casi 500 profesionales de toda España y algunos de otros países. Carlos Valdespina, presidente de la Fundación de Innovación y Liderazgo en Enfermería (FILEN), señala que tienen tres objetivos fundamentales, como son, inspirar a las enfermeras a que innoven y emprendan desde sus puestos de trabajo, empoderarlas mediante acciones de formación y unir la profesión con la idea de transformar a través de la innovación. Además, van a desarrollar un concurso desafío enfermero para equipos de diferentes provincias y organizaciones sanitarias que compiten para ser los mejores.

Roberto Martín, presidente del Colegio de Enfermería de Toledo, explica que los participantes vienen a debatir, a trabajar y a poner en marcha nuevas ideas. Señala que el Colegio trabaja en formar y en ayudar a las enfermeras como el pilar que son del sistema de salud. Recuerda entre los asuntos que les preocupan llegar a buen puerto con las especializaciones, las nuevas competencias y nuevos retos y asegura que están trabajando de la mano con la Administración con el ánimo de aportar a la profesión y a la ciudadanía.

Además, anuncia que tras este congreso se avecinan otros dos también de ámbito nacional, den-



Carlos Valdespina, Montserrat Hernández, Roberto Martín y Carlos Velázquez. / D. PÉREZ

tro de 15 días uno de enfermeras de urgencias y emergencias y dos semanas después uno de investigación de enfermería.

Montserrat Hernández, directora general de Cuidados y Calidad del Sescam, indica que el lema del congreso relativo a transformar el futuro de la enfermería es un signo de la apuesta por el trabajo de la enfermería en el nuevo modelo de la sanidad que se quiere alcanzar.

Añade que en la región se trabajan muchos proyectos como la estrategia para desarrollar el marco competencial de las distintas especialidades y que existen bolsas de

trabajo para las especialistas además de una oferta pública de empleo que tiene más de 1.200 plazas de enfermería.

Carlos Velázquez, alcalde de Toledo agradece que se haya elegido la ciudad para este primer congreso nacional. Afirma que aunque la sanidad no es competencia municipal es un asunto que preocupa y el Ayuntamiento se pone a disposición de las administraciones para ayudar en lo que pueda. Pone el acento en que este tipo de reuniones son parte de ese turismo de calidad que genera actividad y desestacionaliza la economía.

La Despensa se une a la campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho'

Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región



Representantes de la campaña y la Fundación Española contra el Cáncer. / D. PÉREZ

El Ayuntamiento de Toledo...

La Despensa Supermercados, compañía líder en el sector de la distribución alimentaria, se suma a la campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' que organiza la Fundación Española contra el Cáncer para recaudar fondos y concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano.

Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.

Además, la campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho'...

La Despensa Supermercados, compañía líder en el sector de la distribución alimentaria, se suma a la campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' que organiza la Fundación Española contra el Cáncer para recaudar fondos y concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.

Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.

Toledo será protagonista en un día más de la campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' que organiza la Fundación Española contra el Cáncer para recaudar fondos y concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano.

Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.



Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.

Los clientes de La Despensa Supermercados podrán realizar su donación en cualquier tienda de la región. La campaña 'Nos lo Tomamos a Pecho' es una iniciativa que busca concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano del cáncer. La Fundación Española contra el Cáncer es una organización sin ánimo de lucro que trabaja para la investigación, la prevención y el tratamiento del cáncer.

La Tribuna de Toledo publica los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería.

Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo. Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo.

Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo. Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo.

Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo. Los contenidos de los congresos de enfermería de urgencias y emergencias y de investigación de enfermería se publican en la Tribuna de Toledo.

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Superficie 100% Audiencia 594 Valoración 5€

El próximo 14 de octubre, a las 6 de la tarde, en el marco de la Semana de la Franquicia organizada por FIS y AEF (Asociación Española de la Franquicia), se celebra un encuentro único que une salud, deporte y emprendimiento : la Gran Quedada Fitness en la terraza interior del emblemático Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Se trata de una experiencia única reservada a las 250 primeras personas que se inscriban gratuitamente. Con la colaboración de marcas franquiciadoras, la Gran Quedada Fitness busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro

El evento contará con:

Sesión guiada de mindfulness y fitness funcional dirigidas por profesionales de Anytime Fitness.

Charla motivadora sobre salud y emprendimiento.

Un pack de bienvenida con descuentos, regalos y sorpresas exclusivas de las marcas colaboradoras.

La Gran Quedada Fitness en el Metropolitano será un espacio para activar cuerpo y mente, crear conexiones valiosas y descubrir nuevas oportunidades en el ecosistema de la franquicia . Una cita imprescindible para quienes creen que el éxito comienza con energía y bienestar.

artículos relacionados

Guía de Empresas



Superficie 100% Audiencia 7.724 Valoración 45€

José María Román mostrará la ciudad como motor económico de la Bahía en el que instalar estos negocios y agradece a la Asociación Española de la Franquicia la oportunidad de organizar el foro del mes pasado y la invitación al FIS. El alcalde de Chiclana, José María Román participará en la Franchise Innovation Summit (FIS) 2025 de Madrid, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebrará los días 15 y 16 en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

En este sentido, el regidor chiclanero participará en el I Foro Ciudades & Franquicia, que se desarrollará tras el acto de inauguración, para exponer las posibilidades de Chiclana como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados. Así, junto al alcalde de Chiclana, también participarán en este Foro de Ciudades los representantes de los ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía. Bajo el lema 'Franquicias que levantan pasiones', el encuentro pretende dar visibilidad a los diferentes modelos de expansión que ofrecen las franquicias. En este sentido, José María Román destaca que “vamos al evento para exponer que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven, en pleno crecimiento, con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años”.

“Chiclana es un destino implicado en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030 y con una vocación turística muy consolidada, logrando ser el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y 4,7 millones de pernoctaciones, procedentes tanto del mercado nacional como del internacional, con alemanes, británicos y franceses como principales clientes”, indica el alcalde, quien recuerda la accesibilidad a la ciudad a través de cuatro aeropuertos en su entorno y un ecosistema muy emprendedor con 5.200 autónomos, una cifra que supera en relación con su población a la media de la Bahía, de la provincia, que incluso deja atrás a la media regional y nacional. Hay que resaltar que el FIS da continuidad al Foro ‘Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes’, que se celebró en Chiclana el día 18 de septiembre e impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Ya entonces, el regidor chiclanero destacaba que “a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”.

El alcalde agradece a la Asociación Española de Franquicias que “le haya dado a Chiclana ese doble protagonismo, primero viniendo a Chiclana en septiembre y, a continuación, dándole a la ciudad su sitio en un foro tan importante como el de Madrid, para poder seguir creciendo económicamente”. El FIS tiene un formato congresual, compuesto por jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales. Una cita para profesionales emprendedores, inversores, franquicias, franquiciadores, retailers, empresas de servicios, escuelas de negocios... centrado en el análisis y desarrollo de las tendencias y oportunidades más innovadoras en el mundo de las franquicias y el retail. Finalmente, indicar que en España existen unos 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos.



Superficie **100%** Audiencia **574** Valoración **17€**

El **Franchise Innovation Summit** 2025 reunirá a más de 120 marcas, inversores y emprendedores, consolidándose como el gran evento del sector franquicias.

El **Franchise Innovation Summit (FIS)** regresa con más fuerza que nunca. Impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), organizado por Show2Be y con el patrocinio principal de BBVA, el evento vuelve a posicionarse como el encuentro de referencia para el ecosistema de la franquicia, el retail y el emprendimiento en España.

La edición 2025, que se celebrará del 13 al 24 de octubre, tendrá lugar en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid y contará con más de 120 marcas participantes, el doble que en 2024. El evento reunirá a franquiciadores, inversores, emprendedores, comerciantes, representantes institucionales y expertos de sectores como hostelería, retail, fitness, inmobiliario o formación, entre otros.

La inauguración oficial será el 15 de octubre a las 12:00 horas y estará presidida por Ángel Luis Martín Martín, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid. Al acto acudirán representantes diplomáticos de Argentina, Paraguay y Brasil, así como cámaras de comercio, ayuntamientos integrados en el Foro Ciudades & Franquicias y entidades empresariales nacionales e internacionales.

Según Luisa Masuet, presidenta de la AEF, "tras el aprendizaje de la primera edición, volvemos con más expositores, muchas novedades y el mismo objetivo: impulsar el emprendimiento y la inversión en el sistema de franquicias". Por su parte, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la asociación, destaca que el **FIS** "es un encuentro profesional al servicio de todos los agentes que forman parte de la franquicia, y su continuidad es fundamental".

Raúl Calleja, director del evento, subraya que el **FIS** es "mucho más que un summit con una zona showroom de marcas en expansión: es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para quien busque conectar con enseñas consolidadas, descubrir oportunidades reales y formar parte de un ecosistema que conecta Europa e Iberoamérica".

Desde BBVA, su Responsable de Negocios Especializados Pymes, María Eugenia López, señala que "participar como patrocinador principal refleja el compromiso del banco por ser un socio estratégico de las franquicias en su camino hacia la digitalización, la sostenibilidad y el crecimiento".

Cinco claves para entender **FIS** 2025

1. La Semana de la Franquicia (13-24 de octubre)

El evento se enmarca en una programación completa que incluye actividades paralelas como FranquiTour, un recorrido exclusivo por las flagship stores de las marcas participantes; la Gran Quedada Fitness, una sesión gratuita de entrenamiento grupal en el propio estadio el 14 de octubre; y el **FIS**kathon, un hackathon que conecta talento joven con el ecosistema franquiciador y cuya final se celebrará el 16 de octubre.

2. Foro Ciudades & Franquicias

Un espacio institucional que conectará a municipios con marcas y emprendedores para fomentar políticas de revitalización comercial. Entre las ciudades invitadas están Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano.

3. Proyección internacional

FIS 2025 contará con la presencia de enseñas procedentes de Italia, Francia, Portugal, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil, consolidándose como un punto de encuentro global y un puente estratégico entre Europa e Iberoamérica.

4. Spazio Restauración News

Un hub especializado en restauración organizada, impulsado por Show2Be, la AEF y Restauración News, con el patrocinio de Mahou San Miguel. Contará con un programa propio y la participación de más de 30 marcas para debatir las tendencias del sector foodservice.

5. **FIS** Academy powered by Franchising & Partnership

Un espacio divulgativo en el que las franquicias presentarán sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores, reforzado con **FIS&Meet**, un innovador sistema de networking con reuniones "one to one" y actividades diseñadas para generar nuevas oportunidades de negocio.

Con esta nueva edición, el **Franchise Innovation Summit** refuerza su papel como cita imprescindible para impulsar el crecimiento del sistema de franquicias y fomentar la conexión entre marcas, inversores, instituciones y talento emprendedor.

Franquicia.net

Buscar por nombre franquicia...

Seleccionar Sector

Buscar

El Franchise Innovation Summit 2025 se consolida como la gran cita de la franquicia



El Franchise Innovation Summit 2025 reunirá a más de 120 marcas, inversores y emprendedores, consolidándose como el gran evento del sector franquicias.

[Inicio > Noticias franquicias >](#)
El Franchise Innovation Summit 2025 se consolida como la gran cita de la franquicia

EL PAÍS

FIS 2025 atrae a las empresas franquiciadoras y nuestra notoriedad hace que destaquen por encima del resto en un sector saturado

El mundo de las franquicias está saturado, por lo que diferenciarse es una de las claves para destacar por encima del resto. En un sector como este, una de las cosas más importantes no es solo vender el producto al cliente final, sino atraer inversores y emprendedores para que confíen y apoyen el proyecto. Existen dos factores que resultan decisivos a la hora de marcar la diferencia: la visibilidad y la reputación. ¿Por qué la visibilidad es fundamental? Al encontrarse en un mercado sobrecargado, necesitan captar inversores con el objetivo de poder llevar a cabo una expansión de la franquicia. EL PAÍS Profesional ofrece una notoriedad que es clave para competir frente a decenas de marcas que son similares. A partir de la visibilidad, que provoca una mayor aparición de la franquicia en todos los ámbitos, también hay que reafirmar el negocio, con el fin de que los emprendedores se decanten por ese. La reputación, otra clave Otro de los factores trascendentales para que la franquicia sea más conocida es la reputación. En este aspecto, es importante que la franquicia aparezca en medios importantes, es decir, que aparezca en un medio de comunicación con rigor y trayectoria informativa para generar una mayor confianza. La característica que ofrece EL PAÍS Profesional es el posicionamiento que tiene el medio de comunicación tanto en buscadores como en inteligencias artificiales. Esto provoca que los clientes que contratan la suscripción multipliquen su alcance y aumenten exponencialmente su autoridad SEO. El director de marketing B2B en Grupo PRISA, Ricardo Fernández, expresa: “EL PAÍS Profesional es la plataforma donde las franquicias se hacen visibles para atraer socios, consolidar su reputación y crecer en un mercado competitivo.” Beneficios extra para las franquicias El valor de la visibilidad no solo se encuentra en atraer franquiciados, sino captar inversores, puesto que estar en un entorno premium donde los emprendedores se informan y toman decisiones, es un beneficio clave en el marketing para franquicias. Además, las empresas franquiciadoras que formen parte de la comunidad FIS o que participen en el propio evento tendrán la oportunidad de optar a un descuento exclusivo del 50% para el Plan Guía + Reportaje para franquicias. Se trata de una oportunidad exclusiva y limitada para apoyar específicamente al sector, que podrás solicitar en elpais.com/franquicias .Para una franquicia, la visibilidad para franquicias en EL PAÍS Profesional no es solo marketing, es una palanca estratégica para crecer, atraer socios y consolidar su reputación en el mercado. EL PAÍS Profesional en FIS 2025 El equipo de EL PAÍS Profesional participará en la feria de franquicias FIS de este año como socio estratégico del sector franquicias con el objetivo de acercar el conocimiento y la experiencia del sector de la comunicación a estas empresas. Podéis conocer algunos casos de éxito de otras empresas en el _stand_ que tendremos en FIS 2025.



Superficie 100% Audiencia 12.611 Valoración 343€

El mundo de las franquicias está saturado, por lo que diferenciarse es una de las claves para destacar por encima del resto.

En un sector como este, una de las cosas más importantes no es solo vender el producto al cliente final, sino atraer inversores y emprendedores para que confíen y apoyen el proyecto. Existen dos factores que resultan decisivos a la hora de marcar la diferencia: la visibilidad y la reputación. ¿Por qué la visibilidad es fundamental? Al encontrarse en un mercado sobrecargado, necesitan captar inversores con el objetivo de poder llevar a cabo una expansión de la franquicia.

EL PAÍS Profesional ofrece una notoriedad que es clave para competir frente a decenas de marcas que son similares. A partir de la visibilidad, que provoca una mayor aparición de la franquicia en todos los ámbitos, también hay que reafirmar el negocio, con el fin de que los emprendedores se decanten por ese. La reputación, otra clave. Otro de los factores trascendentales para que la franquicia sea más conocida es la reputación. En este aspecto, es importante que la franquicia aparezca en medios importantes, es decir, que aparezca en un medio de comunicación con rigor y trayectoria informativa para generar una mayor confianza. La característica que ofrece EL PAÍS Profesional es el posicionamiento que tiene el medio de comunicación tanto en buscadores como en inteligencias artificiales. Esto provoca que los clientes que contratan la suscripción multipliquen su alcance y aumenten exponencialmente su

autoridad SEO. El director de marketing B2B en Grupo PRISA, Ricardo Fernández, expresa: "EL PAÍS Profesional es la plataforma donde las franquicias se hacen visibles para atraer socios, consolidar su reputación y crecer en un mercado competitivo." Beneficios extra para las franquicias El valor de la visibilidad no solo se encuentra en atraer franquiciados, sino captar inversores, puesto que estar en un entorno premium donde los emprendedores se informan y toman decisiones, es un beneficio clave en el marketing para franquicias. Además, las empresas franquiciadoras que formen parte de la comunidad FIS o que participen en el propio evento tendrán la oportunidad de optar a un descuento exclusivo del 50% para el Plan Guía + Reportaje para franquicias. Se trata de una oportunidad exclusiva y limitada para apoyar específicamente al sector, que podrás solicitar en elpais.com/franquicias. Para una franquicia, la visibilidad para franquicias en EL PAÍS Profesional no es solo marketing, es una palanca estratégica para crecer, atraer socios y consolidar su reputación en el mercado. EL PAÍS Profesional en FIS 2025 El equipo de EL PAÍS Profesional participará en la feria de franquicias FIS de este año como socio estratégico del sector franquicias con el objetivo de acercar el conocimiento y la experiencia del sector de la comunicación a estas empresas. Podéis conocer algunos casos de éxito de otras empresas en el stand que tendremos en FIS 2025.

Superficie **100%** Audiencia **11.585** Valoración **391€**

La Red de Empresarios del Mediterráneo (REM) traslada su foro mensual a la ciudad madrileña el 16 de octubre

ALICANTE. La Red de Empresarios del Mediterráneo (REM) traslada su foro mensual de octubre a Madrid para formar parte del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre . Una cita estratégica que reunirá a empresas, instituciones y expositores en un espacio diseñado para la innovación, el networking y la creación de nuevas sinergias.

El stand de REM (A202) se ubicará en una zona preferencial junto a Restauración News, ganador del premio en el foro de verano. Allí, REM contará con un espacio dinámico para potenciar contactos empresariales y fomentar la colaboración entre entidades.

Un foro con 'sabor mediterráneo'

En este marco, REM celebrará su Foro de Octubre el 16 de octubre a partir de las 12 horas, con el siguiente programa:

- 12 horas – Inicio de la jornada: encuentro con asociaciones, empresarios, expositores e instituciones de la mano de REM.

- 13.30 horas – Almuerzo privado 'Sabores REM' en el lounge, con la presencia de instituciones y representantes de los Ayuntamientos de Palencia, Chiclana de la Frontera y Madrid, junto a expositores invitados.

- 15.30 horas – Foro 'Mediterráneo: Comunidad Empresarial Invitada'

Una mesa redonda "con visión y liderazgo"

La mesa redonda contará con la presencia de referentes empresariales que aportarán su experiencia y visión sobre la cooperación intersectorial:

Mila Llopis, Presidenta de AME (Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de Valencia), destacará el papel del liderazgo femenino en la gestión empresarial, Pasqual Sanchis, de Jijona S.A ., aportará la visión de una empresa centenaria que combina tradición e innovación en el sector agroalimentario. Daniel Morata, fundador de Emanantial , compartirá su experiencia en el impulso de proyectos sostenibles y con impacto social, Francisco Chico de Guzmán, CEO de REM Relaciones Empresariales del Mediterráneo , abordará el valor de las alianzas estratégicas entre empresas e instituciones, Manuel Álvarez-Gómez, Director Comercial Iberia de Grupo Catral , expondrá el crecimiento de una empresa líder en soluciones sostenibles para el hogar y el jardín y Regina Monsalve Secretaria del Comité d'Agricultura Ecològica de la Comunitat Valenciana (CAECV), que aportará su perspectiva sobre calidad y sostenibilidad en el sector ecológico.

Espacio REM: Innovación, conexión y marca

En el stand de REM participarán marcas colaboradoras que representan el espíritu emprendedor y la diversidad del ecosistema mediterráneo:

Strat Consultores: expertos en estrategia empresarial, acompañan a las empresas en sus procesos de crecimiento y transformación.

A3sides Software Solutions : desarrolladores de soluciones digitales que optimizan la gestión empresarial y mejoran la experiencia de cliente.

Bechi Natural : marca alicantina especializada en complementos alimenticios naturales, con una fuerte apuesta por la salud y el bienestar.

Alquidermis : empresa dedicada a la cosmética dermatológica avanzada, con productos formulados a partir de ciencia e innovación natural.

Jijona S.A.: símbolo de la tradición turroneira alicantina, con más de 90 años de historia exportando calidad y excelencia al mundo.

Clickmi: agencia de marketing digital que impulsa la visibilidad online de las empresas con estrategias creativas y efectivas.

Cóctel 'Sabores del Mediterráneo'

Durante el cóctel degustación 'Sabores del Mediterráneo', los asistentes podrán disfrutar de productos representativos de nuestra cultura gastronómica, con la participación de Coca de Aurora , elaboradora artesanal que mantiene viva la tradición gastronómica alicantina, productos del Comité d'Agricultura Ecològica de la Comunitat Valenciana (CAECV), que promocionará a su vez los productos ecológicos de calidad de la zona o Las Tartas de Julita , firma reconocida por sus recetas caseras que combinan tradición y creatividad, entre otras marcas serán las encargadas de poner el sabor mediterráneo en el Metropolitano.

Sinergias que impulsan el futuro empresarial

Por el stand de REM pasarán fundaciones, empresas y asociaciones que contribuirán a generar nuevas alianzas y oportunidades de cooperación:

Federación de Mercados de Madrid: impulsando la modernización y dinamización del comercio tradicional.

Cámara de Brasil: fortaleciendo los vínculos empresariales entre España y Latinoamérica.

- Consulado de Malta: promotor de relaciones bilaterales y oportunidades internacionales para las empresas mediterráneas.

Asociación de Emprendedoras de la Comunidad Valenciana: apoyo activo al liderazgo y empoderamiento femenino.

Idemice: agencia especializada en la organización de eventos corporativos y experiencias MICE, conectando empresas y territorios a través de encuentros estratégicos.

Fútbol Club Villarreal: ejemplo de gestión y compromiso social a través del deporte.

Confederación Valenciana de Empresas: plataforma que representa y apoya al tejido empresarial valenciano.

Colegio de Arquitectos de Alicante: promotor de la innovación y la sostenibilidad en el diseño urbano y arquitectónico.

- Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana: garante de la producción responsable y sostenible.

Revista News: medio especializado en actualidad empresarial y comunicación corporativa.

Asociación México España: puente de colaboración empresarial y cultural entre ambos países.

Club de Empresarios de Madrid: red de networking para la cooperación y el crecimiento empresarial.

Woman Forward Madrid: organización que impulsa la igualdad y la participación de la mujer en la empresa.

Asociación del Deporte Español (ADESP): institución que fomenta la gestión ética y profesional del deporte en España.

Un reconocimiento a la confianza

En el marco del foro, REM rendirá un reconocimiento especial a la confianza y al compromiso empresarial.

Durante el encuentro, se distinguirá a Loli Riquelme directora general de La Mafia se sienta a la mesa , por ser la primera franquicia que formó parte de REM, consolidando una relación basada en la colaboración y la visión compartida de crecimiento.

Asimismo, se reconocerá a Eduardo Abadía , quien lleva más de 30 años en el sector de la franquicia y es una figura clave en España, habiendo sido testigo del crecimiento y consolidación del sistema franquiciador en el país, y además, preside la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Abadía, es una figura destacada en el mundo empresarial valenciano y referente en la promoción del emprendimiento y la innovación y como embajador de REM, su papel ha sido clave para conectar empresas emergentes con maduras, impulsar iniciativas de responsabilidad social y fortalecer la visibilidad de REM tanto a nivel local como nacional

Un espacio para crecer juntos

REM reafirma así su compromiso de acompañar a las empresas hacia nuevos contactos y oportunidades de expansión. “ Estamos convencidos de que este foro será más especial que nunca, y de que será el punto de partida de muchas sinergias entre nuestras empresas y las instituciones presentes” , destacan desde la organización del que sin duda será uno de los foros más especiales de la temporada en un lugar mágico y con un ambiente propicio para que surjan las sinergias entre empresas.

REM celebra su foro de octubre en el marco del Franchise Innovation Summit en Madrid

La Red de Empresarios del Mediterráneo (REM) traslada su foro mensual a la ciudad madrileña el 16 de octubre



Franchise Innovation Summit (FIS), en imagen de archivo. Foto: PLAZA

Últimas Noticias

- 1 Eche sigue con su plan de peatonalizaciones: turno de plataforma única para Major del Pla
- 2 El Parque Científico de la UA acoge la séptima edición del CIENCIATHON, maratón de ciencia y tecnología
- 3 Seísmo en el equipo de Gobierno de San Vicente: Vox atiza al PP por no incluir la rebaja del IBI
- 4

Información práctica

El evento se celebrará en el estadio Riyadh Air Metropolitano. Para quienes viajen desde Alicante, REM recomienda el AVE de las 08:35h con llegada a Madrid-Chamartín a las 11:08 horas. Las opciones de regreso disponibles son a las 18 horas, 19 horas y 20 horas.

La asistencia requiere registro previo. Para confirmar la participación, las personas interesadas pueden escribir a: administracion@remalicante.es.

Para más información sobre el foro de REM dentro de FIS - Franchise Innovation Summit en Madrid escribenos a: comunicacion@remalicante.es

Superficie **100%** Audiencia **5.360** Valoración **61€**

Chiclana estará presente en la **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025 de Madrid, uno de los foros más importantes del país sobre oportunidades de negocio y expansión de franquicias, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de la capital. El encuentro, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF), reunirá a representantes municipales, emprendedores, inversores y expertos del sector.

El alcalde de Chiclana, José María Román, participará en el I Foro Ciudades & Franquicia, que se desarrollará tras la inauguración del evento, donde presentará a Chiclana como una ciudad atractiva para invertir y establecer negocios franquiciados. En esta cita también intervendrán representantes de los ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía.

Bajo el lema “Franquicias que levantan pasiones”, el foro pretende mostrar los distintos modelos de crecimiento y expansión que ofrece este tipo de negocio. José María Román ha explicado que la presencia de Chiclana en esta cita “servirá para exponer que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven, en pleno crecimiento, con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años”.

El regidor ha subrayado que Chiclana “es un destino implicado en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030 y con una vocación turística muy consolidada”. Ha recordado que la ciudad se ha convertido en el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y un total de 4,7 millones de pernoctaciones anuales, procedentes tanto del mercado nacional como internacional, con predominio de visitantes alemanes, británicos y franceses.

Román también ha destacado la accesibilidad de Chiclana, “una ciudad bien conectada con cuatro aeropuertos en su entorno”, y su “ecosistema muy emprendedor con 5.200 autónomos, una cifra que supera la media de la Bahía, de la provincia e incluso las medias regional y nacional”.

El alcalde ha agradecido a la Asociación Española de la Franquicia la doble oportunidad brindada a la ciudad, primero por acoger el pasado 18 de septiembre el foro “Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes”, celebrado en Chiclana, y después por invitarla a participar en el **FIS** de Madrid. “A veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”, señaló entonces el regidor, quien ahora insiste en “agradecer a la AEF que haya dado a Chiclana ese doble protagonismo, primero viniendo a la ciudad en septiembre y, a continuación, dándole su sitio en un foro tan importante como el de Madrid, para poder seguir creciendo económicamente”.

El **Franchise Innovation Summit** se celebra en formato congresual, con jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales, orientados a profesionales del emprendimiento, inversores, franquiciados, franquiciadores, retailers, empresas de servicios y escuelas de negocios. El evento está centrado en el análisis y desarrollo de las tendencias más innovadoras del mundo de las franquicias y el retail.

En España existen actualmente unos 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos, lo que convierte al sector en uno de los motores del tejido económico nacional.

Portal de **CÁDIZ**
Publicación Digital**Chiclana busca atraer inversión y franquicias en el mayor foro nacional del sector en Madrid**Publicado: Viernes, 10 Octubre 2025 13:21
Escrito por Jesús M. López

Superficie **100%** Audiencia **455** Valoración **5€**

Participación destacada en el **Franchise Innovation Summit** Promovido por la Asociación Española de la Franquicia , el evento tendrá lugar los días 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. La agencia Wanatop contará con stand propio , presentará el caso de éxito de La Mafia se sienta a la mesa y acompañará a su cliente Show2be , organizador del **FIS**.

Una cita clave para el sector

El **Franchise Innovation Summit (FIS)** se presenta como un punto de encuentro imprescindible para las franquicias, reuniendo a expertos que compartirán tendencias, herramientas y estrategias de expansión . Más de 120 marcas y 100 ponentes participarán en los dos auditorios del recinto. Entre ellos, Wanatop formará parte como agencia digital especializada en marketing para franquicias , impulsando nuevas sinergias y oportunidades estratégicas entre marcas.

Experiencia en el ámbito de las franquicias

Aunque la agencia trabaja con clientes de sectores muy diversos, su trayectoria en el ámbito de las franquicias, especialmente en restauración, es especialmente relevante. Cadenas como Sibuya o La Mafia se sienta a la mesa forman parte de su cartera de clientes.

Durante el **FIS**, los asistentes podrán conocer en detalle el caso de éxito de La Mafia se sienta a la mesa de la mano de Carolina Iguaz , Chief Business Officer de Wanatop, y Javier Salas , director de Expansión de la marca. Desde que esta cadena confió en la agencia, su crecimiento ha sido constante, lo que demuestra cómo una estrategia digital omnicanal adecuada puede potenciar el desarrollo de las franquicias.

Presencia activa en el evento

Además de su participación en las ponencias, Wanatop contará con un stand propio donde el equipo de Desarrollo de Negocio, formado por Esther Bermejo y Pablo Obis , presentará su propuesta de valor en marketing digital para franquicias. Los visitantes podrán escanear un código QR que les permitirá acceder a un análisis digital de alto rendimiento y participar en el sorteo de una experiencia termal en el Balneario de Fitero

La agencia también estará presente de forma indirecta, ya que Show2be , organizadora del evento, es partner estratégico de Wanatop . Además de acompañarla en su estrategia digital, también colaborará en la cobertura comunicativa del congreso

Compromiso con la innovación digital

Con su participación en el **FIS**, Wanatop reafirma su compromiso como socio estratégico de referencia para franquicias que buscan crecer en un entorno digital cada vez más competitivo. La agencia consolida así una línea de especialización que le permite acompañar a las marcas en todas las fases de su estrategia online, desde la captación de clientes hasta la consolidación de su presencia en el mercado.

Sobre Wanatop

Con sede en Zaragoza y presencia a nivel nacional, Wanatop es una de las agencias de marketing digital más reconocidas de España. Está avalada por entidades como Google Meta Amazon y ActiveCampaign , y cuenta con clientes de gran proyección nacional e internacional.

Con más de 50 especialistas en diferentes áreas —SEO, SEM, Social Media, Paid Media, analítica, comunicación, diseño y desarrollo web—, Wanatop se distingue por obtener resultados medibles y sostenibles para líderes digitales de referencia.

Dirección: C/ Pablo Ruiz Picasso, 10 · 50018 Zaragoza

Teléfono:



José María Román mostrará la ciudad como motor económico de la Bahía en el que instalar estos negocios y agradece a la Asociación Española de la Franquicia la oportunidad de organizar el foro del mes pasado y la invitación al FIS

El alcalde de Chiclana, José María Román participará en la Franchise Innovation Summit (FIS) 2025 de Madrid, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebrará los días 15 y 16 en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

En este sentido, el regidor chiclanero participará en el I Foro Ciudades & Franquicia, que se desarrollará tras el acto de inauguración, para exponer las posibilidades de Chiclana como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados. Así, junto al alcalde de Chiclana, también participarán en este Foro de Ciudades los representantes de los ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía.

Bajo el lema 'Franquicias que levantan pasiones', el encuentro pretende dar visibilidad a los diferentes modelos de expansión que ofrecen las franquicias. En este sentido, José María Román destaca que “vamos al evento para exponer que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven, en pleno crecimiento, con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años”.

“Chiclana es un destino implicado en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030 y con una vocación turística muy consolidada, logrando ser el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y 4,7 millones de pernoctaciones, procedentes tanto del mercado nacional como del internacional, con alemanes, británicos y franceses como principales clientes”, indica el alcalde, quien recuerda la accesibilidad a la ciudad a través de cuatro aeropuertos en su entorno y un ecosistema muy emprendedor con 5.200 autónomos, una cifra que supera en relación con su población a la media de la Bahía, de la provincia, que incluso deja atrás a la media regional y nacional.

Hay que resaltar que el FIS da continuidad al Foro 'Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes', que se celebró en Chiclana el día 18 de septiembre e impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Ya entonces, el regidor chiclanero destacaba que “a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”.

El alcalde ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias que “le haya dado a Chiclana ese doble protagonismo, primero viniendo a Chiclana en septiembre y, a continuación, dándole a la ciudad su sitio en un foro tan importante como el de Madrid, para poder seguir creciendo económicamente”.

El FIS tiene un formato congresual, compuesto por jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales. Una cita para profesionales emprendedores, inversores, franquicias, franquiciadores, retailers, empresas de servicios, escuelas de negocios... centrado en el análisis y desarrollo de las tendencias y oportunidades más innovadoras en el mundo de las franquicias y el retail.

Finalmente, indicar que en España existen unos 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos.



Superficie **100%** Audiencia **77** Valoración **2€**

José María Román participará en el I Foro Ciudades & Franquicia del **FIS**, destacando el potencial económico, turístico y emprendedor de Chiclana como destino para negocios franquiciados.

El alcalde de Chiclana, José María Román, participará los días 15 y 16 de octubre en la **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025 de Madrid, un foro organizado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) con el objetivo de generar oportunidades de negocio y atraer inversores. El regidor chiclanero intervendrá en el I Foro Ciudades & Franquicia, que se desarrollará tras el acto de inauguración, para exponer las ventajas de Chiclana como ciudad idónea para instalar franquicias y fomentar la inversión en la zona.

Junto al alcalde de Chiclana, también participarán representantes de los ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía, en un foro que busca mostrar la capacidad de distintos municipios para acoger negocios franquiciados bajo el lema “Franquicias que levantan pasiones”

Durante su intervención, José María Román resaltarán que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven y en crecimiento con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años. Además, subrayará el compromiso de la ciudad con proyectos transformadores, alineados con la Agenda Urbana 2030, y su consolidada vocación turística, siendo el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y 4,7 millones de pernoctaciones, procedentes principalmente de Alemania, Reino Unido y Francia.

El alcalde también destacará la accesibilidad de Chiclana mediante cuatro aeropuertos cercanos y un ecosistema emprendedor robusto, con 5.200 autónomos, superando la media de la Bahía, de la provincia e incluso de Andalucía. Román considera que la ciudad ofrece un entorno favorable para la expansión de franquicias gracias a su dinamismo económico, población activa y creciente atractivo comercial.

El **FIS** 2025 tiene un formato congresual que combina jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales, dirigido a profesionales, inversores, franquicias, franquiciadores, retailers, empresas de servicios y escuelas de negocios. El evento se centra en analizar las tendencias más innovadoras en franquicias y retail, ofreciendo un espacio para conectar marcas líderes con territorios estratégicos.

Esta participación de Chiclana da continuidad al Foro ‘Ciudades & Franquicia’ celebrado el 18 de septiembre en la ciudad, también impulsado por la AEF. En aquella ocasión, Román señaló que “a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”, resaltando la importancia de las franquicias como motor de emprendimiento local.

El alcalde chiclanero ha expresado su agradecimiento a la Asociación Española de la Franquicia por brindar a Chiclana la oportunidad de protagonizar ambos foros, primero en la ciudad y posteriormente en Madrid, fortaleciendo la proyección económica y turística de la localidad.

España cuenta actualmente con alrededor de 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos, lo que refleja la relevancia de este modelo de negocio para la economía nacional y la oportunidad que representa para ciudades como Chiclana.

Con su participación en el **Franchise Innovation Summit** 2025, Chiclana busca consolidarse como un destino estratégico para la inversión y el desarrollo de franquicias, mostrando su potencial económico, su tejido empresarial dinámico y su atractivo turístico, y reforzando su imagen como ciudad innovadora y abierta a nuevas oportunidades de negocio.



José María Román mostrará la ciudad como motor económico de la Bahía en el que instalar estos negocios y agradece a la Asociación Española de la Franquicia la oportunidad de organizar el foro del mes pasado y la invitación al FIS

El alcalde de Chiclana, José María Román , participará en la Franchise Innovation Summit (FIS) 2025 de Madrid, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebrará los días 15 y 16 en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid

En este sentido, el regidor chiclanero participará en el I Foro Ciudades & Franquicia , que se desarrollará tras el acto de inauguración, para exponer las posibilidades de Chiclana como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados. Así, junto al alcalde de Chiclana, también participarán en este Foro de Ciudades los representantes de los ayuntamientos de Palencia Toledo Pozuelo de Alarcón y La Nucía

Bajo el lema 'Franquicias que levantan pasiones' , el encuentro pretende dar visibilidad a los diferentes modelos de expansión que ofrecen las franquicias. En este sentido, José María Román destaca que "vamos al evento para exponer que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven, en pleno crecimiento, con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años".

"Chiclana es un destino implicado en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030 y con una vocación turística muy consolidada, logrando ser el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y 4,7 millones de pernoctaciones , procedentes tanto del mercado nacional como del internacional, con alemanes, británicos y franceses como principales clientes", indica el alcalde, quien recuerda la accesibilidad a la ciudad a través de cuatro aeropuertos en su entorno y un ecosistema muy emprendedor con 5.200 autónomos, una cifra que supera en relación con su población a la media de la Bahía, de la provincia, que incluso deja atrás a la media regional y nacional.

Hay que resaltar que el FIS da continuidad al Foro 'Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes', que se celebró en Chiclana el día 18 de septiembre e impulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Ya entonces, el regidor chiclanero destacaba que "a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible".

El alcalde agradece a la Asociación Española de Franquicias que "le haya dado a Chiclana ese doble protagonismo, primero viniendo a Chiclana en septiembre y, a continuación, dándole a la ciudad su sitio en un foro tan importante como el de Madrid, para poder seguir creciendo económicamente".

El FIS tiene un formato congresual, compuesto por jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales. Una cita para profesionales emprendedores, inversores, franquicias, franquiciadores, retailers, empresas de servicios, escuelas de negocios... centrado en el análisis y desarrollo de las tendencias y oportunidades más innovadoras en el mundo de las franquicias y el retail.

Finalmente, indicar que en España existen unos 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos.

Chiclana se presentará en el Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores

José María Román mostrará la ciudad como motor económico de la Bahía en el que instalar estos negocios y agradece a la Asociación Española de la Franquicia la oportunidad de organizar el foro del mes pasado y la invitación al FIS

Más noticias de Chiclana



20 | PROVINCIA | CHICLANA

Lunes 13 de octubre de 2025 | Diario de Cádiz

Chiclana acudirá al Foro de Franquicias de Madrid para captar inversores

José María Román mostrará la ciudad como el motor económico de la Bahía en pleno crecimiento para atraer estos negocios

REDACCIÓN Chiclana

El alcalde, José María Román, participará en la **Franchise Innovation Summit** (FIS) 2025 de Madrid, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebrará los días 15 y 16 en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

En este sentido, el regidor chiclanero participará en el I Foro Ciudades & Franquicia, que se desarrollará tras el acto de inauguración, para exponer las posibilidades de Chiclana como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados. Así, junto al alcalde de Chiclana, también participarán en este Foro de Ciudades los representantes de los ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón y La Nucía.

Bajo el lema *Franquicias que levantan pasiones*, el encuentro pretende dar visibilidad a los diferentes modelos de expansión que ofrecen las franquicias. En este sentido, José María Román destacó que “vamos al evento para exponer que Chiclana es el motor económico de la Bahía de Cádiz, un municipio joven, en pleno crecimiento, con 93.000 habitantes y una media de edad de 41 años”.

“Chiclana es un destino implicado en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030 y con una vocación turística muy consolidada, logrando ser el tercer destino turístico más cotizado de España, con una tarifa media hotelera de 260 euros en agosto y 4,7 millones de pernoctaciones, procedentes tanto del



SONIA RAMOS

Chiclaneros, por una de las calles del centro de la ciudad.

mercado nacional como del internacional, con alemanes, británicos y franceses como principales clientes”, indicó el alcalde, quien recordó la accesibilidad a la ciudad a través de cuatro aeropuertos en su entorno y un ecosistema muy emprendedor con 5.200 autónomos, una cifra que supera

en relación con su población a la media de la Bahía, de la provincia, que incluso deja atrás a la media regional y nacional.

Hay que resaltar que el FIS da continuidad al Foro ‘Ciudades & Franquicia: un puente entre territorios y marcas líderes’, que se celebró en Chiclana el día 18 de septiembre e im-

pulsado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Ya entonces, el regidor chiclanero destacaba que “a veces la franquicia es el puente que te ayuda a montar un negocio que, de forma independiente, no es posible”.

El alcalde agradeció a la Asociación Española de Franquicias que “le haya dado a Chiclana ese doble protagonismo, primero viniendo a Chiclana en septiembre y, a continuación, dándole a la ciudad su sitio en un foro tan importante como el de Madrid, para poder seguir creciendo económicamente”.

Recuerda que la ciudad es el tercer destino turístico más cotizado de España

El FIS tiene un formato congresual, compuesto por jornadas, talleres, salas de demostraciones y encuentros comerciales. Una cita para profesionales emprendedores, inversores, franquicias, franquiciadores, retailers, empresas de servicios, escuelas de negocios... centrado en el análisis y desarrollo de las tendencias y oportunidades más innovadoras en el mundo de las franquicias y el retail. En España existen unos 80.000 establecimientos franquiciados, que generan más de 320.000 empleos directos.

El Ayuntamiento y Cáritas firman un convenio para la ayuda a personas con menos recursos

12.000 euros se destinaron al mantenimiento del centro social Padre Francisco Hernández

El alcalde, José María Román, y el director de Cáritas Diocesana de Cádiz, Francisco Pablo García, firman un convenio de colaboración para el mantenimiento del centro social Padre Francisco Hernández. El convenio, que se firmó el día 12 de octubre, establece que el Ayuntamiento de Chiclana de la Bahía se compromete a destinar 12.000 euros al mantenimiento del centro social Padre Francisco Hernández durante el año 2025. Este convenio forma parte de un acuerdo más amplio de colaboración entre el Ayuntamiento de Chiclana y Cáritas Diocesana de Cádiz, que incluye la gestión de otros servicios sociales y la atención a personas con menos recursos.

La finalidad del convenio es ofrecer una atención integral a las personas con menos recursos y facilitarles el acceso a los servicios sociales. El convenio establece que el Ayuntamiento de Chiclana se compromete a destinar 12.000 euros al mantenimiento del centro social Padre Francisco Hernández durante el año 2025. Este convenio forma parte de un acuerdo más amplio de colaboración entre el Ayuntamiento de Chiclana y Cáritas Diocesana de Cádiz, que incluye la gestión de otros servicios sociales y la atención a personas con menos recursos.

El convenio social se constituye como un acuerdo flexible para adaptarse a las necesidades y prioridades del territorio, que incluye la atención a las personas con menos recursos y la gestión de otros servicios sociales.



El centro social Padre Francisco Hernández en una imagen de archivo.

El convenio social se constituye como un acuerdo flexible para adaptarse a las necesidades y prioridades del territorio, que incluye la atención a las personas con menos recursos y la gestión de otros servicios sociales.

El convenio social se constituye como un acuerdo flexible para adaptarse a las necesidades y prioridades del territorio, que incluye la atención a las personas con menos recursos y la gestión de otros servicios sociales.



Ya está aquí la Semana de la Franquicia . Del lunes 13 y hasta el viernes 17 de octubre, la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y la empresa Show2Be han organizado diversas eventos relacionados con este sistema de comercialización empresarial, como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness de Madrid y el FISkathon, como actividades paralelas a la celebración los días 15 y 16 de octubre de la segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS), en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

¿Qué es Franquitour?

FIS ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, donde enseñas de primer nivel forman parte de un recorrido exclusivo por las flagships stores de las marcas participantes en FIS 2025, que tendrá lugar el martes 14 de octubre, con salida a las 11:30 desde el Riyadh Air Metropolitano. Una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector, que desean conocer de primera mano los formatos más emblemáticos.

La Gran Quedada Fitness: entrena dentro del Metropolitano

Un encuentro único y gratuito que se celebrará el próximo 14 de octubre a las 18:00 horas en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid y que consistirá en una sesión guiada de Group Training dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness, para un máximo de 250 personas, y con colaboradores como La Fresería, DIA y Jean Louis David. Este encuentro busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro.

FISkathon

Se trata de un hackathon presencial y temático que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador, para diseñar modelos de negocio franquiciables alineados con las nuevas generaciones. El principal objetivo de esta iniciativa es revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones, presentándolo como una alternativa innovadora, además de como una oportunidad real de emprendimiento y una estrategia de crecimiento empresarial.

La final del FISckaton 2025 se celebrará el día 16 de octubre a las 16:30 horas en el Main Auditorium.

El “plato estrella”: FIS2025

El Franchise Innovation Summit (FIS), promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su segunda edición, con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del FIS se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín , Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, y de Óscar Romera Jiménez , Coordinador General de Economía, Comercio y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Al acto de inauguración asistirán también, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia y Pozuelo de Alarcón); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

Dimensión nacional e internacional

En el marco del propio FIS, se vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales.

Foro Ciudades & Franquicias

Un nuevo espacio de diálogo institucional que conectará a diferentes municipios de España con marcas y emprendedores, para impulsar políticas de revitalización comercial y expansión territorial en algunas ciudades. En esta edición las ciudades invitadas a FIS2025 son los Ayuntamientos de Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano.

Presencia internacional

FIS 2025 contará con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil, que estarán en FIS 2025 consolidando al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional.

SPAZIO Restauración News

Hub especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News, con el patrocinio de Mahou San Miguel, que cuenta con un Summit de contenidos propio, donde participarán una treintena de marcas y se debatirán las nuevas tendencias del foodservice y la hostelería organizada.

FIS Academy powered by Franchising & Partnership

El espacio de divulgación en el que las franquicias podrán mostrar sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores.

Todas estas iniciativas se ven reforzadas con una novedosa herramienta de networking y oportunidades de negocio, FIS&Meet: una zona de reuniones “one to one”, que sigue la fórmula del ‘speed networking’ y actividades sociales para conectar marcas con inversores, franquiciados y proveedores estratégicos.

En relación con esta Semana de la Franquicia, Luisa Masuet , presidenta de la AEF, asegura que “ todos los eventos y actividades que van a celebrarse durante esta semana van a contribuir a reforzar al sistema de franquicias, como un modelo de negocio maduro y profesional ”.

Por su parte, Eduardo Abadía , director ejecutivo de la AEF, comenta que “ la Semana de la Franquicia es un punto de inflexión, a la hora de dar a conocer más a fondo todo lo relacionado con esta fórmula comercial, tanto para inversores como para emprendedores que quieran formar parte de la misma ”.

Raúl Calleja , director del evento, afirma que FIS es “ mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica ”. Además, añade que “ promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia ”.

Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López , subraya que “ el papel de BBVA como patrocinador principal en el Franchise Innovation Summit refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución ”.



Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **35€**

Compartir: Por Claudio M. Novoa Empecemos este Especial Franquicias Emergentes 2025 hablando de lombrices.

En su libro *El río de la conciencia* Oliver Sacks nos muestra el poder mayúsculo de estos animales, a lo largo de millones de años, para labrar el suelo y cambiar así la apariencia de nuestro planeta.

Se detiene Sacks en la fuerza de las lombrices para triturar partículas de roca, hasta el punto que un total de 10 toneladas de tierra atraviesa anualmente sus cuerpos y suben a la superficie. “El resultado, para un país del tamaño de Gran Bretaña, en un periodo no muy prolongado en términos geológicos, como el de un millón de años, no puede resultar insignificante”, explica al añorado neurólogo y divulgador.

Con esta curiosidad del reino animal queremos reivindicar el valor de lo pequeño, del cuidado por el detalle, de cómo lo diminuto puede tener un impacto a gran escala, de cómo la labor discreta y constante puede transformar tu entorno. Si lo pensamos, estas podrían ser algunas de las máximas que guíaran la correcta gestión de un negocio y con seguridad las encontramos en muchos modelos de franquicia, donde la precisión a todos los niveles, ese cuidado por los detalles y la constancia son críticos para transformar un concepto pequeño en algo grande.

La franquicia: el crecimiento como norma

Una hoja de ruta, por otro lado, que observamos en los conceptos emergentes que pueblan este especial, con propuestas que inyectan una dosis extra de vigor a un mercado de la franquicia ya con una buena dinámica.

“El comportamiento del sistema evoluciona de manera positiva, como lo demuestra el buen ritmo de aperturas que se están llevando a cabo en la gran mayoría de los sectores que lo integran”, señala Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia (AEF). “Y somos optimistas en pensar que seguirá creciendo en todas sus variables en España, con previsiones bastante halagüeñas”.

Completa la lectura Raúl Calleja, director de Franchise Innovación Summit (FIS). “De cara al cierre de este ejercicio, las previsiones son moderadamente optimistas. Esperamos mantener o incluso incrementar ligeramente la facturación global del sistema [35.575 millones de euros en 2024 según la AEF], estabilizar el empleo por encima de los 380.000 trabajadores y seguir observando un crecimiento ordenado en el número de unidades, especialmente en sectores como el food retail, la salud, el bienestar y los servicios de proximidad. Grandes cadenas como Charter (Consum) o Carrefour Express ya han anunciado planes de expansión relevantes, lo cual es un indicador de confianza en el formato”.

En una línea similar, Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias, subraya la fuerte demanda de información por parte de emprendedores y también de perfiles inversores que buscan rentabilidad en sectores concretos. “A su vez, cada vez más negocios consolidados se plantean la franquicia como vía de crecimiento estructurado”.

Tendencias a seguir de cerca

Regresamos por un instante al subsuelo del inicio, ya que nos sirve para introducir un modelo de negocio emergente protagonizado por otros animales –emparentados en tamaño con nuestras queridas lombrices–, como son las moscas soldado negro; sus larvas transforman residuos orgánicos locales en proteína y fertilizante con una huella ambiental mínima, “en un enfoque genuino de economía circular”, como explican los impulsores de Insectius, marca especializada en la instalación de granjas modulares llave en mano.

Y es que la sostenibilidad es una de las grandes tendencias sobre las que orbitarán muchas de las oportunidades emergentes de los próximos años, junto a “la digitalización y la adaptación a nuevos hábitos de consumo”, sostiene Calleja. “Vemos una clara evolución hacia conceptos diferenciadores y únicos, que trabajan la experiencia del cliente, que invierten en marca y en comunidad, y desde luego modelos más flexibles, más pequeños, de menores inversiones, en ciudades más pequeñas buscando proximidad. Hablamos de soluciones de franquicia como las microfranquicias, los pop-ups o las dark kitchens, que permiten escalar con menores costes y mayor agilidad”.

Diego Aldrey, consultor ejecutivo de mundoFranquicia, apunta a modelos take-away y delivery, “con negocios optimizados para el consumo fuera del local, con alta rotación y menor inversión inicial”.

A los anteriores, añade Aldrey la restauración fast casual –“formatos que combinan rapidez, calidad y una experiencia cuidada, con foco en ingredientes frescos, saludables y sostenibles”– y modelos tipo córner y formatos híbridos –“espacios reducidos dentro de otros establecimientos o en ubicaciones estratégicas como estaciones, aeropuertos o centros comerciales”–.

Para Salvador, las tendencias más destacadas en el corto y medio plazo giran en torno a conceptos vinculados a la salud (alimentación equilibrada, bienestar personal, entrenamiento funcional...), el tiempo libre (ocio experiencial, gaming etc.) y los negocios que integran tecnología para automatizar procesos y reducir dependencia del personal.

Franquicias emergentes: rompedoras en cadena

Para continuar con el carrusel de ideas, nos detenemos en aquellos conceptos de negocio disruptivos y/o que estén experimentando crecimientos significativos en el extranjero, con hueco en el mercado español. “Aquí hablaría, por ejemplo, de los fitness tecnológicos o del auge de las heladerías y cafeterías premium con fuerte identidad de marca; también estamos viendo un crecimiento imparable en conceptos retail low-cost sostenibles. Se trata de modelos bien estructurados, con márgenes optimizados y una propuesta de valor clara”, explica Calleja.

Aldrey se fija en la restauración temática y experiencial –“combina gastronomía con ambientaciones inmersivas o culturales, un enfoque muy atractivo para el consumidor joven y urbano”–, y en las franquicias digitales, con su apuesta por negocios sin local físico, “como asesorías online, formación a distancia, servicios creativos y consultoría especializada”.

Reflexiona Abadía que los emprendedores que apuestan por traer conceptos extranjeros a nuestro país suelen focalizar su interés en Estados Unidos, “la cuna de la franquicia”. Desde allí “han aterrizado en España 48 marcas y hay algunas otras que presentan buenas oportunidades de negocio, en sectores como restauración, talleres mecánicos, formación tecnológica para niños, cuidado de personas mayores, restaurantes especializados en comida de barbacoa...”.

Y finalizamos con una reivindicación, como siempre hacemos, del factor humano, más allá de innovaciones, modelos de negocio y rentabilidades. Dicen desde Olsen Sándwiches que “una buena marca se construye con buenas personas”. Quizás la fórmula de éxito sea algo tan sencillo –y complejo– como esto; o, como mínimo, para empezar a construir algo sólido.

Para descubrir éstas –y otras muchas oportunidades– descarga gratis ahora nuestro Especial Franquicias Emergentes 2025.

Por

Claudio M. Novoa

Suscríbete a nuestra newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



INICIO

FRANQUICIAS/FRANQUICIAS-ACTUALIDAD

Descarga el Especial Franquicias Emergentes 2025

En este especial constatamos cómo los negocios al alza comparten el gusto por los detalles y por acercar experiencias realmente diferenciales.

especial franquicias emergentes 2025

Compartir:



Por

Claudio M. Novoa

Publicado el 13 de Octubre de 2025

Empecemos este Especial Franquicias Emergentes 2025 hablando de lombrices. En su libro *El río de la conciencia* Oliver Sacks nos muestra el poder mayúsculo de estos animales, a lo largo de millones de años, para labrar el suelo y cambiar así la apariencia de nuestro planeta.

Se detiene Sacks en la fuerza de las lombrices para triturar partículas de roca, hasta el punto que un total de 10 toneladas de tierra atraviesa anualmente sus cuerpos y suben a la superficie. “El resultado, para un país del tamaño de Gran Bretaña, en un periodo no muy prolongado en términos geológicos, como el de un millón de años, no puede resultar insignificante”, explica al añorado neurólogo y divulgador.

Con esta curiosidad del reino animal queremos reivindicar el valor de lo pequeño, del cuidado por el detalle, de cómo lo diminuto puede tener un impacto a gran escala, de cómo la labor discreta y constante puede transformar tu entorno. Si lo pensamos, estas podrían ser algunas de las máximas que guíaran la correcta gestión de un negocio y con seguridad las encontramos en muchos modelos de franquicia, donde la precisión a todos los niveles, ese cuidado por los detalles y la constancia son críticos para transformar un concepto pequeño en algo grande.

La franquicia: el crecimiento como norma

Una hoja de ruta, por otro lado, que observamos en los conceptos emergentes que pueblan este especial, con propuestas que inyectan una dosis extra de vigor a un mercado de la franquicia ya con una buena dinámica.

“El comportamiento del sistema evoluciona de manera positiva, como lo demuestra el buen ritmo de aperturas que se están llevando a cabo en la gran mayoría de los sectores que lo integran”, señala **Eduardo Abadía**, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia (AEF). “Y somos optimistas en pensar que seguirá creciendo en todas sus variables en España, con previsiones bastante halagüeñas”.

Completa la lectura **Raúl Calleja**, director de Franchise Innovación Summit (FIS). “De cara al cierre de este ejercicio, las previsiones son moderadamente optimistas. Esperamos mantener o incluso incrementar ligeramente la facturación global del sistema [35.575 millones de euros en 2024 según la AEF], estabilizar el empleo por encima de los 380.000 trabajadores y seguir observando un crecimiento ordenado en el número de unidades, especialmente en sectores como el food retail, la salud, el bienestar y los servicios de proximidad. Grandes cadenas como Charter (Consum) o Carrefour Express ya han anunciado planes de expansión relevantes, lo cual es un indicador de confianza en el formato”.

En una línea similar, **Alberto Salvador**, director comercial de T4 Franquicias, subraya la fuerte demanda de información por parte de emprendedores y también de perfiles inversores que buscan rentabilidad en sectores concretos.

Goldman Sachs ha perdido más de una docena de banqueros de inversión sénior este año, una cifra superior a la habitual, después de que las reorganizaciones internas y un comienzo lento de 2025 les llevaran a buscar nuevas oportunidades, según tres fuentes familiarizadas con la situación.

Algunos banqueros se marcharon porque esperaban que se les pasara por alto en las promociones de este año, incluida la clase de socios de élite de Goldman, mientras que otros se marcharon porque esperaban bonificaciones escasas después de que las operaciones se estancaran en la primera mitad del año, según dos de las fuentes familiarizadas con la situación que se negaron a ser identificadas al hablar de asuntos de personal.

Reuters informa por primera vez sobre la magnitud de las salidas.

A pesar de las salidas, Goldman sigue encabezando las tablas de clasificación de Wall Street en materia de fusiones y adquisiciones, y sus volúmenes de comisiones también se han disparado hasta alcanzar niveles cercanos a los de 2021. Sus ingresos netos por banca de inversión en general en los nueve primeros meses del año aumentaron hasta alcanzar el nivel más alto desde 2021, según datos de Dealogic.

Los banqueros que se marcharon este año se unieron a rivales como JPMorgan Chase, Wells Fargo y Citigroup, mientras que otros se unieron a boutiques como Evercore.

«Siempre buscamos dirigir nuestra empresa al servicio de nuestros clientes y accionistas», afirmó un portavoz del banco en un comunicado. «Goldman Sachs tiene éxito gracias a nuestros excepcionales equipos y a la solidez de nuestra franquicia».

El banco nombrará nuevos socios este año. En 2024, nombró a 95 nuevos socios, entre ellos 26 mujeres.

Este año asesoró a Electronic Arts en su venta por 55 000 millones de dólares a un consorcio de empresas de capital privado y al Fondo de Inversión Pública de Arabia Saudí, y también asesoró a Holcim en la escisión de su negocio norteamericano Amrize, valorado actualmente en 26 000 millones de dólares.

«En general, ha habido menos operaciones, pero de mayor envergadura, lo que ha requerido menos personal», afirmó Stephen Biggar, analista bancario de Argus Research.

Las megatransacciones en todo el sector alcanzaron los 1,26 billones de dólares en fusiones y adquisiciones globales durante el tercer trimestre, lo que supone un aumento del 40 % con respecto al año anterior, según datos de Dealogic. Sin embargo, se firmaron 8912 operaciones, un 16 % menos que el año pasado, lo que supone el peor tercer trimestre en volumen de operaciones en 20 años, según los datos.

El auge de la banca de inversión también ha impulsado las acciones de Goldman, que han subido casi un 38 % este año, superando el aumento del 11 % del índice S&P Financial.

CAMBIOS EN LA DIRECCIÓN

Goldman ha realizado importantes cambios en su dirección este año, introduciendo codirectores en sus principales divisiones y añadiendo seis nuevos miembros a su comité de gestión. La empresa también ha creado una nueva división financiera.

El gigante de Wall Street también adelantó los recortes anuales de personal del mes de septiembre al segundo trimestre de este año. La medida suele tener como objetivo una reducción de plantilla del 3 % al 5 % en función del rendimiento. Según un informe de la empresa, la plantilla se redujo un 2 % hasta los 45 900 empleados en el segundo trimestre en comparación con el primero.

«Las expectativas de un entorno más favorable para las fusiones y adquisiciones llevan tiempo sobre la mesa», afirma Macrae Sykes, gestor de carteras de Gabelli Funds. «Por lo tanto, creo que Goldman Sachs está bien preparada para aprovechar los vientos favorables, dada su franquicia y sus amplias capacidades bancarias. La plantilla puede fluctuar, pero, en mi opinión, no la productividad de la cultura bancaria de la empresa».

A continuación se incluye una lista de algunos de los banqueros de Goldman que han abandonado la empresa este año. No han respondido a las solicitudes de comentarios.

Nombre Nueva empresa Función

Gabe Gelman Baker Brothers Director de Capital

Asesores Soluciones

Citigroup Director general,

David Friedland Codirector para Norteamérica

Banca de inversión

Geddes Johnson FIS Director de Estrategia y Fusiones y Adquisiciones

Bennett Blau Evercore Director general,

Medtech

Todd Eagle Jefferies Director general, Jefe

de Bienes Raíces en EE. UU.

JPMorgan Director general,

Brett Miller Codirector de Software

Banca de inversión

JPMorgan Director general, director

Eric Quanbeck de Tecnología Aplicada

JPMorgan Director general,

Jonathan Servicios empresariales

Slaughter

Devin Wilde Morgan Stanley Director general

BDT y MSD Director general,

Ryan Nolan Socios Codirector global de

Software

Chris DiOrio Wells Fargo Director general, director

de fusiones y adquisiciones industriales

Wells Fargo Director general, jefe

Kieran Ryan de fusiones y adquisiciones de patrocinadores

Access Denied

You don't have permission to access
"http://es.marketscreener.com/noticias/goldman-sachs-pierde-a-banqueros-senior-
tras-la-reorganizaci-n-del-equipo-directivo-y-la-pausa-en-la-ca7d5ad8dc8c1727"
on this server.
Reference #18.7f08c642.1761219718.16bd8edb
https://errors.edgesuite.net/18.7f08c642.1761219718.16bd8edb

Ya está aquí la Semana de la Franquicia. Del lunes 13 y hasta el viernes 17 de octubre, la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y la empresa Show2Be han organizado diversas eventos relacionados con este sistema de comercialización empresarial, como FranquiTour, la Gran Quedada Fitness de Madrid y el FISkathon, como actividades paralelas a la celebración los días 15 y 16 de octubre de la segunda edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

¿Qué es Franquitour? **FIS** ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, donde enseñas de primer nivel forman parte de un recorrido exclusivo por las flagships stores de las marcas participantes en **FIS 2025**, que tendrá lugar el martes 14 de octubre, con salida a las 11:30 desde el Riyadh Air Metropolitano. Una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector, que desean conocer de primera mano los formatos más emblemáticos. La Gran Quedada Fitness: entrena dentro del Metropolitano Un encuentro único y gratuito que se celebrará el próximo 14 de octubre a las 18:00 horas en la terraza interior del Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid y que consistirá en una sesión guiada de Group Training dinamizada por entrenadores de Anytime Fitness, para un máximo de 250 personas, y con colaboradores como La Fresería, DIA y Jean Louis David. Este encuentro busca demostrar que el fitness y el emprendimiento comparten la misma esencia: disciplina, vida sana, equipo, constancia y visión de futuro. Puedes apuntarte AQUÍ

FISkathon Se trata de un hackathon presencial y temático que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador, para diseñar modelos de negocio franquiciables alineados con las nuevas generaciones. El principal objetivo de esta iniciativa es revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones, presentándolo como una alternativa innovadora, además de como una oportunidad real de emprendimiento y una estrategia de crecimiento empresarial.

La final del **FISkathon 2025** se celebrará el día 16 de octubre a las 16:30 horas en el Main Auditorium.

El "plato estrella": **FIS2025 El Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, ha elegido el Estadio Riyadh Air Metropolitano para su segunda edición, con más de 120 marcas participantes, duplicando el número de 2024, así como franquiciados, inversores, emprendedores, comerciantes, instituciones y representantes municipales y empresariales de todos los sectores: Hostelería y Restauración, Retail y Tiendas Especializadas, Fitness, Gimnasios y Bienestar, Inmobiliario o Formación y Enseñanza, entre otros.

La inauguración del **FIS** se celebrará el miércoles 15 de octubre a las 12:00 horas, y correrá a cargo de Ángel Luis Martín Martín, Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, y de Óscar Romera Jiménez, Coordinador General de Economía, Comercio y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Al acto de inauguración asistirán también, entre otras personalidades, representantes de las embajadas de Argentina, Paraguay y Brasil; de la Cámara de Comercio de Brasil; de los

Ayuntamientos adheridos al Foro Ciudades & Franquicias (Chiclana, La Nucía, Palencia y Pozuelo de Alarcón); así como entidades e instituciones como Madrid Foro Empresarial, Hostelería Madrid, CEC, COCAM, CEPYME, la Asociación Egipcia de Franquicias (EFDA) o la Cámara de Comercio Danesa.

Dimensión nacional e internacional En el marco del propio **FIS**, se vuelve a apostar por un formato combinado, en el que la zona expositiva se complementa con un potente programa congresual en el que participarán casi 100 ponentes nacionales e internacionales, que abordarán temas clave como tendencias de consumo, digitalización, retail tech, sostenibilidad, inversión, internacionalización o nuevas fórmulas comerciales. Puedes descargar el programa completo AQUÍ

Foro Ciudades & Franquicias Un nuevo espacio de diálogo institucional que conectará a diferentes municipios de España con marcas y emprendedores, para impulsar políticas de revitalización comercial y expansión territorial en algunas ciudades. En esta edición las ciudades invitadas a **FIS2025** son los Ayuntamientos de

Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía, Chiclana de la Frontera y el Parque-Metropolitano.

Presencia internacional **FIS 2025** contará con marcas expositoras procedentes de Italia, Portugal, Francia, Dubái, México, Egipto, Panamá, Estados Unidos y Brasil, que estarán en **FIS 2025** consolidando al evento no sólo como puente de conexión entre Europa e Iberoamérica, sino como punto de encuentro de referencia del sector a nivel internacional.

SPAZIO Restauración News Hub especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News, con el patrocinio de Mahou San Miguel, que cuenta con un Summit de contenidos propio, donde participarán una treintena de marcas y se debatirán las nuevas tendencias del foodservice y la hostelería organizada.

FIS Academy powered by Franchising & Partnership El espacio de divulgación en el que las franquicias podrán mostrar sus modelos de negocio a potenciales socios, inversores y emprendedores.

Todas estas iniciativas se ven reforzadas con una novedosa herramienta de networking y oportunidades de negocio, **FIS&Meet**: una zona de reuniones "one to one", que sigue la fórmula del 'speed networking' y actividades sociales para conectar marcas con inversores, franquiciados y proveedores estratégicos.

En relación con esta Semana de la Franquicia, Luisa Masuet, presidenta de la AEF, asegura que " todos los eventos y actividades que van a celebrarse durante esta semana van a contribuir a reforzar al sistema de franquicias, como un modelo de negocio maduro y profesional".

Por su parte, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, comenta que " la Semana de la Franquicia es un punto de inflexión, a la hora de dar a conocer más a fondo todo lo relacionado con esta fórmula comercial, tanto para inversores como para emprendedores que quieren formar parte de la misma".

Raúl Calleja, director del evento, afirma que **FIS** es " mucho más que un Summit con una zona showroom de marcas en expansión (...) es una herramienta estratégica y comercial imprescindible para cualquier emprendedor, inversor, empresario, comerciante, franquiciado, retailer... que busque conectar con marcas consolidadas, identificar oportunidades reales de expansión y formar parte del ecosistema franquiciador, que sirve como puente de conexión dinámico entre Europa e Iberoamérica". Además, añade que "promovido por la Asociación Española de la Franquicia, es el puente que une inversión, territorio y modelo de negocio seguro y rentable. Nos sentimos orgullosos de trabajar por y para el sector profesional de la franquicia".

Por su parte, la Responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, subraya que " el papel de BBVA como patrocinador principal en el **Franchise Innovation Summit** refleja el compromiso del banco por ofrecer soluciones integrales que van más allá de la financiación. Queremos seguir siendo el socio estratégico de las franquicias en su camino al éxito, hacia la digitalización y la sostenibilidad, brindándoles el respaldo necesario para prosperar en un entorno en constante evolución



[Inicio](#) [Noticias](#) [Comienza la Semana de la Franquicia](#)

Comienza la Semana de la Franquicia

[Compartir](#)



Superficie **100%** Audiencia **4.773** Valoración **26€**

El miércoles 15 y el jueves 16 de octubre tienes una cita imprescindible con el sector. Hablamos del congreso SPAZIO Restauración News , celebrado en el marco de FIS (Franchise Innovation Summit) , en el Riyadh Air Metropolitano.

Serán unas jornadas repletas de ponencias, entrevistas y mesas redondas, que abordarán los temas de expansión e innovación en el sector de la restauración.

Para acudir, tienes que registrarte en el siguiente link, con el código SPAZIORN, para tener la entrada 100% bonificada:

Regístrate aquí

Ya te podemos compartir el programa completo de ambos días, no te lo pierdas:

SPAZIO Restauración News: miércoles, 15 de octubre

La jornada comenzará con la apertura institucional a las 09:45h , de la mano de Eduardo Abadía, director de la Asociación Española de la Franquicia.

A continuación, el programa incluirá distintas sesiones y ponencias centradas en la evolución del sector y las claves para el crecimiento:

10:00h. Ponencia Radiografía del sector de la restauración: claves del crecimiento

Por David Domínguez, Country Head of Foodservice Spain

10:20h. Restauración y expansión en España: fortalezas, retos y oportunidades

Enrique Francia, CEO de Foodbox; que será entrevistado por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News

10:50h. Debate: ¿Está tu marca preparada para escalar?

Rafael Salinas, CEO de Dulce Safari

Stefano Rosso, director de marketing de Gelati Dino

Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias

Pilar Amorocho, CEO de Sándwich Qbano

Moderadora: Pura de Rojas, directora de Allegra Comunicación

12:00h. Debate: ¿Qué busca hoy el capital privado en restauración?

Ignacio González, CEO de Grupo Colibri

Leopoldo Reaño, director general de Dea Capital

Javier García-Baos, director de Kenta Capital

Borja Casanovas, investment director de Aurica

Moderadora: David Herrera, responsable de Negocios y Pymes de Banco Santander

12:40h. Debate Nuevos canales para la restauración: supermercados, travel, gran distribución

Hernando Martín, director general de Cafestore

Eugenio Saz Orozco, business development specialist III – Diversification de GALP

Elvira Durand, CEO de Le Coq

Moderadora: Sara Rodríguez, directora de cuentas en Allegra Comunicación

13:20h : Elevators Pitch

15:30h.

Cómo atraer multifranquiciados o partners profesionales a tu marca

Alfonso Valero, especialista en franquicia; entrevistado por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News

16:00h Debate: Multienseñas y expansión selectiva en restauración

Luis Tranco, director de Franquicias de Alsea

Diego Rupérez, responsable de Expansión y Fidelización de Compañía del Trópico



Mercedes Morales, COO de Baldoria Group

Moderadora Clara Román, redactora de Restauración News

16:40h Ponencia: Estrategias para identificar locales, optimizar alquileres y gestionar licencias

Carlos García, director general de InmoRest

La jornada concluirá con un nuevo bloque de Elevator's Pitch (17:10h).

FIS tendrá lugar en el Riyadh Air Metropolitano.

SPAZIO Restauración News: miércoles, 16 de octubre

El segundo día tendrán lugar las siguientes ponencias y debates:

10:00h. Gastronomía digital

Juan Luis Vera , fundador de PERÚ MIX® y JLP Global

10:20h. Debate: Tecnología aplicada a la expansión

Jorge Juárez , CEO de Sighore by Loomis Pay

Diego Ramos , senior consultant – corporate business de Cegid REVO

Carlos Gómez-Vendrel , cofundador y CEO de Cheerfy

Jorge Lurueña , CEO y fundador de Mapal Group

Moderadora: Guillermo Berincua, Chief Digital Officer de Comess Group

11:00h. Debate: Internacionalización sin idealismos

Alejandro Fernández, cofundador de La Fresería

Carlos Pérez Tenorio, senior advisor Restalia

Daniel Blasco, Senior Consultant , International Development & Franchising White Space Partners

Moderadora: Isabel Aires, CEO de Aires News Comunicación

12:10h.

El reto de la financiación en hostelería

Mª Eugenia López San Segundo, responsable de Negocios Especializados Pymes | Banca Minorista BBVA España; entrevistada por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News

12:30h

Crecimiento con control: KPIs y cultura para escalar sin perder el alma

Jesús Collado, CFO de Krispy Kreme; entrevistado por Ana I. García, Restauración News

13:10h: Elevators Pitch

15:30. Mesa de debate: Employer branding, atracción de talento y formación

Lara Palacios, responsable de relaciones laborales y administración de personal de Five Guys España.

Carmen Jáñez, Global HR Director de AmRest

Irene Sabaté, Chief People Officer de Grosso Napoletano

Moderadora: Clara Román, redactora de Restauración News

Elevator's Pitch

17:00. Mesa de cierre: Tendencias, aprendizajes y oportunidades para 2026

Javier Floristán, CEO La Mafia –

Edgar Dorado, Director Corporativo de Grupo Rodilla

Alberto Chamorro, director general de Foodbox

Juan Calderoni, Director General de +BarServitel

Cristina García, Directora de negocio OOH, Foodservice y Restauración Worldpanel by Numerator

Moderadora: Eduardo Abadía, director ejecutivo de AEF

Superficie **100%** Audiencia **5.373** Valoración **416€**

Las dos marcas francesas de Fournier Redes, participarán este otoño en los principales encuentros del sector de la franquicia en España

Mobalpa y SoCoo'c continúan su estrategia de crecimiento en España y estarán presentes este otoño en dos de las citas más relevantes para el sector de la franquicia: FranquiShop y el Franchise Innovation Summit (FIS).

El recorrido comienza con FranquiShop , un formato de encuentros rápidos que permite a los emprendedores concertar citas personalizadas con las marcas que más les interesan.

Ambas marcas participarán en las próximas ediciones de Barcelona (8 de octubre) y Madrid (6 de noviembre) , ofreciendo a los asistentes la oportunidad de conocer de primera mano su modelo de negocio, la rentabilidad de sus franquicias y el acompañamiento que brindan a los futuros franquiciados.

Posteriormente, participarán también en **Franchise Innovation Summit (FIS)** , que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el recinto ferial Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Un evento que reúne a las principales marcas del sector y que pone el foco en la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de modelos de franquicia sólidos. Tanto Mobalpa como SoCoo'c estarán presentes en el stand C230 , donde los interesados podrán descubrir cómo unirse a dos marcas consolidadas en el mercado europeo del mueble, la cocina y la decoración.

Con presencia internacional y un modelo de negocio rentable, Mobalpa y SoCoo'c representan dos propuestas complementarias dentro del universo de las franquicias del hogar: la primera con un enfoque premium y de diseño integral, y la segunda con una propuesta joven, dinámica y competitiva en el segmento de cocinas.

Con su participación en FranquiShop y en **Franchise Innovation Summit** Fournier Redes España reafirma su apuesta por el crecimiento y la consolidación de sus marcas en el mercado nacional. Estas citas clave del sector representan una oportunidad para seguir impulsando la expansión de Mobalpa y SoCoo'c en España, fortalecer su red de franquicias y atraer a nuevos emprendedores que quieran formar parte del desarrollo de dos enseñas con una sólida proyección internacional dentro del ámbito del hogar y la decoración.

Suscríbete a nuestro boletín y no te pierdas las noticias más relevantes y exclusivas.



La agencia zaragozana contará con stand propio, presentará el caso de éxito de La Mafia y acompañará a su cliente Show2be, organizador de la cita. Promovido por la Asociación Española de la Franquicia, el evento tendrá lugar el 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid

Una cita ineludible para el sector de las franquicias tendrá lugar los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Se trata del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia y organizado por Show2be. Wanatop, agencia de marketing digital de referencia en nuestro país, tendrá una participación destacada en este evento.

Con el objetivo de convertirse en un punto de encuentro para las franquicias e impulsar su crecimiento, el **FIS** reúne en Madrid a expertos que compartirán tendencias, herramientas y estrategias de expansión. En total, más de 120 marcas y más de 100 speakers repartidos en los dos auditorios del recinto. Entre ellos estará Wanatop que, como agencia digital especializada en marketing para franquicias, no ha dudado en formar parte de este evento que promete generar nuevas sinergias y conexiones estratégicas entre marcas.

Sibuya o La Mafia, entre sus clientes

Y es que, aunque la agencia trabaja con una amplia variedad de clientes de todos los sectores, su experiencia en franquicias es digna de mención, especialmente, en el ámbito de la restauración. Sibuya o La Mafia se sienta a la mesa, por ejemplo, forman parte de su extensa clientela.

Precisamente, los asistentes al **FIS** podrán descubrir con más detalle el caso de éxito de La Mafia se sienta a la mesa de la mano de Carolina Iguaz, Chief Business Officer de Wanatop, y Javier Salas, director de Expansión de la marca, quienes protagonizarán una de las ponencias del programa. Desde que la conocida cadena confió en la agencia, su crecimiento ha sido constante, por eso es un buen ejemplo de cómo la estrategia digital omnicanal adecuada puede impulsar el desarrollo de las franquicias.

Presencia activa en el evento

Además de su intervención en el programa de ponencias, Wanatop contará con un stand propio. Allí, el equipo de Desarrollo de Negocio, formado por Esther Bermejo y Pablo Obis, acercará a las franquicias su propuesta de valor en marketing digital. Los visitantes podrán escanear un código QR que les dará acceso a un análisis digital de alto rendimiento y optar al sorteo de una experiencia termal en el Balneario de Fitero.

Asimismo, la agencia también participará de forma indirecta en el **FIS**, ya que Show2be, la empresa que organiza el evento, es partner de Wanatop. Además de acompañarla en la definición de su estrategia digital, también lo hará en la cobertura comunicativa del congreso.

Con esta participación en el **FIS**, Wanatop reafirma su compromiso de ser el socio estratégico de referencia para las franquicias que buscan crecer en un entorno digital cada vez más competitivo. La agencia consolida así una línea de especialización que le permite acompañar a las marcas en todos los ámbitos de su estrategia online, desde la captación de clientes hasta la consolidación de su presencia en el mercado.

Actualización diaria de ofertas de empleo, becas, concursos, premios.

Recibe en tu correo electrónico las noticias destacadas de Aragón

2020 © Extradigital – Aviso legal – Política de Privacidad – Política de Cookies – Powered by Consultis



Wanatop afianza su línea de estrategia para franquicias en el FIS

Extradigital Aragón
14 Oct a las 6:35 am

- La agencia zaragozana contará con stand propio, presentará el caso de éxito de La Mafia y acompañará a su cliente Show2be, organizador de la cita.
- Promovido por la Asociación Española de la Franquicia, el evento tendrá lugar el 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid

Una cita ineludible para el sector de las franquicias tendrá lugar los próximos 15 y 16 de octubre en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Se trata del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia y organizado por Show2be. Wanatop, agencia de marketing digital de referencia en nuestro país, tendrá una participación destacada en este evento.

Con el objetivo de convertirse en un punto de encuentro para las franquicias e impulsar su crecimiento, el FIS reúne en Madrid a expertos que compartirán tendencias, herramientas y estrategias de expansión. En total, más de 120 marcas y más de 100 speakers repartidos en los dos auditorios del recinto. Entre ellos estará Wanatop que, como agencia digital especializada en marketing para franquicias, no ha dudado en formar parte de este evento que promete generar nuevas sinergias y conexiones estratégicas entre marcas.

Sibuya o La Mafia, entre sus clientes
Y es que, aunque la agencia trabaja con una amplia variedad de clientes de todos los sectores, su experiencia en franquicias es digna de mención, especialmente, en el ámbito de la restauración. Sibuya o La Mafia se sienta a la mesa, por ejemplo, forman parte de su extensa clientela.

Precisamente, los asistentes al FIS podrán descubrir con más detalle el caso de éxito de La Mafia se sienta a la mesa de la mano de Carolina Iguaz, Chief Business Officer de Wanatop, y Javier Salas, director de Expansión de la marca, quienes protagonizarán una de las ponencias del programa. Desde

El recorrido comienza con FranquiShop, un formato de encuentros rápidos que permite a los emprendedores concertar citas personalizadas con las marcas que más les interesan. Ambas marcas participarán en las próximas ediciones de Barcelona (8 de octubre) y Madrid (6 de noviembre) , ofreciendo a los asistentes la oportunidad de conocer de primera mano su modelo de negocio, la rentabilidad de sus franquicias y el acompañamiento que brindan a los futuros franquiciados.

Posteriormente, participarán también en Franchise Innovation Summit (FIS) , que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en el recinto ferial Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Un evento que reúne a las principales marcas del sector y que pone el foco en la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de modelos de franquicia sólidos. Tanto Mobalpa como SoCoo'c estarán presentes en el stand C230 , donde los interesados podrán descubrir cómo unirse a dos marcas consolidadas en el mercado europeo del mueble, la cocina y la decoración.

Con presencia internacional y un modelo de negocio rentable, Mobalpa y SoCoo'c representan dos propuestas complementarias dentro del universo de las franquicias del hogar: la primera con un enfoque premium y de diseño integral, y la segunda con una propuesta joven, dinámica y competitiva en el segmento de cocinas.

Con su participación en FranquiShop y en Franchise Innovation Summit Fournier Redes España reafirma su apuesta por el crecimiento y la consolidación de sus marcas en el mercado nacional. Estas citas clave del sector representan una oportunidad para seguir impulsando la expansión de Mobalpa y SoCoo'c en España, fortalecer su red de franquicias y atraer a nuevos emprendedores que quieran formar parte del desarrollo de dos enseñas con una sólida proyección internacional dentro del ámbito del hogar y la decoración.

Y ADEMÁS



Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **71€**

La organización del FIS estrenó esta mañana su primer Franquitour: una visita guiada por siete enseñas madrileñas.

Compartir:

Por

Jaime Parrondo

A pocas horas de que se inaugure el Franchise Innovation Summit (FIS) en Madrid, un grupo de periodistas y profesionales del sector ha participado esta mañana en un recorrido singular denominado Franquitour: una ruta por siete franquicias representativas de distintos sectores, desde el fitness y la alimentación hasta la restauración, el mobiliario o la moda.

El objetivo, según sus organizadores, era ofrecer una mirada directa al funcionamiento real de estos negocios, más allá de los stands o los folletos.

“Queremos poner en valor el comercio en las ciudades a través de las marcas franquiciadas, que son parte del día a día de todos nosotros”, explicó Raúl Calleja, director del FIS , durante el arranque del recorrido. “Franquitour pretende mostrar cómo las franquicias y las ciudades son líneas naturales de conexión, donde se fomenta el emprendimiento y se refuerza el valor de las calles y los barrios”.

El tour comenzó en el nuevo Anytime Fitness Imperial, primer club corporativo de la cadena en Madrid. Gema Boiza, responsable de Comunicación de la enseña, explicó que el objetivo de este gimnasio, situado junto a Madrid Río, es convertirse en “una referencia para el crecimiento y la expansión de la marca en toda España”.

Anytime Fitness cuenta actualmente con 48 clubes en el país (cuatro corporativos en Barcelona y el resto franquiciados) y prevé cerrar 2025 con 53. “Nuestro valor añadido es la personalización de los entrenamientos y la tecnología aplicada al bienestar”, señaló Boiza. “Aquí cualquiera puede tener un plan ajustado a sus necesidades, sin importar la edad o la condición física”.

La segunda parada fue en uno de los Supermercados DIA del centro de la capital, gestionado por Millón Rodríguez, un joven ecuatoriano nacionalizado español que ya suma cuatro locales.

Rodríguez relató su experiencia como multifranquiciado: “Empecé como empleado y acabé invirtiendo en mi propio negocio. Lo importante es trabajar, ahorrar e invertir para tener una mejor

calidad de vida”. Destacó además el acompañamiento que ofrece la central: “DIA nos asesora en todo, desde los números hasta la elección de los locales”.

Franquitour: la restauración entra en juego

De ahí, el grupo se desplazó hasta Foster's Hollywood, una de las enseñas más veteranas del sector de la restauración en España. Allí les recibió Francisco Dávila, gerente de zona del Departamento de Operaciones, con más de tres décadas en la compañía. “Llevo en Foster desde el 89, toda una vida”.

Aunque él gestiona locales propios, explicó que el modelo de franquicia recibe el mismo soporte operativo que los restaurantes de la casa. “Nuestro valor diferencial está en el servicio a mesa. Hay pocas cadenas de comida americana que mantengan esa atención personalizada”, subrayó.

La siguiente visita fue a La Mafia se Sienta a la Mesa, en la Plaza de las Cortes, donde su encargado, Kenny Rodríguez, destacó la importancia del trato humano. “Lo que nos diferencia es lo acogedor que se siente el cliente desde que entra. Se siente como en casa, y casi siempre repite”, aseguró. “La atención y el acercamiento en la mesa son nuestra seña de identidad”.

Tras un breve refrigerio en el Mercado de San Antón, el itinerario continuó en Natuzzi, la marca italiana de mobiliario de diseño con más de seis décadas de historia.

María de la Gándara, directora de Marketing y Comunicación de la cadena, destacó el carácter artesanal y familiar de la firma “Nuestro fundador, Pasquale Natuzzi, sigue implicado personalmente en el proyecto. Nos diferenciamos por el diseño, la innovación y el confort”. Explicó además que la compañía cuenta con presencia global y dos líneas diferenciadas (Natuzzi Italia y Natuzzi Editions) para adaptarse a distintos tipos de cliente.

La sexta parada fue en un salón Llongueras del grupo Provallianze, donde Jaime Barrero, director de salones, recordó el legado de la marca fundada por Lluís Llongueras. “Tratamos de que todos nuestros equipos estén altamente formados con las técnicas de nuestro maestro”, señaló.

El grupo cuenta con cerca de 300 salones en España y más de 4.000 en todo el mundo, con distintas enseñas. “Somos la cadena número uno de peluquería y un aliado natural para crecer en este sector”.

Homenaje de las franquicias a las ciudades

El tour concluyó en la tienda de moda masculina Dan John, en la calle Serrano. Mauro Zatta, su responsable del Departamento de Expansión Inmobiliaria y de Franquicias, explicó que la firma italiana ya está presente en 30 países. “En España tenemos 16 tiendas y abriremos 15 más antes de 2026”, adelantó. “Venimos a la feria para encontrar nuevos socios que quieran unirse a esta aventura y seguir creciendo con nosotros”.

Con este recorrido, el Franchise Innovation Summit inaugura un formato que combina divulgación, networking y experiencia real. “Una cosa es un folleto y otra ver el establecimiento en funcionamiento”, apuntó Calleja al cierre.

De hecho, la intención de la organización es repetir la experiencia en futuras ediciones, incorporando a emprendedores, inversores e instituciones. El objetivo: desplegar un mapa de rutas que permita conocer de primera mano cómo funcionan las franquicias que dan vida al tejido comercial de las ciudades.

Por

Jaime Parrondo

Temas relacionados:

Networking

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



MADRID 15 Oct. (EUROPA PRESS) - BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



Superficie **100%** Audiencia **2.122** Valoración **16€**

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISKathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.

BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio



Agencias
Miércoles, 15 de octubre de 2025, 11:21 h (CET)



BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

Europa Press Valores Valores Valor Último Var% BBVA Gráfico Histórico Ampliar evolución histórica »

MADRID, 15 (EUROPA PRESS)

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS** 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FIS**kathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.

Etiquetas:

BBVA

España

Fuente: Europa Press

Archivo - Fachada de la sede de BBVA, a 31 de julio de 2024, en Madrid (España). Eduardo Parra - Europa Press - Archivo MADRID, 15 (EUROPA PRESS)

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.





Superficie **100%** Audiencia **5.958** Valoración **179€**

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS 2025** abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FIS**kathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



BBVA España anuncia un crecimiento del 33% en la financiación a franquicias durante el primer semestre, reafirmando su liderazgo en el sector.

BBVA ha experimentado un aumento del 33% en la financiación otorgada al sector de franquicias en España durante la primera mitad del año, en comparación con el mismo lapso del año 2024, tal como lo ha comunicado la entidad.

“Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector”, ha destacado la entidad.

Así, el banco subraya su “compromiso” con el ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas, apoyando el despliegue de iniciativas emprendedoras “en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital”.

Presencia destacada en el Franchise Innovation Summit 2025

En este marco, BBVA actuará como patrocinador principal en la próxima edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y congregará a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de mil visitantes.

Las intervenciones en el FIS 2025 tratarán temas cruciales como el crecimiento del sector de la restauración, los desafíos en la expansión de marcas, la captación de capital privado, nuevos canales de distribución, la gestión de locales y arrendamientos, así como sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología en la expansión.

Además, la entidad ha indicado que “en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles”.

“El papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”, ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los seis primeros meses del año, en comparación con el mismo periodo de 2024.

Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector.

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes , apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS 2025** abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres , además de sesiones sobre multfranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FISkathon** centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López , responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”.

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

E l **Franchise Innovation Summit 2025** volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector.

Compatir en

El Asesor Financiero

BBVA

Conecta a la Red de Agentes BBVA

Descubre un mundo y descubrir tu potencial

Conoce las oportunidades

OCTUBRE 15, 2025

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33% en España



BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los seis primeros meses del año, en comparación con el mismo periodo de 2024. Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector.

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución a la

MADRID 15 Oct. (EUROPA PRESS) - BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS 2025** abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FIS**kathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles".

"El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.

Source: <https://www.europapress.es/economia/finanzas-00340/noticia-bbva-espana-eleva-financiacion-sector-franquicias-33-junio-20251015112116.html>

Ant Co.in

News / Economía / Finanzas

BBVA España eleva la financiación al sector de franquicias un 33% hasta junio



MADRID 15 Oct. (EUROPA PRESS) -

BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

"Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital".

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá

Esta publicación utiliza cookies propias y de terceros para recopilar información que ayuda a optimizar su visita a sus páginas. No se utilizarán las cookies para recoger información de carácter personal. Usted puede cambiar su configuración leyendo nuestra Política de Cookies.

|| Críticas | ★★☆☆☆ Tron: Ares

Joachim Rønning

Give me something to believe in

Raúl Álvarez

Madrid | ficha técnica: EE.UU. 2025. Título original: Tron: Ares. Director: Joachim Rønning. Guion: Jesse Wigutow. Productores: Russell Allen, Sean Bailey, Lisa Dennis, Joseph Kosinski, Jared Leto, Steven Lisberger, Trent Reznor, Atticus Ross. Productoras: Walt Disney Pictures, Paradox, Sean Bailey Productions. Fotografía: Jeff Cronenweth. Música: Nine Inch Nails. Montaje: Tyler Nelson. Reparto: Jared Leto, Greta Lee, Evan Peters, Jodie Turner-Smith, Gillian Anderson, Arturo Castro, Hasan Minhaj, Cameron Monaghan, Jeff Bridges. Duración: 1 h 59 min.

La carrera de Joachim Rønning parece condenada a saltar con mala fortuna de saga en saga. Tras llamar la atención de Hollywood con Kon-Tiki (2012), codirigida junto con Espen Sandberg y nominada ese año al Oscar a mejor película extranjera, el director noruego ha pasado por Piratas del Caribe, Maléfica y ahora Tron, trazando un improbable viaje cinematográfico que le ha convertido en un director sin apenas señas de identidad. Ares no es una excepción, ni con respecto al original de Steven Lisberger, que sigue aguantando el tipo pasados cuarenta años de su estreno, ni mucho menos frente a Joseph Kosinski, cuyo Legacy el tiempo ha situado con toda razón y merecimiento en el altar de la ciencia ficción contemporánea. El problema de partida, pues, de esta tercera entrega de Tron es la falta de personalidad en la dirección, un defecto cada vez mayor en el cine de gran presupuesto. Da la impresión de que a las majors les vale cualquiera que ejecute ordenada y obedientemente las órdenes de arriba, sobre todo en el caso de Disney, y en consecuencia el resultado suele ser un fiasco artístico y comercial.

Más leña al fuego: ni Jared Leto es –no lo ha sido nunca– una estrella de blockbuster, ni el resto del reparto elegido parece el más adecuado para sus papeles. Mientras Disney no se decida a gastar más dinero en intérpretes que en efectos especiales, sus películas seguirán careciendo del aura y el carisma necesarias para disimular los defectos de una superproducción. Kosinski salvó los muebles de la mano de Olivia Wilde y un Jeff Bridges que se merendaba él solo la segunda hora de película. A Rønning, en cambio, lo han dejado al pie de los caballos con unos insulsos Leto –indistinguible de Morbius (Daniel Espinosa, 2022)–, Evan Peters –por qué los ejecutivos de una tecnológica siempre están caracterizados como niños rabiosos–, Greta Lee –no aguanta un solo primer plano– y el dúo imposible formado por Arturo Castro y Hasan Minhaj, supuestos genios de la informática que, sin embargo, se comportan como adolescentes en un viaje de fin de curso. Si hay que salvar a alguien, salvemos a Gillian Anderson, porque hace un esfuerzo por actuar, y a Jodie Turner-Smith, perfecta en su reinterpretación digital del T-1000 de Terminator 2 (Terminator 2: Judgment Day, James Cameron, 1991). No cuento al bueno de Jeff Bridges porque esta vez lo han reducido a una suerte de jedi recluido en una clínica de desintoxicación.

Sabiendo, por lo tanto, que Tron: Ares es un páramo delante y detrás de las cámaras, lo que nos queda es un bonito disco de Nine Inch Nails que acompaña un par de secuencias espectaculares: la primera persecución en moto por las calles de la ciudad y la huida a través de los abismos virtuales de la corporación Dillinger. Trent Reznor y Atticus Ross llevaban cinco años sin dar señales de vida como grupo, y por algún extraño motivo que solo ellos dos conocen, han aprovechado esta película para componer una banda sonora que está más vinculada con su trayectoria musical que con la historia a la que debiera servir. De hecho, la campaña de marketing de la película ha incidido más en el trabajo de Nine Inch Nails que en el propio film, lo cual ya daba que pensar. Sea como fuere, Reznor y Ross, que también figuran como productores (pobrecillos), ofrecen las únicas señales de vida inteligente de una película que nunca logra elevarse ni aportar nada nuevo a lo ya planteado por sus predecesoras. Ares (Jared Leto) no es más una versión empobrecida y simplificada de Quorra (Olivia Wilde), el diseño de producción es una derivada menor del trabajo de Kosinski en Legacy, y el discurso sobre los peligros de la IA y el transhumanismo está escrito como si no existieran Matrix (The Matrix, Lana y Lilly Wachowski, 1999), Terminator (The Terminator, James Cameron, 1984) o Inteligencia Artificial

(A.I. Artificial Intelligence, Steven Spielberg, 2001), por no retrotraernos al magma original de 2001 (2001: A Space Odyssey, Stanley Kubrick, 1968).

Que esto haya costado la friolera de 180 millones de dólares, sin contar la campaña de publicidad, es otro misterio barra broma del Hollywood elefantiásico actual, cuyos ejecutivos no dudan en gastarse tanto o más en promocionar sus películas que en producirlas. En Tron: Ares desde luego no brilla ese dineral, sobre todo si tenemos en cuenta que la historia apenas discurre en escenarios digitales, y por consiguiente el volumen de efectos es considerablemente menor que el de Legacy. Alguien ha hecho mal las cuentas o ha pagado de más a sus amigos. Entre tantas malas decisiones artísticas y las recientes acusaciones de nueve mujeres, algunas de ellas menores de edad, contra Jared Leto por supuesta conducta sexual inapropiada, el futuro comercial de la película está visto para sentencia. También el de una franquicia que quizá debió quedarse en 1982. Como le ocurre a tantas otras sagas de entonces, hoy son ya más las malas secuelas que las buenas. ♦

|| Críticas | ★★☆☆☆ Tron: Ares Joachim Rønning Give me something to believe in Raúl Álvarez Madrid | ficha técnica: EE.UU. 2025. Título original: Tron: Ares. Director: Joachim Rønning. Guion: Jesse Wigutow. Productores: Russell Allen, Sean Bailey, Lisa Dennis, Joseph Kosinski, Jared Leto, Steven Lisberger, Trent Reznor, Atticus Ross. Productoras: Walt Disney Pictures, Paradox, Sean Bailey Productions. Fotografía: Jeff Cronenweth. Música: Nine Inch Nails. Montaje: Tyler Nelson. Reparto: Jared L... por Raúl Álvarez Octubre 15, 2025 Tron: Ares Por Raúl Álvarez | Octubre 15, 2025 || Críticas | Cobertura SSIFF 2025 | ★★☆☆☆ Extraño río Jaume Claret Muxart Algunas cuestiones más sobre el punto de vista Rubén Téllez Brotons San Sebastián | ficha técnica: España, 2025. Título original: «Estrany riu». Dirección y guion: Jaume Claret Muxart y Meritxell Colell Aparicio. Compañías: Zuzú Cinema, Miramemira, Schuldenberg Films. Festival de presentación: Venecia 2025 (Sección Orizzonti), San Sebastián 2025. Distribución en España: Elástica Films. Fotografía: Pablo Paloma. Montaje:... por Rubén Téllez Brotons Octubre 06, 2025 Extraño río Por Rubén Téllez Brotons | Octubre 06, 2025 || Críticas | ★★★★★ | Jone, a veces Sara Fantova Una mirada fresca y luminosa Leire Resano Toledo Pamplona | ficha técnica: Título original: Jone, Batzuetan. España, 2025. Dirección: Sara Fantova. Guión: Sara Fantova, Nuria Dunjó, Buria Martín Esteban. Dirección de fotografía: Andreu Ortoll. Sonido: Oriol Donat i Martos. Montaje: Oriol Milán. Dirección de arte: Erik Rodríguez Fernández. Producción: Sergi Casamitjana, Agustín Delgado, Diego H. Kataryniuk Di Costanzo, David Pérez Sañudo, Aintza Se... por Leire Resano Toledo Octubre 03, 2025 Jone, a veces Por Leire Resano Toledo | Octubre 03, 2025 || Críticas | Karlovy Vary 2024 | ★★★★★ | Adorable Lilja Ingolfssdottir Simplemente, la verdad Aarón Rodríguez Serrano Karlovy Vary | ficha técnica: Título original: Elskling. Noruega, 2024. Dirección y guión: Lilja Ingolfssdottir. Dirección de fotografía: Øystein Mamen. Sonido: Bror Kristiansen. Montaje: Lilja Ingolfssdottir. Dirección de arte: Lilja Ingolfssdottir. Producción: Thomas Robsahm. Intérpretes: Cast Helga Guren, Oddgeir Thune, Heidi Gjermundsen Broch, Marte Solem. Por mucho que dis... por Aarón Rodríguez Octubre 03, 2025 Adorable Por Aarón Rodríguez | Octubre 03, 2025 || Críticas | ★★★★★ Una batalla tras otra Paul Thomas Anderson Lucha fraternal y milenaria Ignacio Navarro Mejía Madrid (España) | ficha técnica: Estados Unidos, 2025. Título original: «One Battle After Another». Dirección: Paul Thomas Anderson. Guion: Paul Thomas Anderson (inspirado en la novela de Thomas Pynchon). Producción: Ghoulardi Film Company / Warner Bros. Dirección de fotografía: Michael Bauman. Montaje: Andy Jurgensen. Música: Jonny Greenwood. Diseño de producción: Florencia Martin. Ves... por Ignacio Navarro



Octubre 01, 2025 Una batalla tras otra Por Ignacio Navarro | Octubre 01, 2025 || Críticas | Cobertura SSIFF 2025 | ★★☆☆☆ Maspalomas Jose Mari Goenaga y Aitor Arregi La realidad como figura estilística Rubén Téllez Brotons San Sebastián | ficha técnica: España, 2025. Título original: «Maspalomas». Dirección: Jose Mari Goenaga y Aitor Arregi. Guion: Jose Mari Goenaga. Compañías: Moriarti, Irusoin, Maspalomas Pelikula AIE. Festival de presentación: Festival de San Sebastián (Sección Oficial a concurso). Distribución en España: BTeam Pictures. Fotografía: Javi Agirre Erauso.... por Rubén Téllez Brotons Septiembre 29, 2025 Maspalomas Por Rubén Téllez Brotons | Septiembre 29, 2025 || Críticas | SSIFF 2025 | ★★★★★ Historias del buen valle José Luis Guerín Historias para no olvidar Miguel Martín Maestro Valladolid | ficha técnica: España, Francia, 2025. Título original: «Historias del buen valle». Dirección y guion: José Luis Guerín. Compañías: Los Ilusos Films, Perspective Films, Orfeo Iluso AIE, 3CAT. Festival de presentación: Festival Internacional de Cine de San Sebastián 2025. Distribución en España: Wanda Visión. Fotografía: Alicia Almiñana. Montaje: José Luis Guerín.... por Miguel Martín Maestro Octubre 06, 2025 Historias del buen valle Por Miguel Martín Maestro | Octubre 06, 2025 || Críticas | Cobertura SSIFF 2025 | ★★★★★ Las corrientes Milagros Mumenthaler La imagen objetivada Rubén Téllez Brotons San Sebastián | ficha técnica: Argentina, Suiza, 2025. Título original: «Las corrientes». Dirección y guion: Milagros Mumenthaler. Compañías: Ruda Cine (Argentina), Alina Film (Suiza). Festival de presentación: Festival de Toronto (sección Platform); también Concurso Oficial 73° Festival de San Sebastián. Distribución en España: L'Atalante Cinema. Fotografía: Gabriel Sandru.... por Rubén Téllez Brotons Septiembre 26, 2025 Las corrientes Por Rubén Téllez Brotons | Septiembre 26, 2025 || Críticas | Cobertura SSIFF 2025 | ★★☆☆☆ Los Tigres Alberto Rodríguez El thriller y sus contradicciones Rubén Téllez Brotons San Sebastián | ficha técnica: España, 2025. Título original: «Los Tigres». Dirección y guion: Alberto Rodríguez, Rafael Cobos. Compañías: Movistar Plus+, Kowalski Films, Feelgood Media, Mazagón Films AIE, Le Pacte (Francia). Festival de presentación: Festival de San Sebastián 2025. Distribución en España: Buena Vista International. Fotografía: Pau Esteve Birba. Montaje:.... por Rubén Téllez Brotons Septiembre 23, 2025 Los Tigres Por Rubén Téllez Brotons | Septiembre 23, 2025 || Críticas | Cobertura SSIFF 2025 | ★★☆☆☆ El extranjero François Ozon El sueño frustrado de Peter Von Kant Rubén Téllez Brotons San Sebastián | ficha técnica: Francia, 2025. Título original: «L'Étranger». Dirección y guion: François Ozon (adaptación de la novela de Albert Camus). Compañías: FOZ, Gaumont, France 2 Cinéma, Scope Pictures, Lions Production et Services. Festival de presentación: Festival de Venecia 2025 (Sección Oficial). Distribución en España: BTeam Pictures. Fotografía: Manu Dac... por Rubén Téllez Brotons Septiembre 22, 2025 El extranjero Por Rubén Téllez Brotons | Septiembre 22, 2025 || Críticas | Venecia 2025 | ★★★★★ Father Mother Sister Brother Jim Jarmusch Rimas y vacíos familiares Carlos Grau Venecia | ficha técnica: Estados Unidos, Irlanda, Francia, Italia, Japón, 2025. Título original: «Father Mother Sister Brother». Dirección y guion: Jim Jarmusch. Compañías: Saint Laurent Productions, Badjetlag, CG Cinéma, Fremantle, The Apartment Pictures, Les Films du Losange, Weltkino, Cinema Inutile, FIS Éirann / Screen Ireland, Hail Mary Pictures. Festival de presentación: Festiva... por Carlos Grau | #Venecia2025 Septiembre 14, 2025 Father Mother Sister Brother Por Carlos Grau | #Venecia2025 | Septiembre 14, 2025 || Críticas | Venecia 2025 | ★★★★★ No other choice Park Chan-wook La fragilidad de lo idílico Carlos Grau Venecia | ficha técnica: Corea del Sur, 2025. Título original: «■■■ ■■■ ■■■» (No Other Choice). Dirección y guion: Park Chan-wook, Don McKellar, Lee Kyoung-mi, Lee Ja-hye (inspirado en la novela The Axe de Donald E. Westlake). Compañías: CJ Entertainment, Moho Film. Festival de presentación: 82.º Festival Internacional de Cine de Venecia (Competición Oficial). Distribución: Neon (EE. UU.); CJ Ent... por Carlos Grau | #Venecia2025 Septiembre 09, 2025 No other choice (■■■■■■■, Park Chan-wook) Por Carlos Grau | #Venecia2025 | Septiembre 09, 2025 || Críticas | Streaming | ★★☆☆☆ Desayuna conmigo Iván Morales Raval Íntimo Carles M. Agenjo Barcelona | ficha técnica: España, 2025. Título original: Esmorza amb mi. Dirección: Iván Morales. Guion: Iván Morales. Compañías productoras: Distinto Films, Dos Soles, WKND. Fotografía: Agnès Piqué Corbera. Música: Nora Haddad, Lia Kali, Nara Is Neus. Producción: Roger Torras, Miriam Porté, Àngels Masclans. Reparto: Anna Alarcón, Álvaro Cervantes, Ivan Massagué, Marina Salas, Oriol Pla. Duración: 100 mi... por Carles M. Agenjo Octubre 06, 2025 Desayuna conmigo (Esmorza amb mi) Por Carles M. Agenjo | Octubre 06, 2025 || Críticas | ★★★★★ Highest 2 Lowest Spike Lee Más FLOW que LOW David Tejero Nogales Badajoz | ficha técnica: USA, 2025. Título original: Highest 2 Lowest. Director: Spike Lee. Guion: Alan Fox, basado en la novela de Evan Hunter y en la película El infierno del odio de Akira Kurosawa. Productores: Jason Michel Berman, Todd Black, Chris Brigham, Ko Kurosawa, Katia Washington, Spike Lee. Productoras: 40 Acres & A Mule Filmworks, Apple Originals Films, A 24, Escape Artists, Mandalay Pictures.... por David Tejero Nogales Octubre 05, 2025 Del cielo al infierno (Highest 2 Lowest) Por David Tejero Nogales | Octubre 05, 2025 || Críticas | Cannes 2024 | ★★☆☆☆ Los sudarios David Cronenberg El cementerio de la verdad Rubén Téllez Brotons Cannes | ficha técnica: Canadá, Francia, 2024. Título original: The shrouds. Duración: 116 min. Dirección: David Cronenberg. Guion: David Cronenberg. Música: Howard Shore. Fotografía: Douglas Koch. Compañías: Coproducción Canadá-Francia; Prospero Pictures, SBS Productions. Distribuidora: SBS Distribution. Reparto: Vincent Cassel, Diane Kruger, Guy Pearce, Sandrine Holt, Elizabeth San... por Rubén Téllez Brotons Septiembre 10, 2025 Los sudarios Por Rubén Téllez Brotons | Septiembre 10, 2025 || Críticas | Streaming | ★★★★★ Cloud Kiyoshi kurosawa En el infierno podrás ser tu propio jefe Miguel Muñoz Garnica Córdoba | ficha técnica: Japón, 2024. Título original: ((クラウド, Kuraudo). Dirección: Kiyoshi Kurosawa. Guion: Kiyoshi Kurosawa. Producción: Yuki Nishimiya, Nobuhiro Iizuka, Yumi Arakawa. Productoras: Nikkatsu, Django Film, Tokyo Theatres Company, Cloud Production Committee. Fotografía: Yasuyuki Sasaki. Música: Takuma Watanabe. Montaje: Kôichi Takahashi. Sonido: Shinji Watanabe. Repar... por Miguel Muñoz Garnica Julio 11, 2025 Cloud (クラウド) Por Miguel Muñoz Garnica | Julio 11, 2025 || Críticas | Streaming | ★★☆☆☆ La habitación de al lado Pedro Almodóvar La mortalidad de Pedro Agus Izquierdo Barcelona | ficha técnica: España, 2024. Duración: 106 min. Dirección: Pedro Almodóvar. Guion: Pedro Almodóvar. Reparto: Tilda Swinton, Julianne Moore, John Turturro, Juan Diego Botto, Raúl Arévalo, Vicky Luengo, Alessandro Nivola, Esther McGregor. Novela: Sigrid Nunez. Música: Alberto Iglesias. Fotografía: Eduard Grau. Compañías: El Deseo, Movistar Plus+. Un muy buen amigo mío me esp... por Agus Izquierdo Junio 17, 2025 La habitación de al lado Por Agus Izquierdo | Junio 17, 2025 || Críticas | Streaming | ★★☆☆☆ ½ Estragos (Havoc) Gareth Evans Sin orificio de salida Lorenzo Ayuso Madrid | ficha técnica: EE.UU. 2025. Título original: Havoc. Director: Gareth Evans. Guion: Gareth Evans. Productores: Gareth Evans, Tom Hardy, Ed Talfan, Aram Tertzakian. Productoras: Signature Entertainment, Lipsync, Richmond Pictures. Música: Aria Prayogi. Montaje: Sara Jones, Matt Platts-Mills Dirección de fotografía: Matt Flannery. Reparto: Tom Hardy, Jessie Mei Li, Justin Cornwell, Quelin S... por Lorenzo Ayuso Mayo 05, 2025 Estragos (Havoc) Por Lorenzo Ayuso | Mayo 05, 2025

MADRID, 15 (EUROPA PRESS) BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado.

“Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector”, ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su “compromiso” con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores “en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital”.

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS** 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que “en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FIS**kathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles”.

“El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”, ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.

BBVA ha anunciado un notable incremento del 33% en la financiación destinada al colectivo de franquicias en España durante la primera mitad del año 2024.

Este crecimiento, comparado con el mismo periodo del año anterior, subraya la posición de la entidad como un socio financiero clave en el sector de las franquicias. Este aumento en la financiación se acompaña de un incremento del 11% en los saldos de inversión relacionados con este modelo de negocio, lo que refuerza aún más el compromiso del banco con el ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas (pymes).

El crecimiento de la financiación de franquicias es un indicador positivo que refleja la salud y el dinamismo del sector en España.

La entidad ha manifestado su intención de continuar apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno que se caracteriza por una creciente profesionalización y transformación digital . Este compromiso se traduce en acciones concretas, como la participación de BBVA como patrocinador principal en el próximo **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025** , que se celebrará en Madrid. Este evento reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes, lo que lo convierte en un punto de encuentro clave para los profesionales del sector.

En el marco del **FIS 2025**, se abordarán temas cruciales para el crecimiento del sector de la restauración, así como los desafíos que enfrentan las marcas en su proceso de expansión. Entre los temas destacados se encuentran la búsqueda de capital privado , la exploración de nuevos canales de distribución y la gestión de locales y alquileres. Además, se llevarán a cabo sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y la aplicación de tecnología en la expansión de franquicias.

BBVA también ha indicado que, en el contexto del foro SPAZIO , se debatirá sobre las oportunidades en el ámbito de los supermercados y el retail de autor. Este enfoque es especialmente relevante en un momento en que el sector retail se encuentra en constante evolución, impulsado por cambios en los hábitos de consumo y la digitalización.

El evento culminará con un **FISkathon** , un espacio donde se diseñarán modelos de franquicia innovadores y sostenibles. Esta iniciativa busca fomentar la creatividad y la innovación en el sector, ofreciendo un espacio para que los participantes colaboren y desarrollen soluciones que respondan a los desafíos actuales del mercado.

La participación de BBVA en el **FIS** es un reflejo de su compromiso con la profesionalización del sector de franquicias, y no solo se limita a la financiación, sino que busca ser un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento.

El crecimiento en la financiación de franquicias por parte de BBVA no es un hecho aislado, sino que se inscribe en una tendencia más amplia de apoyo a la transformación digital y sostenibilidad en el sector. La entidad ha destacado que su objetivo no es solo proporcionar financiación, sino también ofrecer un acompañamiento integral a las empresas en su proceso de digitalización y transición hacia modelos más sostenibles.

La responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López, ha señalado que "el papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia". Este enfoque integral es fundamental en un momento en que las franquicias buscan adaptarse a un entorno de mercado cada vez más competitivo y cambiante.

La transformación digital es uno de los pilares fundamentales en los que BBVA está centrando sus esfuerzos. En un mundo donde la tecnología está redefiniendo la forma en que las empresas operan, el banco está comprometido a ayudar a las franquicias a adoptar soluciones digitales que optimicen sus procesos y mejoren la experiencia del cliente.

La digitalización no solo implica la implementación de nuevas tecnologías, sino también un cambio en la mentalidad empresarial. Las franquicias deben estar dispuestas a innovar y adaptarse a las nuevas demandas del mercado, y BBVA está aquí para proporcionar el apoyo necesario en este viaje.

La participación de BBVA en eventos como el **Franchise Innovation Summit** es una clara manifestación de su compromiso con la innovación en el sector de franquicias. La entidad no solo busca ser un proveedor de financiación, sino que también aspira a ser un actor clave en la creación de un ecosistema de apoyo para las empresas franquiciadas.

A través de su participación en foros y eventos, BBVA se posiciona como un líder en la promoción de la sostenibilidad y la innovación en el sector. Esto incluye la promoción de prácticas empresariales responsables que no solo benefician a las empresas, sino también a la comunidad en general.

Con el crecimiento sostenido en la financiación y el compromiso de BBVA con la profesionalización del sector, las perspectivas para las franquicias en España son optimistas. A medida que el mercado continúa evolucionando, las franquicias que adopten un enfoque proactivo hacia la digitalización y la sostenibilidad estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del futuro.

El **FIS 2025** se presenta como una plataforma crucial para que las franquicias se reúnan, compartan ideas y colaboren en la búsqueda de soluciones innovadoras. Este tipo de iniciativas son esenciales para fomentar un entorno empresarial dinámico y resiliente, capaz de adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado.

El crecimiento del 33% en la financiación de franquicias por parte de BBVA durante los primeros seis meses de 2024 es un indicador claro del potencial que tiene este sector en España. Con un enfoque en la transformación digital y la sostenibilidad, BBVA se posiciona no solo como un banco que financia, sino como un socio estratégico que acompaña a las empresas en su desarrollo y crecimiento.

La participación en eventos como el **Franchise Innovation Summit** y el foro SPAZIO demuestra el compromiso de la entidad con la innovación y la profesionalización del sector. A medida que las franquicias continúan evolucionando, el apoyo de instituciones financieras como BBVA será fundamental para asegurar su éxito en un mercado cada vez más competitivo.



MADRID, 15 de octubre. En el transcurso de los primeros seis meses de este año, BBVA ha experimentado un notable aumento del 33% en la financiación hacia el sector de franquicias en España, según ha indicado la entidad en un reciente comunicado.

El banco subrayó que este crecimiento, junto con un aumento del 11% en los saldos de inversión relacionados con este modelo empresarial, reafirma su posición como el socio financiero preferido en el ámbito de las franquicias.

BBVA ha reforzado así su dedicación al apoyo del ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas, facilitando la expansión de iniciativas emprendedoras en un mercado que se caracteriza por la creciente profesionalización y la transformación digital.

En este marco, la entidad se convierte en patrocinador principal de la próxima edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, que se celebrará en Madrid y contará con la participación de más de 120 marcas, así como 50 empresas auxiliares y un millar de visitantes.

El programa del **FIS** 2025 cubrirá temas fundamentales relacionados con el crecimiento de la industria de la restauración, los desafíos en la expansión de las marcas, la búsqueda de inversión privada, nuevos canales de distribución y la gestión de locales y arrendamientos. También se ofrecerán sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la ampliación del sector.

Además, BBVA ha anunciado que en el foro SPAZIO se tratarán las oportunidades en el ámbito de supermercados y retail de autor, con un **FIS**kathon que finalizará el evento, centrado en la creación de modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, comentó: "Nuestra participación en el **FIS** es un reflejo de nuestro compromiso hacia la profesionalización del sector de franquicias. No solo aspiramos a ser un banco que brinda financiamiento, sino un verdadero socio estratégico que acompaña a las empresas en su proceso de crecimiento, digitalización y en la adopción de modelos más sostenibles."

Tags:

Categoría:

El pasado 15 de octubre, Madrid fue testigo de un crecimiento notable en la financiación de franquicias, con BBVA reportando un aumento del 33% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Esta cifra destaca el firme apoyo de la entidad hacia este modelo de negocio en continuo auge en España.

La entidad financiera subrayó que este crecimiento va de la mano de un incremento del 11% en los saldos de inversión vinculados a las franquicias, estableciendo a BBVA como un pilar fundamental para quienes buscan invertir en este sector. Este avance refuerza su posición como socio indispensable para muchas empresas franquiciadas.

BBVA ha reafirmado su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas (pymes), con el objetivo de facilitar la expansión de iniciativas emprendedoras en una era de constante evolución digital y profesionalización.

Como parte de este compromiso, la entidad será el patrocinador principal de la próxima edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, un evento que se llevará a cabo en Madrid y que reunirá a más de 120 marcas, así como a 50 empresas auxiliares y un millar de participantes entusiasmados por las oportunidades que ofrece el sector.

Las conferencias del FIS 2025 abordarán temas cruciales para la industria, incluyendo estrategias de crecimiento en la restauración, desafíos en la expansión de marcas, búsqueda de inversión privada y nuevas estrategias de distribución. Además, se explorarán aspectos como multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada al crecimiento empresarial.

El foro SPAZIO se integrará en el evento, donde se discutirán las oportunidades en el área de supermercados y el retail de autor, culminando con un FISkathon que se enfocará en la creación de modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, enfatizó que "la participación de BBVA en el FIS evidencia nuestro compromiso hacia la primera línea de la profesionalización del sector de franquicias. Nuestra meta trasciende la mera financiación; queremos ser un socio estratégico que apoye a las empresas en sus trayectorias de crecimiento, digitalización y transición a modelos más sostenibles".

Tags:

Categoría:



BBVA ha registrado un crecimiento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses del año respecto al mismo periodo de 2024, según ha informado la entidad en un comunicado. «Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector», ha destacado la entidad.

De este modo, el banco refuerza su «compromiso» con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores «en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital».

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del **FIS 2025** abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

A su vez, la entidad ha indicado que «en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FISKathon** centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles».

«El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles», ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



Europa Press MADRID, 15 (EUROPA PRESS) "Este avance, acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector", ha destacado la entidad. De este modo, el banco refuerza su "compromiso" con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores "en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital". En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la nueva edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, que tendrá lugar en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del **FIS** 2025 abordarán las claves del crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. A su vez, la entidad ha indicado que "en el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un **FIS**kathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles". "El papel de BBVA en el **FIS** refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles", ha señalado el responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, María Eugenia López.



BBVA elevó la financiación a las franquicias en España un 33% en el primer semestre

Servimedia

15-10-2025

BBVA registró un incremento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los seis primeros meses del año, en comparación con el mismo periodo de 2024.

- Será el principal patrocinador del foro 'FIS 2025'

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO



Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que "el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles".

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

El Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

ARCHIVADO EN:

BBVA Emprendedores Pymes Madrid Tecnología Retail Marketing Supermercados Alquiler España

Contenido patrocinado

La Tribuna de Ciudad Real

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que "el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles".

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

El Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

ARCHIVADO EN:

BBVA Emprendedores Pymes Madrid Tecnología Retail Marketing Supermercados Alquiler España

Contenido patrocinado



Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que "el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles".

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

El Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

ARCHIVADO EN:

BBVA Emprendedores Pymes Madrid Tecnología Retail Marketing Supermercados Alquiler España

Contenido patrocinado



Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

Diario de Burgos

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Jueves, 23 de octubre de 2025

El Día de Valladolid

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

Diario Palentino

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

Diario de Ávila

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

La Tribuna de Toledo

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

La Tribuna de Talavera

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión.

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

jueves, 23 de octubre de 2025

La Tribuna de Cuenca

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre

Sumando Comunicación

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes. Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que “el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”. El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector. APOYO A LAS FRANQUICIAS CON UNA PROPUESTA INTEGRAL E I Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Jueves, 23 de octubre de 2025

El Día de Soria

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la

Directivos y fundadores de cadenas como Santagloria, Dulce Safari, Dino Gelati o Sándwich Qbano han intercambiado sus impresiones en el marco del Franchise Innovation Summit. La franquicia sigue siendo una de las principales palancas de crecimiento en el sector de la restauración organizada, pero no está exenta de riesgos. Así lo han puesto de manifiesto varios directivos y fundadores de marcas en expansión —entre ellas, Santagloria Dulce Safari Dino Gelati y Sándwich Qbano— en el marco del que ha dado inicio en la mañana del miércoles en Madrid.

"El gran reto no es crecer, sino hacerlo sin morir de éxito", resumió Rafael Salinas, fundador de Dulce Safari, cadena madrileña de tartas de queso que seduce a celebrities como Pablo Alborán, Mar Flores o Giorgina. "Por un tema de licencias no tengo seis, siete u ocho locales más abiertos", ha lamentado durante su intervención, en la que ha enfatizado que la complejidad regulatoria es uno de los principales frenos para el crecimiento de las pequeñas cadenas. Salinas, que pasó 15 años en multinacionales antes de lanzarse a iniciar su propio negocio, explicó que el éxito inmediato de su primer local le llevó a franquiciar antes de lo previsto. "El mercado se adelantó al plan de negocio", admite. Hoy cuenta con dos tiendas propias y nueve franquicias, aunque asegura que su prioridad es no perder el control de la calidad. "He aprendido que si no delego, dejo de crecer; no todo puede pasar por mí", reconoce.

"La eficiencia es la diferencia entre sobrevivir o no" Para Enrique Francia, consejero delegado de Foodbox, grupo propietario de Santagloria y Papizza, el contexto actual obliga a las marcas a ser "más eficientes que nunca". "El gasto crece menos del 2% y la renta disponible de las familias ha caído en términos reales. Si eres capaz de dar experiencias y eficiencia, ganarás dinero; de lo contrario puedes tener problemas", advierte. Francia recordó que la restauración organizada representa ya el 1% del mercado y que su crecimiento medio anual ronda el 1%, pero advirtió de que el sector sufre de 'hiperregulación', además de una fuerte presión de costes laborales.

Entre sus consejos para las empresas que quieran iniciar un proceso de franquicia, subrayó la necesidad de conservar un porcentaje razonable de tiendas propias respecto a las franquiciadas: "Entre un 20% y un 40% de locales en propiedad te permite conocer el negocio de primera mano, innovar y evolucionar para luego aplicar en tus franquiciados. Si no tienes locales propios, dependes de otros para cambiar".

El ejecutivo subrayó, además, que la estructura es esencial a partir de las 15 o 20 unidades. "Ahí muchas cadenas se estrellan. Pasar del restaurante familiar a la empresa organizada exige logística compras y procedimientos. Si no tienes estructura, el crecimiento se convierte en un problema".

"No se trata de poner banderitas" Desde una perspectiva más artesanal, Stefano Rosso, director de marketing de Gelati Dino, destaca que el servicio diferencial que la cadena ofrece a sus franquiciados es el cuidado de la cadena de valor. La empresa, que nació de una heladería italiana en Ampuriabrava, produce directamente todos sus ingredientes, desde el pistacho tostado hasta las mermeladas, lo que permite controlar la calidad y ofrecer un producto de más valor añadido a todas sus tiendas.

"La estructura es lo que nos permite dar soporte real a los franquiciados. No se trata de poner banderitas, sino de crecer con sentido", subraya el directivo.

Rosso asegura que Dino Gelati abre entre tres y cuatro tiendas al año y que cada operación "tarda más de un año" en cerrarse: en parte por las exigencias regulatorias, pero en parte también por los altos estándares de la compañía en materia de ubicación y condiciones del local. "Las necesidades que tenemos son muy específicas en cuanto a fachada, esquina, paso entre semana, paso en fin de semana y en los meses de verano, capacidad de absorber la venta, etc. Preferimos la rentabilidad a la rapidez", abunda.

"El perfil del franquiciado define el modelo" En el plano internacional, Pilar Amorocho, consejera delegada de la colombiana Sándwich Qbano, con más de 220 puntos de venta en América Latina, ha insistido en la necesidad de elegir cuidadosamente a los socios: "Uno como franquiciador debe saber cuál es el perfil de franquiciado que quiere. No se puede decir que sí a todo".

La compañía, con presencia en Colombia, Panamá y Miami, estudia su desembarco en España a través de un franquiciado máster, un modelo que permita replicar su fórmula sin perder el control de la marca. "Aquí hay muchos colombianos que nos conocen, además del consumidor español, que es muy abierto a la innovación", apunta Amorocho.

Escuchar al franquiciado, la clave Desde una visión más global, Alberto Salvador, director comercial de T4 Franquicias, advirtió que los mayores errores al franquiciar se deben a la falta de preparación estructural. "Hay emprendedores que creen que franquiciar es solo replicar, pero si no tienes procesos claros y soporte real, el modelo se tambalea", explica.

Para Salvador, la franquicia se sustenta en la confianza: "Funciona porque el concepto ya está probado y porque el franquiciador acompaña en la toma de decisiones y en la operativa. Pero escuchar al franquiciado es tan importante como vender la marca".

ANUARIOS PAPEL
ÚLTIMAS NEWSLETTERS
DESCARGA EBOOKS
BLOGS
VIDEOS



NOTICIAS

La franquicia, una fórmula de crecimiento en restauración no exenta de riesgos: "Contar con una estructura es básico para no morir de éxito"

Directivos y fundadores de cadenas como Santagloria, Dulce Safari, Dino Gelati o Sándwich Qbano han intercambiado sus impresiones en el marco del Franchise Innovation Summit.



LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

Será el principal patrocinador del foro 'FIS 2025'

SERVIMEDIA

MADRID, 15 (SERVIMEDIA)

BBVA registró un incremento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los seis primeros meses del año, en comparación con el mismo periodo de 2024.

Este avance estuvo acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio, según informó BBVA en una nota de prensa este miércoles.

BBVA busca reforzar el compromiso con el ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas “en un entorno de profesionalización y transformación”, según indicó la entidad bancaria.

El banco participará como patrocinador principal en la nueva edición de 'Franchise Innovation Summit' (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del 'FIS 2025' abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres.

En el marco del foro 'SPAZIO' se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un 'FISkathon' centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

PROPUESTA INTEGRAL

El 'FIS 2025' se consolidará como un punto de encuentro, colaboración e impulso de nuevas oportunidades para el sector de las pymes y el franquiciado.

“El papel de BBVA en el 'FIS' refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia”, indicó la responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA, María Eugenia López. “Más que un banco que financia, queremos ser un socio estratégico para las empresas en su crecimiento, digitalización y transición”, agregó.

(SERVIMEDIA)15-OCT-2025 14:18 (GMT +2)MCG/gja



BBVA crece un 33% en financiación a franquicias en 2024, reafirmando su liderazgo y compromiso con el sector emprendedor en España.

BBVA ha experimentado un notable crecimiento del 33% en la financiación destinada al colectivo de franquicias en España durante el primer semestre del año, comparado con el mismo periodo del año anterior, 2024, según ha comunicado la entidad. Este crecimiento se acompaña de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados a este modelo de negocio. De esta manera, BBVA reafirma su posición como líder y socio financiero de referencia en el sector.

Mediante este incremento en su financiamiento, el banco refuerza su compromiso con el ecosistema de franquicias y pequeñas y medianas empresas (pymes), promoviendo la expansión de proyectos emprendedores. Esto ocurre en un entorno caracterizado por una creciente profesionalización y transformación digital.

El compromiso de BBVA con las franquicias

En este contexto, BBVA participará como patrocinador principal en la próxima edición del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, que se llevará a cabo en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de mil visitantes. Las ponencias programadas para el FIS 2025 se centrarán en diversos temas de interés, incluyendo las claves para el crecimiento del sector de la restauración, la expansión de marcas, la búsqueda de capital privado y la gestión de locales y alquileres.

El papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico

Además, se discutirán aspectos relacionados con multifranquiciados, marketing digital, sostenibilidad y la aplicación de tecnología para la expansión. Dentro del foro SPAZIO, se analizarán las oportunidades en supermercados y retail de autor, finalizando el evento con un FISkathon dedicado a diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles. Según María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España, el objetivo es acompañar a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles.



BBVA ha experimentado un **notable crecimiento del 33%** en la financiación destinada al colectivo de franquicias en España durante el primer semestre del año, comparado con el mismo periodo del año anterior, 2024, según ha comunicado la entidad. Este crecimiento se acompaña de un incremento del 11% en los saldos de inversión asociados

Superficie **100%** Audiencia **3.588** Valoración **22€**

Los principales directores de Franquicias del sector analizan los retos y oportunidades del modelo en un entorno cada vez más competitivo durante la jornada "Franquiciar en supermercados: oportunidad real en mercados de proximidad", organizada por FRS Food Retail & Service en el marco del **Franchise Innovation Summit**.

Las franquicias de alimentación, apoyadas en la proximidad, la flexibilidad y el respaldo continuo, se consolidan como una opción real y sostenible para emprendedores que buscan crecer de la mano de grandes marcas. Esta fue una de las principales conclusiones de la jornada "Franquiciar en supermercados: oportunidad real en mercados de proximidad", organizada por FRS - Food Retail & Service en el marco de la segunda edición de **FIS (Franchise Innovation Summit)**, que se celebra los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

El encuentro, moderado por Mar Calderón, directora de FRS - Food Retail & Service, reunió a representantes de las principales cadenas de distribución alimentaria en España, quienes compartieron su visión sobre el presente y el futuro de este modelo de negocio. La jornada arrancó con una intervención a cargo de Carlos Azofra, CEO de FRS - Food Retail & Service, quien subrayó que "hablamos de un sector que ha alcanzado su madurez, que ha sabido adaptarse a nuevas demandas de proximidad, conveniencia y sostenibilidad, y que sigue ofreciendo grandes oportunidades para emprendedores".

En la mesa redonda participaron Juan Morales, director de Franquicias de Alcampo; Jesús Bermejo, director de Franquicias de Carrefour España; Alberto Cañas, director de Franquicias de Eroski; y Manoli Peña, directora de Franquicias de Dia España. A lo largo del debate, se abordaron cuestiones clave como el perfil del franquiciado ideal, la rentabilidad del modelo, la evolución del supermercado de proximidad, la digitalización, el auge de las marcas propias y la integración de criterios sostenibles.

Perfil del franquiciado: compromiso, actitud y cercanía

El modelo de franquicia ha evolucionado con el tiempo, y con él, también el perfil del franquiciado. Si bien la inversión sigue siendo un factor importante, hoy las enseñanzas valoran especialmente la actitud, la implicación y el conocimiento del entorno local. "Buscamos en nuestros perfiles franquiciados socios que compartan nuestros valores y atributos y los defiendan frente a los clientes", explicó Juan Morales (Alcampo). "Queremos una relación de socios partners, donde compartimos experiencias y aprendemos también de ellos", agregó.

En Eroski, este enfoque se traduce en una conexión inherente a los valores cooperativos: "Lo que buscamos son personas que entiendan el valor consumidor y que compartan la respuesta social". En opinión de Alberto Cañas, "podríamos hablar en realidad de un multiperfil", por las transformaciones que se han ido produciendo con el paso de los años y que "nos han obligado también a nosotros a tener que adaptarnos a todas esas formas nuevas de invertir y trabajar", explicó. En todo caso, el directivo dejó claro que "para nosotros, son una tienda más del grupo; de hecho, casi un 45% de nuestros puntos de venta son franquiciados".

Dia, por su parte, apuesta decididamente por la proximidad y perfiles comprometidos con la comunidad y el entorno en el que se encuentran. Manoli Peña destacó además el papel creciente de la mujer emprendedora: "El 53% de nuestras franquicias han sido puestas en marcha por mujeres", y recalcó que "nos funciona muy bien el perfil interno, la gente que ya conoce la empresa y apuesta desde dentro por el emprendimiento".

Jesús Bermejo (Carrefour) coincidió en la importancia del compromiso personal: "Ha de ser alguien con vocación de comercio, que sepa hablar con los clientes y que le guste lo que hace", aseveró.

Tres pilares del éxito: apoyo, adaptación y crecimiento

La propuesta de valor que ofrecen las grandes enseñanzas a sus franquiciados se basa en tres pilares: acompañamiento, flexibilidad y posibilidades reales de crecimiento. "El acompañamiento es clave", apuntó Manoli Peña. En este sentido, la directiva subrayó que "en Dia damos la posibilidad de financiar el 100% del stock inicial y ofrecemos una evolución real hacia el multifranquiciado. Hoy, uno de cada tres franquiciados de Dia gestiona más de una tienda".

Desde Alcampo, Juan Morales destacó su modelo multiformato como un factor diferenciador: "Podemos ofrecer desde tiendas de ultraproximidad hasta hipermercados. La clave está en adaptarse al entorno, y eso solo se logra con flexibilidad".

Carrefour también permite una elevada adaptación local: "Ofrecemos al franquiciado la capacidad de ajustar surtido y precios a las necesidades reales de cada zona", explicó Jesús Bermejo.

En el caso de Eroski, Alberto Cañas quiso hacer hincapié en que el acompañamiento también se extiende -y especialmente- a los momentos difíciles, un principio compartido por todos los participantes: "En las maduras todos somos felices, pero es en las duras donde hay que estar", reconoció el directivo. "Hay que fijar la línea de ventas en un sitio adecuado y dar apoyo con un plan de viabilidad robusto; la mayoría de las veces sale bien, y cuando no es así hay que apostar", resumió.

La proximidad como eje estratégico

La consolidación del supermercado de proximidad es, para todos los ponentes, una tendencia ya irreversible. Lejos de competir frontalmente con los grandes formatos, este modelo se impone como respuesta a la demanda de conveniencia y cercanía por parte del consumidor.

"La gente busca lo rápido, lo cómodo y el futuro pasa por los distintos formatos de proximidad", apuntó Jesús Bermejo. En esta misma línea, Juan Morales defendió un enfoque de "zonas de vida" donde distintos formatos se integran adaptándose a los diferentes perfiles del cliente: "La inmediatez te lleva cerca del cliente y representa una gran oportunidad", apuntó.

En el caso de Dia, cuya red de franquicias representa ya el 66% de sus tiendas, Manoli Peña resaltó el papel estratégico que desempeña la proximidad en su modelo, con 93 establecimientos ubicados en municipios de menos de 2.500 habitantes: "Nadie mejor que un franquiciado local para entender las necesidades locales", remarcó.

En cuanto a la rentabilidad, los responsables coincidieron en que no existe una fórmula única, ya que depende de múltiples factores como el tamaño del local, el coste de alquiler o el surtido. Sin embargo, todos subrayaron la necesidad de que el modelo sea sostenible para ambas partes. "La franquicia ha de ser un win-win, porque si no gana el franquiciado, no ganamos nosotros", afirmó Jesús Bermejo. "Es preciso pensar en una renta justa".

Manoli Peña sostuvo que "hay que asegurar la rentabilidad óptima al franquiciado, porque esto es un negocio" y añadió que "con la opción del multifranquiciado, en Dia damos la oportunidad de crecer; al disponer más de una tienda, lógicamente la rentabilidad se incrementa".

Por su parte, Juan Morales recalcó la importancia de "encontrar el equilibrio justo y del acompañamiento, una vez más, en la gestión".

Marca propia, sostenibilidad y digitalización

El auge de la marca de distribuidor (MDD) fue valorado de forma muy positiva por todos los participantes. Coincidieron en que ya no se asocia solo a precios bajos, sino a productos de calidad con identidad propia: "Ayuda a fidelizar, a diferenciarse y refuerza el vínculo entre el cliente y la enseña", aseguraron.

Por lo que se refiere a la sostenibilidad, también hubo unanimidad al asegurar que es un factor interiorizado que "va mucho más allá de cumplir con la normativa". Todas las cadenas están comprometidas con su integración real en el negocio y recalcaron que "el franquiciado, por su cercanía, es clave para aplicar medidas sostenibles y trabajar con producto local".

[ANUARIOS PAPEL](#)
[ÚLTIMAS NEWSLETTERS](#)
[DESCARGA EBOOKS](#)
[BLOGS](#)
[VIDEOS](#)**RETAILERS****Alcampo, Carrefour, Dia y Eroski dibujan en FIS el presente y futuro del supermercado franquiciado: "Será más adaptado, flexible y cercano"**

Los principales directores de Franquicias del sector analizan los retos y oportunidades del modelo en un entorno cada vez más competitivo durante la jornada "Franquiciar en supermercados: oportunidad real en mercados de proximidad", organizada por FRS Food Retail & Service en el marco del Franchise Innovation Summit.



En materia de digitalización , todas las enseñanzas coincidieron en que la innovación tecnológica se ha convertido en una palanca clave para optimizar la gestión de las tiendas y mejorar la experiencia del cliente, tanto en establecimientos propios como en franquiciados. "Aplicamos todas las herramientas tecnológicas también en nuestras franquicias, exactamente igual que en las tiendas propias. Si extrapolamos una innovación al franquiciado es porque está asegurada la rentabilidad. Y si alguien tiene que perder, que sea el franquiciador", afirmó con contundencia Manoli Peña, subrayando el compromiso de la compañía con sus socios.

Alcampo defendió que la tecnología debe estar siempre al servicio de la eficiencia del negocio. En este sentido, Juan Morales hizo referencia al canal online advirtiéndole que "tiene una rentabilidad comprometida y al franquiciado hay que darle siempre una salida que sea rentable" y abriendo el debate sobre la viabilidad del ecommerce en el segmento alimentación.

Desde Carrefour, Jesús Bermejo ofreció una visión distinta: "Yo difiero. Creo que el ecommerce es fundamental y hay tiendas en las que representa hasta el 30% de las ventas a través de plataformas como Glovo y Uber Eats. Para nosotros es clave", explicó, señalando que algunas tiendas incluso operan con reposición nocturna para poder atender una alta demanda de pedidos digitales, con cifras de hasta 80 o 90 entregas en una noche.

Esta diversidad de enfoques refleja una realidad compartida: aunque el canal online en alimentación todavía representa una cuota limitada del mercado -en torno al 3% a nivel general-, su evolución será decisiva en los próximos años. En todo caso, todas las cadenas subrayaron que trabajan en una estrategia omnicanal que permita al franquiciado aprovechar los nuevos hábitos de consumo sin poner en riesgo la rentabilidad de su modelo.

En esta línea, se destacó la necesidad de que el franquiciado cuente con herramientas digitales no solo para la venta online , sino también para mejorar la gestión interna, los procesos logísticos y la relación con el cliente: "Se trata de facilitarle la gestión para que pueda centrarse en lo más importante: atender al cliente con cercanía y calidad ", apuntaron.

Al cierre de la jornada, los participantes coincidieron en que el supermercado franquiciado del futuro será más adaptado, más cómodo y más centrado en el cliente. La tecnología seguirá facilitando la gestión diaria del franquiciado, pero el factor humano seguirá siendo diferencial. "El mimo, el cariño y el cuidado son lo que nos diferencia, y el camino irá por ahí", concluyeron.

(*) La información ampliada de esta mesa redonda estará disponible en el próximo Anuario Perspectivas de FRS - Food Retail & Service.



Superficie **100%** Audiencia **70.132** Valoración **506€**

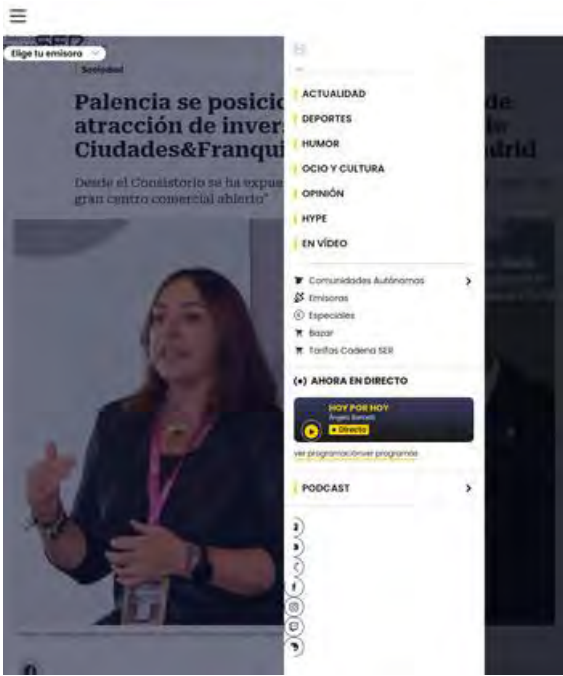
Desde el Consistorio se ha expuesto la potencialidad de la ciudad como “un gran centro comercial abierto” Palencia

La alcaldesa de Palencia, Miriam Andrés, ha asistido a la **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebra durante las jornadas de hoy y mañana en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. La edil que ha estado acompañada por la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, ha participado en el I Foro Ciudades & Franquicia, junto a los representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana, para exponer las posibilidades que tiene Palencia como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados.

Tras su intervención, la regidora ha destacado que se ha posicionado a Palencia a nivel nacional como “un foco de atracción de inversiones de este tipo de modelo de negocio”. En este sentido, desde el Consistorio se ha expuesto la potencialidad de la ciudad como “un gran centro comercial abierto, donde en una arteria comercial como es la calle Mayor, se puede combinar el comercio tradicional que aúna generaciones con nuevas franquicias que pueden ser de muchos sectores no sólo textiles sino también de servicios, gastronomía, alimentación etcétera”. Además, se ha hablado de que es una capital inmersa en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030, así como de su crecimiento en el número de visitantes. Todo ello, con el intermediario de la Asociación Española de Franquicias, con el objetivo de que “esto sea un primer punto de encuentro para que Palencia vaya sonando en ese mapa nacional de inversiones a futuro”.

Por último, la edil ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias que haya dado a Palencia un doble protagonismo, primero con la celebración del foro en la ciudad y, a continuación, dándole su sitio en este espacio tan importante como el de Madrid.

Bajo el lema “Marcas que levantan pasiones”, **FIS 2025** reúne a emprendedores, empresarios, inversores, franquiciadores, CEO, empresas de servicios y profesionales de la industria del retail y de la franquicia, en un espacio de networking exclusivo, formación y oportunidades de negocio. Una cita imprescindible para el ecosistema de la franquicia que ofrece un formato congresual dinámico y una zona showroom donde más de 120 marcas y empresas pueden maximizar su visibilidad y rentabilidad.



La alcaldesa de Palencia, Miriam Andrés, ha asistido esta mañana a la **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebra durante las jornadas de hoy y mañana en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

La regidora, que ha estado acompañada por la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, ha participado en el I Foro Ciudades & Franquicia, junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana, para exponer las posibilidades que tiene Palencia como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados.

Tras su intervención, la regidora ha destacado que se ha posicionado a Palencia a nivel nacional como “un foco de atracción de inversiones de este tipo de modelo de negocio”.

En este sentido, desde el Consistorio se ha expuesto la potencialidad de la ciudad como “un gran centro comercial abierto, donde en una arteria comercial como es la calle Mayor, se puede combinar el comercio tradicional, que aúna generaciones, con nuevas franquicias que pueden ser de muchos sectores no sólo textiles como hemos estado acostumbrados, sino también de servicios, gastronomía, alimentación, etcétera”.

Además, se ha expuesto que Palencia es una capital inmersa en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030, así como de su crecimiento en el número de visitantes.

Todo ello, con el intermediario de la Asociación Española de Franquicias, con el objetivo de que “esto sea un primer punto de encuentro para que Palencia vaya sonando en ese mapa nacional de inversiones a futuro”.

Por último, la edil ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias que haya dado a Palencia un doble protagonismo, primero con la celebración del foro en la ciudad y, a continuación, dándole su sitio en este espacio tan importante como el de Madrid.

Bajo el lema “Marcas que levantan pasiones”, **FIS 2025** reúne a emprendedores, empresarios, inversores, franquiciadores, CEO, empresas de servicios y profesionales de la industria del retail y de la franquicia, en un espacio de networking exclusivo, formación y oportunidades de negocio. Una cita imprescindible para el ecosistema de la franquicia que ofrece un formato congresual dinámico y una zona showroom donde más de 120 marcas y empresas pueden maximizar su visibilidad y rentabilidad.



Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector
Thank you for watching

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multfranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que "el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles".

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

El Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

ARCHIVADO EN:

BBVA Emprendedores Pymes Madrid Tecnología Retail Marketing Supermercados Alquiler España
Contenido patrocinado



Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la búsqueda de capital privado, los nuevos canales de distribución o la gestión de locales y alquileres, además de sesiones sobre multifranquiados, marketing digital, sostenibilidad y tecnología aplicada a la expansión. En el marco del foro SPAZIO se debatirá sobre las oportunidades en supermercados y retail de autor, y el evento culminará con un FISkathon centrado en diseñar modelos de franquicia innovadores y sostenibles.

María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España señala que "el papel de BBVA en el FIS refleja nuestro compromiso con la profesionalización del sector franquicia. No solo queremos ser un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles".

El compromiso de BBVA con las franquicias forma parte de una estrategia más amplia de apoyo al tejido empresarial español, que incluye sectores esenciales que necesitan especialización y un modelo de relación basado en la confianza. BBVA ofrece financiación, seguros y soluciones digitales específicas para los franquiciadores y los franquiciados, con especial foco en los jóvenes emprendedores. El banco impulsa así la transformación y modernización del comercio, favoreciendo la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del sector.

Apoyo a las franquicias con una propuesta integral

El Franchise Innovation Summit 2025 volverá a ser un punto de encuentro clave para el intercambio de conocimiento, la colaboración y el impulso de nuevas oportunidades en el sector. BBVA reafirma así su compromiso con el crecimiento del tejido empresarial español, apoyando a las franquicias y al sector como motores de innovación, empleo y desarrollo económico en todo el territorio.

ARCHIVADO EN:

BBVA Emprendedores Pymes Madrid Tecnología Retail Marketing Supermercados Alquiler España

Contenido patrocinado

Jueves, 23 de octubre de 2025

El Día de La Rioja

ECONOMÍA

BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

Sumando Comunicación - miércoles, 15 de octubre de 2025

Este avance consolida el liderazgo de la entidad como socio financiero de referencia en el sector



BBVA eleva la financiación al sector de franquicias un 33%

BBVA refuerza así su compromiso con el ecosistema de franquicias y pymes, apoyando la expansión de proyectos emprendedores en un entorno de creciente profesionalización y transformación digital. En este contexto, el banco participará como patrocinador principal en la nueva edición del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de visitantes.

Las ponencias del FIS 2025 abordarán las claves de crecimiento del sector de la restauración, los retos de expansión de las marcas, la

Superficie **100%** Audiencia **3.588** Valoración **17€**

Resumen de la presentación de Carlos Azofra, editor de FRS Food Retail & Service, abriendo **FIS - Franchise Innovation Summit**, la feria internacional de la franquicia.

Las franquicias de supermercados viven un momento de madurez y redefinición. El modelo que durante años simbolizó la expansión rápida y capilar del retail alimentario ha entrado en una nueva fase, más estratégica, más exigente y, sobre todo, más cualitativa.

Hoy, el desafío no pasa por abrir más tiendas, sino por abrir las adecuadas, con los socios correctos y con una propuesta capaz de conectar con un consumidor cada vez más exigente.

El mapa general del retail alimentario

A modo de preámbulo, antes de enunciar las diez claves para entender el modelo actual de franquicia, cabe citar algunos puntos que definen el panorama general del retail alimentario (distribución organizada moderna).

Las grandes ganadoras de los últimos años son las cadenas de surtido corto, con Mercadona, Lidl y Aldi a la cabeza.

El hipermercado, en cambio, pierde protagonismo, mientras el supermercado de proximidad, ya sea propio o franquiciado, se consolida como el formato con más futuro, destacando positivamente el desempeño de las cadenas de supermercados regionales.

El consumidor compra menos cantidad, pero más a menudo. Busca fresca, cercanía y precios ajustados.

Las marcas de la distribución (MDD) crecen. Ofrecen ahorro a menudo sin sacrificar calidad en un contexto donde los consumidores buscan defender su poder adquisitivo ante el aumento de las hipotecas y alquileres.

Los productos frescos ganan protagonismo en un contexto donde cada vez tiene más peso el factor salud y pierden los ultraprocesados, cada vez más demonizados en las redes sociales.

A todo esto se suma una tendencia imparable: la frontera entre supermercado y restaurante empieza a difuminarse. Nace el "mercaurante", un híbrido que combina lineales y bandejas de "Listo para Comer", incluso con zonas de degustación. El supermercado se convierte en un espacio donde comprar y comer a la vez.

Las diez claves que explican el modelo actual de franquicia de supermercados

Modelo de franquicia maduro

Después de años de expansión, el modelo de franquicia alimentaria ha alcanzado su madurez.

Los franquiciadores buscan menos cantidad y más calidad de socios, priorizando operadores con experiencia y visión empresarial.

Franquiciado más experto

El perfil del franquiciado profesional ha sustituido al del emprendedor primerizo: ya no se trata de autoempleo, sino de un negocio con rentabilidad y gestión profesional. Estos nuevos socios exigen transparencia, apoyo y márgenes claros. En definitiva, la franquicia ha dejado de ser una opción amateur para convertirse en una estructura empresarial sólida.

Flexibilidad y apoyo integral

Las enseñanzas avanzan hacia modelos más adaptativos y rentables, reduciendo cánones, ofreciendo fórmulas "llave en mano" y aportando apoyo total en formación, logística, marketing y digitalización.

El franquiciado puede centrarse en lo esencial: gestionar y vender, mientras la central asume la complejidad operativa. Incluso los conflictos se gestionan con más flexibilidad, priorizando acuerdos antes que litigios.

La proximidad como valor estratégico

El supermercado de proximidad es hoy el formato estrella. Permite llegar donde la tienda propia no resulta rentable: barrios densos o núcleos urbanos pequeños. El consumidor valora el trato humano, el surtido local, los horarios amplios y los servicios personalizados, como el reparto a domicilio.

La franquicia se convierte así en el vehículo perfecto para extender la cercanía y la identidad local de cada marca.

Formatos híbridos y nuevas experiencias

La proximidad impulsa la creación de formatos híbridos, con servicios de conveniencia y restauración: desde la panadería y el café hasta el "take away" o la recogida de pedidos online.

Algunos supermercados incorporan zonas de degustación o cafeterías, fusionando retail y restauración rápida. Es el nacimiento del "espacio mixto", donde comprar, probar y disfrutar se confunden.

La tecnología fideliza al franquiciado

La digitalización total es ahora un requisito indispensable. Los franquiciados disponen de herramientas avanzadas para la gestión de stock, promociones, fidelización y comercio electrónico, antes reservadas solo a tiendas propias.

La tecnología ya no es un coste: es un servicio que fideliza al cliente y al propio franquiciado, mejorando la eficiencia y la experiencia.

Auge de las franquicias regionales

Las cadenas regionales también refuerzan su presencia con modelos basados en producto fresco, cercanía y vínculo con productores locales. La territorialización del comercio se convierte en un valor de marca: una forma de competir con identidad propia frente a las grandes cadenas nacionales.

Hay hueco tras la alargada sombra de Mercadona

Con una cuota de mercado superior al 27%, Mercadona marca el ritmo del sector. Su éxito obliga a las cadenas franquiciadoras a diferenciarse mediante fresca, atención personalizada, programas de fidelización, primeras marcas y surtidos exclusivos. La consigna es clara: "diferenciarse o desaparecer".

Sostenibilidad como compromiso real

La sostenibilidad ya no es un extra, sino una obligación. Las tiendas franquiciadas reducen el desperdicio alimentario, incorporan energías renovables y avanzan hacia la eliminación de plásticos.

Pronto, además, deberán adaptarse a nuevas normativas, como el sistema de depósito, devolución y retorno de envases (SDDR).

La sostenibilidad se convierte así en un argumento que fideliza tanto al consumidor como al franquiciado.

Redes multiculturales

El perfil del franquiciado es cada vez más diverso: Pakistán, Marruecos, China, Hispanoamérica, Europa del Este... La multiculturalidad aporta riqueza y resiliencia, pero también exige una gestión más sensible, formación adaptada y comunicación eficaz.

Bien gestionadas, estas redes se convierten en un activo de valor, capaces de conectar mejor con comunidades locales y clientes de distintos orígenes.

Como conclusión, el modelo de franquicia en el retail alimentario se ha hecho adulto. En un entorno de alta competencia, el crecimiento ya no se mide en número de aperturas, sino en calidad de las relaciones, solidez de los márgenes y atractivo para el consumidor.

El desafío ya no es crecer más, sino crecer mejor, de forma orgánica: consolidar relaciones sólidas con los franquiciados, impulsar modelos sostenibles y atractivos para el consumidor, y construir juntos el supermercado del futuro

ANUARIOS PAPEL
ÚLTIMAS NEWSLETTERS
DESCARGA EBOOKS
BLOGS
VIDEOS



CON MI MARCA BLANCA

Franquicia de supermercados: 10 claves de la nueva era

Resumen de la presentación de Carlos Azofra, editor de FRS Food Retail & Service, en FIS - Franchise Innovation Summit, la feria internacional de la franquicia.



LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

1

Juan Roig (Mercadona): "No se trata de lo que España puede hacer por mí, sino de lo que puedo hacer yo por España"

La vocera Palencia busca inversión nacional en las franquicias



Palencia se posicionó ayer a nivel nacional como un polo de atracción para inversiones en franquicias gracias a la intervención de la alcaldesa, Miriam Andrés, en el Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, celebrado en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. Organizado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF). Andrés participó en el I Foro Ciu-

dades & Franquicia junto a representantes de Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana de la Frontera. En su exposición, la regidora destacó las fortalezas de Palencia como «un gran centro comercial abierto», centrado en la icónica calle Mayor. «Aquí se fusiona el comercio tradicional, que une generaciones, con nuevas franquicias de sectores variados: no solo textiles, sino servicios, gastronomía y alimentación», subrayó. /DP

EN CORTO

Carriedo destaca unas inversiones históricas

El consejero de Economía y Hacienda, Carlos Fernández Carriedo, destacó ayer que el proyecto de inversión que la Junta destina a la provincia es «uno de los mayores de la historia» y destacó que «incluye muchas de las principales actuaciones que la Junta venía comprometiendo». Así, subrayó que «la más novedosa es el nuevo polígono empresarial en Villamuriel, con 12 millones de euros», a la que se suma «la continuidad del Incubatech de Magaz, con casi 2 millones». Del mismo modo, añadió que «destacan también las inversiones en Sanidad, con el bloque técnico y la unidad de radioterapia del hospital, además de las obras de regadíos en el Carrión o la variante de Guardo, con algo más de tres millones». Pero más allá de las inversiones, Carriedo llamó también la atención sobre que «Palencia será una de las grandes beneficiadas del Buscyl y de la puesta en marcha del helicóptero sanitario». Concluyó que «además de unas inversiones cercanas al máximo histórico, hay un montón de compromisos sociales y de apoyo a las personas igualmente destacables».



CARLOS FERNÁNDEZ CARRIEDO
CONSEJERO DE ECONOMÍA

«Incluye muchas de las principales actuaciones que la Junta venía comprometiendo con Palencia»

«Además de unas inversiones cercanas al máximo histórico, hay un montón de compromisos sociales y de apoyo a las personas»

DETALLE DE LAS INVERSIONES PARA 2026*

(Listado por consejerías de la inversión directa. Cantidades en euros)

ECONOMÍA Y HACIENDA	4.839.179
INCOUBATECH	1.695.677
ASCENSORES HIDRÁULICOS DELEGACIÓN TERRITORIAL	1.041.180
PARQUE PROVEEDORES DE VILLAMURIEL DE CERRATO	700.000
REACTIVACIÓN SOCIOECONÓMICA	417.500
SISTEMAS DE AUTO CONSUMO COLECTIVO	300.000
CLIMATIZACIÓN EDIFICIO NICOLÁS CASTELLANOS	295.592
POLÍGONO INDUSTRIAL DUEÑAS	100.000
POLÍGONO INDUSTRIAL GRIJOTA	50.000
AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL	18.254.881
MODERNIZACIÓN BAJO CARRIÓN	10.439.694
ADECUACIÓN CAMINOS RURALES	1.300.000
TRASLADO LINEA ALTA TENSIÓN ARROYO LAS CUEVAS	800.000
MODERNIZACIÓN CARRIÓN-SALDAÑA-VILLAMORONTA SECTOR I	640.000
PLAN DE ACCIÓN TIERRA DE SABOR	572.919
RETECH ITACYL	566.905
MODERNIZACIÓN PALENZUELA-QUINTANA DEL PUENTE	529.642
SANIDAD Y BIENESTAR ANIMAL	500.000
ACTUALIZACIÓN PRESA ARROYO VILLAFRIA-SANTIBAÑEZ	450.000
PLAN GANADERÍA EXTENSIVA 2026	400.000
RETECH ITACYL	357.468
PLAN OVINO SANIDAD OVINO 2026	300.000
MODERNIZACIÓN CARRIÓN-SALDAÑA-VILLAMORONTA FASE 2	200.000
PROYECTO Balsa BASCONES OJEDA	169.307
PLAN RENOVE FLOTA DE VEHÍCULOS 2026-2031	129.099
VEHÍCULOS ECOEFICIENTES MOVES III	85.334
MEDIO AMBIENTE, VIVIENDA Y ORD. TERRITORIO	15.165.177
RESTAURACIÓN AMBIENTAL ESPACIOS MINEROS PALENCIA	3.968.669
TRATAMIENTOS SELVÍCOLAS PREVENTIVOS DE INCENDIOS	3.812.264
EXTINCIÓN DE INCENDIOS. CUADRILLAS HELITRANSPORTADAS.	1.033.250
APROVECHAMIENTO RECURSOS MADEREROS PARA BIOENERGÍA	771.865
CONSTRUCCIÓN PUNTOS LIMPIOS FIJOS PARA GESTIÓN POR EELL	757.926
CONVENIO REHABITARE DIPUTACIÓN DE PALENCIA	624.000
REHABILITACIÓN ARQUITECTÓNICA (PROGRAMA REHABITARE)	556.000
RECUPERACIÓN HÁBITATS Y RESTAURACIÓN VEGETAL	555.697
ADQUISICIÓN PUNTOS LIMPIOS MÓVILES PARA GESTIÓN POR EELL	551.319
MEJORA Y RESTAURACIÓN ECOSISTEMAS ESPECIES AMENAZADAS	526.052
MAQUINARIA PREVENCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	446.569
MEJORA EN MASAS FORESTALES Y GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE	278.084
REHABILITACIÓN PARQUE PÚBLICO DE VIVIENDA (REVIVE)	143.888
CONVENIOS PREVENCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	50.045
SANIDAD	58.080.631
OBRA HOSPITAL RÍO CARRIÓN. BLOQUE TÉCNICO	49.755.337
EQUIPAMIENTO DIVERSO DE HOSPITALES	5.050.053
OBRAS DIVERSAS EN HOSPITALES	1.100.000
UNIDAD SATÉLITE RADIOTERAPIA PALENCIA	985.236
HOSPITALIZACIÓN PALENCIA	508.200
C.S. VENTA DE BAÑOS	355.600
C.S. BALTANÁS	66.550
C.S. TORQUEMADA	28.435
MOVILIDAD Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	10.662.933
CONSERVACIÓN PALENCIA	4.209.501
PROYECTO Y OBRA DE VARIANTE DE GUARDO TRAMO B	3.070.000
RENOVAC. SUPERF. CL-627, CERVERA A LÍMITE CANTABRIA	885.720
CONSERVACIÓN	600.000
SEÑALIZACIÓN HORIZONTAL. PINTADO Y REPINTADO 2024-2025	490.724
P-245. MEJORAS DE VISIBILIDAD EN INTERSECCIÓN	350.000
RENOVAC. SUPERF. CL-626 GUARDO-SANTIBAÑEZ PEÑA	300.000
RENOVAC. SUPERF. CL-615 FRESNO DEL RIO-GUARDO	270.000
SEÑALIZACIÓN VERTICAL. PINTADO Y REPINTADO 2026-2027	200.000
VIA DE SERVICIO EN GRIJOTA, P.K. 0+500 A 1+500	200.000
EDUCACIÓN	4.589.441
CARPINTERIA IES JORGE MANRIQUE-PALENCIA	1.792.326

SUSTITUCIÓN DE CUBIERTA CEIP NUESTRA SRA. DE RONTE-OSORNO	600.000
INSTALACIÓN ELÉCTRICA IES SANTA MARÍA LA REAL-AGUILAR	350.000
NÚCLEO Y ESCALERAS ESCUELA ARTE PALENCIA	331.850
ACCESO Y ASCENSOR CEIP ANGEL ABIA-VENTA DE BAÑOS	250.000
CEIP REYES CATÓLICOS- DUEÑAS	240.000
FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	2.446.376
OBRAS MEJORAS ACCESO PERSONAS MAYORES	1.000.000
OBRAS Y EQUIPAMIENTO RESIDENCIAS	887.057
ALBERGUE JUVENIL ARBEJAL	199.819
CULTURA Y TURISMO	5.522.537
OBRAS INSTALACIONES DEPORTIVAS CAMPO JUVENTUD	1.132.740
PUESTA EN VALOR PATRIMONIO CUENCAS MINERAS DEL CARBÓN	772.440
ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS DE USO ADMINISTRATIVO	527.812
CONSERVACIÓN Y SUMINISTROS MENORES CAMPO JUVENTUD	523.980
REHABILITACIÓN ACTIVOS CUENCAS MINERAS DEL CARBÓN	219.691
ARTES ESCÉNICAS Y CIRCUITOS ESCÉNICOS	145.080
ARPA 2026	45.000
CENTRO ESPECIALIZADO DE TECNIFICACION VOLEIBOL	17.543
SOMACYL	28.263.373
OBRAS ABASTECIMIENTO DE AGUAS	2.646.871
EFICIENCIA EN REDES DE AGUA POTABLE	777.864
ETAP CARRIÓN Y RENOVACIÓN TUBERÍA TORRE DE LOS MOLINOS	450.000
BARRUELO DE SANTULLÁN	350.000
SALDAÑA	250.000
MANCOMUNADO BOADILLA, CISNEROS, FRECHILLA Y VILLACIDALER	250.000
BÁRCENA DE CAMPOS. Colector	219.007
BUSTILLO DE LA VEGA. SONDEO O ABASTECIMIENTO DESDE SALDAÑA	200.000
MELGAR DE YUSO	150.000
OBRAS DEPURACIÓN DE AGUAS	974.716
EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS	1.458.045
RED CALOR AGUILAR CAMPOO	1.458.045
PROMOCIÓN DE VIVIENDA EFICIENTE EN ALQUILER	3.719.521
VIVIENDAS PÚBLICAS EFICIENTES EN PALENCIA	3.719.521
PROMOCIÓN DE VIVIENDA EFICIENTE PARA LA VENTA	4.492.221
PROMOCIÓN DE VIVIENDAS PÚBLICAS EFICIENTES EN VILLAMURIEL	1.937.238
PROMOCIÓN DE VIVIENDAS PÚBLICAS EFICIENTES EN SALDAÑA UNIF	1.500.000
PROMOCIÓN DE VIVIENDAS PÚBLICAS EFICIENTES GRIJOTA	1.054.983
URBANIZACIÓN DE POLÍGONOS INDUSTRIALES	14.000.000
URBANIZACIÓN PI VILLAMURIEL	12.000.000
URB SUELO VPO AGUILAR DE CAMPOO VEGA DE LAS CLARAS	2.000.000
EDIFICACIONES INDUSTRIALES Y OTRAS INFRAESTRUCTURAS	571.999
CENTROS LOGÍSTICOS BIOMASA PALENCIA	571.999
OTRAS ACTUACIONES	400.000
BALSAS GANADERAS INCENDIOS 2025	400.000
FUNDACIÓN PATRIMONIO NATURAL	3.685.425
SENDA CIRCULAR EMBALSE DE RUESGA	580.000
ACTUACIONES DE REINTRODUCCIÓN DE LINCE IBÉRICO	500.000
PROYECTO DE ALOJAMIENTO PANTANO DE RUESGA	500.000
CONSTRUCCIÓN INFRAESTRUCTURAS DE USO PÚBLICO	250.000
ACTUACIONES DE UP EN LA LAGUNA DE LA NAVA: PASARELA	200.000
CREACIÓN INFRAESTRUCTURAS DE U.P. EN EL EMBALSE DE RUESGA	200.000
RESTAURACIÓN ESTACIÓN TREN BURRA EN MAZARIEGOS	200.000
RESTAURACIÓN DE REFUGIOS TRADICIONALES MONTAÑA PALENTINA	160.000
CREACIÓN DEL BOSQUE DE LOS MUNICIPIOS EN BRAÑOSERA	150.000
ACTUACIONES EN EL PANTANO DE RUESGA	100.000
C.P. COVALAGUA-LAS TUERCES	85.000
C.P. MONTAÑA PALENTINA	68.786
C.P. LAGUNA DE LA NAVA	64.620
CENTRO DEL CANGREJO	59.019
DOTACIÓN CP TUERCES Y COVALAGUA AGUILAR	58.000
EQUIPAMIENTOS USO PÚBLICO TM BRAÑOSERA	25.000

FUENTE: Junta de Castilla y León

*Se han eliminado partidas menores por falta de espacio

El primer día del Franchise Innovation Summit estuvo lleno de actividades en un espacio donde la afluencia de gente fue constante a lo largo del día.

Compartir:

Por

Claudio M. Novoa

Ayer se inauguró FIS2025, encuentro promovido por la Asociación Española de la Franquicia, con el patrocinio principal del BBVA.

Y ya desde el primer momento, en el preciso instante de entrar por la puerta 34 del Riyadh Air Metropolitano, le ‘hincamos’ el diente al intenso programa de actividades que, junto a una potente oferta expositora con las principales marcas del mercado, configuran el menú que ésta ofreciendo esta segunda edición del Franchise Innovation Summit.

Con un gran ambiente en el pasillo central, donde se concentran los expositores de las marcas participantes, nos dirigimos al auditorio principal para asistir a la primera mesa redonda. El debate, protagonizado por algunas de las principales locomotoras del mercado de la alimentación, nos aportó las primeras claves de la jornada.

FIS2025 alimenta las tendencias y oportunidades

Carlos Azofra , CEO de Food, Retail & Service, realizó una presentación donde trazó una panorámica del mercado. “Los formatos de proximidad siguen creciendo, las compras son cada vez más pequeñas y frecuentes, mientras que se difumina la frontera entre el supermercado y el restaurante”, resumió. “En paralelo, se acelera el crecimiento de las cadenas de surtido corto”.

A partir de aquí, y a modo de conclusiones, subrayó que este sector ha alcanzado su madurez, de modo que las cadenas priorizan la calidad de los franquiciados frente al número. “Hoy desaparece el autoempleo sin experiencia en beneficio de los perfiles profesionales”. Las centrales, mientras, avanzan a modelos más adaptativos y rentables, con la proximidad como valor estratégico. “Y la digitalización emerge como un factor clave para fidelizar al franquiciado”.

A continuación, y ya en la mesa redonda, se profundizó en la realidad de esta actividad, de la mano de referentes como Alberto Cañas (director de Franquicias Eroski), Jesús Bermejo (director de Proximidad y Franquicias de Carrefour), Juan Morales (director de Franquicias de Alcampo) y Manoli Peña (directora de Franquicias DIA España), moderados por Mar Calderón (directora de Food Retail & Service).

Y entre los temas que se abordaron en este debate del FIS2025, emergió el perfil de franquiciado, Morales explicó que buscan socios que defiendan la enseña y sus atributos. “Que entiendan los valores de la marca, que tengan pasión por el cliente, por el comercio, con liderazgo, habilidades de gestión...”. Fruto de su carácter cooperativo, en Eroski se fijan en asociados que compartan su valores, como la responsabilidad social corporativa. “Lo cierto es que hay multiperfiles, desde grandes inversores hasta el autoempleo; y nos hemos adaptado a esa forma de invertir”, explicó Cañas.

Peña destacó que se diferencian por la proximidad, de ahí que seleccionen perfiles comprometidos con el entorno. “Potenciamos también los perfiles internos y apostamos por integrar el talento femenino, hasta el punto que el 53% de las franquicias la gestionan mujeres”. Para Bermejo, la clave está en que tenga vocación de comercio, que le guste el trato con el cliente. “Y el emprendedor interno nos está funcionando muy bien”.

¿Y cómo escalar una franquicia de hostelería?

De ahí saltamos al Foro Spazio Restauración News, donde se estaba celebrando la mesa ¿Está tu marca preparada para escalar?, con Rafael Salinas (CEO de Dulce Safari), Stefano Rosso (director de Marketing de Gelati Dino), Alberto Salvador (director comercial de T4 Franquicias) y Pilar Amorocho (CEO de Sándwich Qbano), moderados por Pura de Rojas (directora de Allegra Comunicación).

Aquí van algunas de las píldoras que compartieron en este FIS2025 y que nos ayudan a comprender las claves de un crecimiento sólido.

“Para escalar, el franquiciador debe reflexionar si tiene estructura y experiencia para aportar sencillez al asociado” (Salvador)

“La primera franquicia que abrimos representó para mí el mayor máster de mi vida; durante tres-cuatro meses me empapé de todas las cuestiones vinculadas con la gestión, como legal, logístico, marketing...” (Salinas).

“Sin duda, lo que aportamos de diferencial al franquiciado es nuestra fábrica central, que elabora el 90% de los productos que se venden en la tienda. Esa obsesión por el producto es lo que más valora el asociado, que percibe no lo encontrará en el mercado” (Rosso).

“Lo diferencial aquí es la parte operativa; me refiero a todo lo que tenga que ver con la gerencia para lograr la estandarización de procesos, con el objetivo último de alcanzar el estándar de calidad en el producto y servicio” (Amorocho).

“No se trata de abrir por abrir. Hay que evaluar muy bien todo” (Salinas).

En qué se fija hoy el dinero

Sin abandonar este espacio del FIS2025, en la mesa ¿Qué busca hoy el capital privado en restauración? descubrimos las tendencias y qué despierta hoy el apetito inversor de los fondos. Leopoldo Reaño, director general de Dea Capital, explicó que en los últimos años se ha producido un flujo importante de inversión, de ahí que ahora se esté a la espera de desinversiones en el mercado.

Advirtió Javier García-Baos, director de Kenta Capital, que la profesionalización del sector es clave y algo vital para que una marca juegue en esta liga inversora. “Lo que se pide, por ejemplo, es un nivel de transparencia y comunicación muy fluidos. El modelo de la franquicia puede funcionar, pero además tiene que cumplir los requisitos que establece el fondo”.

El retail más de autor

Ya de vuelta al auditorio principal de FIS2025, tuvo lugar la inauguración oficial del encuentro, en la que participaron Luisa Masuet Iglesias (presidenta de la Asociación Española de la Franquicia), Angel Niño (Concejal Delegado de Innovación y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid), José Luis Serrano Fernández (director de PYMES en BBVA en España), Eduardo Abadía (director Ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia), Raúl Calleja (director de FIS) y Ángel Luis Martín Martín (subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid).

A continuación asistimos a la mesa redonda Retail de autor: franquiciando autenticidad. Casos de éxito, moderada por Alejandro Vesga, CEO y director de Emprendedores, y la participación de Javier Pelayo (responsable de Franquicias del Grupo Alma a nivel global), Estefanía Martínez (marketing manager de Mira Mira), Rafael Salinas Sugráñez (CEO & fundador de Dulce Safari), Facundo Muñoz (responsable de Expansión de Folder) y Fernando Castillo (CEO y fundador de Ambiseint).

Aquí van algunas de las enseñanzas para construir una marca sólida y que deje poso en el usuario.

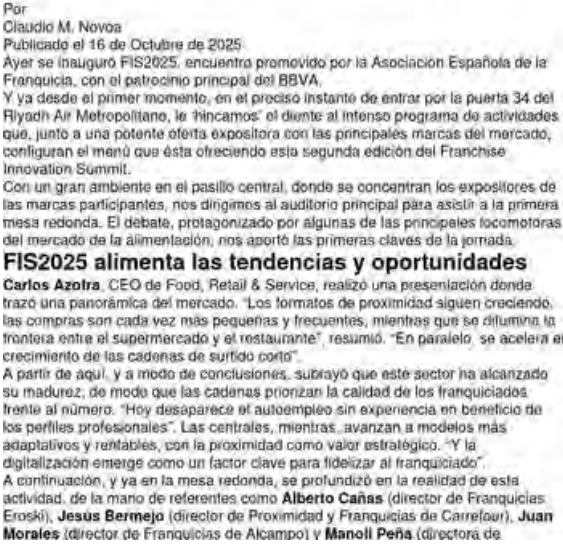
“La clave está en hacer cosas que lleguen a todo el mundo. A partir de aquí, el principal desafío para el retail es llegar y evolucionar para satisfacer las demandas de las nuevas generaciones” (Pelayo)

“El nuestro es un modelo de joyería accesible bajo el paraguas de una marca. En este sentido, nuestros franquiciados buscan un concepto y producto sencillos como el nuestro. Lo cierto es que evolucionamos, pero ofreciendo siempre un producto de calidad” (Martínez).

“En cuanto a la adaptación de la propuesta a la realidad donde opera la tienda, el 85% de los productos de la oferta tiene que estar en la tienda, pero el resto pueden ser referencias locales” (Salinas).

“Entre el 30-40% de los productos son iguales en toda España, pero el resto cambia según el territorio. Y un reto es asociar la marca a algo tan difuso como la papelería” (Muñoz).

“Contamos con una serie de aromas esenciales o comodín, que son comunes, pero otros se pueden adaptar; incluso lanzamos líneas



específicas en países a los que salimos” (Castillo).

FIS2025: ciudades con el sello de la franquicia

Y en su empeño por amplificar el radio de acción de la franquicia y establecer conexiones con los protagonistas del tejido económico-social,

FIS2025 celebró el primer Foro Ciudades & Franquicia.

En la mesa redonda, capitaneada por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, participaron Juan María Marín (concejal de la Promoción Económica y Empleo en el Ayuntamiento de Toledo), Miriam Andrés Prieto (alcaldesa de Palencia), Susana Penedo (concejala de Comercio, Empleo y Desarrollo Empresarial del Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón), Bernabé Cano (alcalde de La Nucía) y José María Román (alcalde de Chiclana de La Frontera).

Los representantes de estos ayuntamientos expusieron ante los asistentes su potencial económico, sus ventajas competitivas y su perfil emprendedor, con el objetivo de posicionarse como espacios atractivos donde instalar franquicias.

Pequeñas grandes oportunidades

Siempre con la vista puesta en compartir las tendencias que marcarán el futuro inmediato de la franquicia, FIS2025 también celebró la mesa Marcas que crecen en ciudades pequeñas.

Moderada por Mª Eugenia López San Segundo (responsable de Negocios Especializados Pymes | B. Minorista BBVA), contó con Enrique Santos (director de Expansión de Midas), Román Suárez (CEO de U'Retail) y Alberto Campo (director de Expansión de Brooklyn Fitboxing) y Alfredo Pérez (CEO de AyudatPymes).

“En las ciudades pequeñas los modelos de franquicia –y los números– encajan, y el rendimiento es el mismo que en localidades más grandes. Los usuarios, además, tienen derecho a acceder a estas marcas. En nuestro caso, las últimas aperturas han tenido lugar en Pineda del Mar, Ceuta, Tortosa y Palencia” (Santos).

“El fitness es un negocio de cercanía. Después de Covid vimos una gran oportunidad en ciudades pequeñas y medianas, y hoy es nuestra principal vía de crecimiento. Lo cierto es que nuestros ratios mejoran en estos sitios, ya que los clientes valoran mucho tener la posibilidad de acceder a la misma experiencia que en ciudades grandes” (Campos).

“Uno de los motivos del buen funcionamiento de las marcas radica en la propuesta de valor, ya que es más fácil diferenciarse aquí. Y fidelizar el talento es más sencillo, aunque en un primer momento resulte más complicado captarlo (Pérez).

“A la hora de utilizar los datos extraídos de herramientas tecnológicas, no se emplean tanto para determinar la ubicación en poblaciones pequeñas sino para conocer la conveniencia, en el sentido de conocer las necesidades de consumo de la gente en cada franja horaria” (Suárez).

Los embajadores de la franquicia

Para finalizar esta primera jornada, en la que también se sucedieron los pitches de diversas marcas de restauración, se entregaron los Reconocimientos Embajadores FIS2025

Los galardones representan “un homenaje al compromiso, la visión y la contribución activa de medios, marcas, asociaciones y territorios que impulsan la proyección internacional, la innovación y la colaboración dentro del ecosistema de franquicias”, como subrayan desde la organización.

Los Embajadores destacados fueron:

Franchising & Partnership (Italia) como Medio de Comunicación Internacional | Recogió: Fabio Pasquali

Restauración News (España) como Medio de Comunicación Nacional | Recogió: Nacho Rojas

EFDA – Egyptian Franchise Development Association (Egipto) como Middle East and North Africa Ambassador | Recogió: Hatem Zaki

Confimprese (Italia) como European Ambassador | Recogió: Nicola Minelli

SDEYF Franquicias (Iberoamérica) como Iberoamerican Ambassador | Recogió: Jesus Capitan

REM Relaciones Empresariales del Mediterráneo como Comunidad Empresarial Invitada | Recogió: Sandra Torrighelli

Anytime Fitness como Marca Franquiciadora | Recogió: Gema Boiza

Alcampo como Embajador de Franquiciados | Recogió: Juan Morales

FOODBOX como Marca y Grupo Empresarial | Recogió: Pablo Aramburu Salgado.

Hoy, en apenas un par de horas, arrancará la segunda jornada de FIS2025.

Por

Claudio M. Novoa

Suscríbete a nuestra

newsletter semanal

Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.



Superficie 100% Audiencia 449 Valoración 3€

La alcaldesa de Palencia, Miriam Andrés, asistió a la **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebra durante las jornadas de hoy y mañana en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid. La edil que ha estado acompañada por la concejala de Impulso Económico, Judith Castro, ha participado en el I Foro Ciudades & Franquicia, junto a los representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana, para exponer las posibilidades que tiene Palencia como ciudad en la que invertir e instalar negocios franquiciados.

Tras su intervención, la regidora destacó que se ha posicionado a Palencia a nivel nacional como “un foco de atracción de inversiones de este tipo de modelo de negocio”. En este sentido, desde el Consistorio se ha expuesto la potencialidad de la ciudad como “un gran centro comercial abierto, donde en una arteria comercial como es la calle Mayor, se puede combinar el comercio tradicional que aúna generaciones con nuevas franquicias que pueden ser de muchos sectores no sólo textiles sino también de servicios, gastronomía, alimentación etcétera”.

Además, se habló de que es una capital inmersa en proyectos transformadores, con una senda de futuro marcada por la Agenda Urbana 2030, así como de su crecimiento en el número de visitantes. Todo ello, con el intermediario de la Asociación Española de Franquicias, con el objetivo de que "esto sea un primer punto de encuentro para que Palencia vaya sonando en ese mapa nacional de inversiones a futuro".

Por último, la edil agradeció a la Asociación Española de Franquicias que haya dado a Palencia un doble protagonismo, primero con la celebración del foro en la ciudad y, a continuación, dándole su sitio en este espacio tan importante como el de Madrid.

Bajo el lema "Marcas que levantan pasiones", **FIS 2025** reúne a emprendedores, empresarios, inversores, franquiciadores, CEO, empresas de servicios y profesionales de la industria del retail y de la franquicia, en un espacio de networking exclusivo, formación y oportunidades de negocio. Una cita imprescindible para el ecosistema de la franquicia que ofrece un formato congresual dinámico y una zona showroom donde más de 120 marcas y empresas pueden maximizar su visibilidad y rentabilidad.

- Ventanas Aluminio
- Ventanas Pvc
- Trabajos en Hierro
- Cerramientos

Portada >> Actualidad en Palencia >>

Palencia se posiciona a nivel nacional como un foco de atracción de inversiones en el Foro de Ciudades & Franquicia FIS 2025 de Madrid

BBVA ha registrado un aumento del 33% en la financiación destinada al conjunto del colectivo de franquicias en España durante los primeros seis meses de 2025 respecto al mismo periodo del año anterior, consolidando así su posición como uno de los principales socios financieros del sector.

Según informó la entidad en un comunicado, este crecimiento ha venido acompañado de un incremento del 11% en los saldos de inversión vinculados a este modelo de negocio, lo que refuerza su papel en la expansión de proyectos emprendedores y en la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas.

“Este avance consolida nuestro liderazgo como socio financiero de referencia para las franquicias”, destacó el banco, subrayando que su objetivo es acompañar al ecosistema en un contexto marcado por la profesionalización, la búsqueda de financiación eficiente y la innovación tecnológica.

BBVA, patrocinador principal del Franchise Innovation Summit 2025

Como parte de esta estrategia, BBVA participará como patrocinador principal del Franchise Innovation Summit 2025 (FIS), que se celebrará en Madrid y reunirá a más de 120 marcas, 50 empresas auxiliares y más de un millar de asistentes.

El evento abordará las principales tendencias del sector: expansión de marcas, captación de capital privado, digitalización, sostenibilidad, gestión de locales y marketing. También se celebrarán sesiones específicas sobre multifranquiciados y nuevos modelos de distribución, además de un FISkathon enfocado en diseñar franquicias innovadoras y sostenibles.

“No queremos ser solo un banco que financia, sino un socio estratégico que acompaña a las empresas en su crecimiento, digitalización y transición hacia modelos más sostenibles”, explicó María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados de Pymes de BBVA en España.

Con este impulso financiero y su presencia activa en foros sectoriales, BBVA refuerza su apuesta por el ecosistema de franquicias como motor de desarrollo económico y creación de empleo en el país.

El estadio Metropolitano de Madrid se convirtió en el punto de encuentro del **Franchise Innovation Summit**, un evento destacado en el ámbito de las franquicias que atrajo a 120 empresas tanto nacionales como internacionales. En este contexto, el concejal de Promoción Económica y Empleo de Toledo, Juan Marín, expuso las virtudes de la ciudad como un destino atractivo para la inversión de marcas.

Durante el foro 'Ciudades y Franquicias', donde Marín estuvo acompañado por alcaldes y concejales de otros municipios españoles, hizo hincapié en la intención de establecer negocios directamente en el centro urbano de Toledo, en lugar de limitarse a los centros comerciales. «Buscamos potenciar el comercio local con tiendas de ropa, hostelería, belleza y supermercados para que los ciudadanos no tengan que desplazarse a la periferia», declaró.

En un vídeo promocional elaborado por su equipo, se subrayaron las ventajas competitivas de Toledo, destacando su potencial económico, su atractivo turístico y su esencia acogedora. Marín también anunció que el Ayuntamiento ofrece bonificaciones **FIS**cales para emprendedores que opten por establecerse en la ciudad, un claro indicador de la proyección internacional de Toledo y su idoneidad para nuevos negocios.

El concejal expresó su agradecimiento a la Asociación Española de Franquicias por la invitación, señalando la importancia de incorporar marcas que fortalezcan el tejido comercial y empresarial del Casco Histórico y sus barrios. La respuesta de los asistentes fue considerable, con delegaciones de embajadas de Egipto, México, Argentina y Paraguay, así como empresas de diversos continentes, mostrando un interés renovado en visitar Toledo como una nueva oportunidad de inversión.

Con esta iniciativa, Juan Marín y el Ayuntamiento pretenden establecer a Toledo como un referente tanto a nivel nacional como internacional para las franquicias, impulsando su crecimiento económico y consolidándola como un núcleo de innovación y desarrollo estratégico.

vía: Diario de Castilla-La Mancha

El estadio Metropolitano de Madrid ha sido el escenario del prestigioso **Franchise Innovation Summit**, un evento dedicado al mundo de las franquicias que ha reunido a 120 empresas nacionales e internacionales.

Durante el encuentro, el concejal de Promoción Económica y Empleo de Toledo, Juan Marín, presentó a Toledo como un punto atractivo para la inversión de marcas nacionales e internacionales.

Marín participó en el foro 'Ciudades y Franquicias', acompañado por alcaldes y concejales de otros municipios españoles, donde destacó la voluntad de integrar tiendas de marca directamente en la ciudad y no solo en centros comerciales. «Nuestra intención es mejorar el mercado de proximidad con establecimientos de ropa, hostelería, belleza, y supermercados que brinden servicio a los ciudadanos sin necesidad de desplazarse a la periferia», afirmó.

A través de un vídeo promocional creado por su equipo, se resaltaron las ventajas competitivas de Toledo, como su potencial económico, turístico y su carácter acogedor. Además, Marín reveló que el Ayuntamiento ofrece bonificaciones **FIScales** para los emprendedores que decidan asentarse en la ciudad, lo que subraya la proyección internacional de Toledo y su atractivo para nuevos negocios.

El concejal también agradeció a la Asociación Española de Franquicias por la invitación al evento y enfatizó la necesidad de integrar marcas que fortalezcan el tejido comercial y empresarial del Casco Histórico y los diversos barrios de Toledo.

El interés fue palpable entre los asistentes, que incluyeron representantes de embajadas de Egipto, México, Argentina y Paraguay, junto a empresas de varios continentes. Todos mostraron un especial interés en visitar Toledo, señalando el creciente atractivo de la ciudad como destino para la inversión y el desarrollo empresarial.

Con este paso, Juan Marín y el Ayuntamiento de Toledo buscan consolidar la ciudad como un referente nacional e internacional para franquicias, promoviendo su crecimiento económico y fortaleciéndola como un núcleo de innovación y desarrollo estratégico.



Celebrado en el estadio Metropolitano, con 120 empresas “Nuestra voluntad es mejorar el mercado de proximidad, que existan tiendas de marca en la ciudad, no sólo en los centros comerciales”, ha dicho

El concejal de Promoción Económica y Empleo ofreció beneficios fiscales a los emprendedores que quieran instalarse en la capital

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el **Franchise Innovation Summit (FIS)**, un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro ‘Ciudades y Franquicias’, junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, “lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación **FISC**al”.

En este sentido, ha apuntado que “nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia”.

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas “que se integren en el tejido comercial y empresarial” de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesados en visitar nuestra ciudad.

Juan Marín Bonificaciones Ayuntamiento Toledo

Juan Marín Interés Ayuntamiento Toledo Franquicias

Juan Marín Objetivo **FIS**

Juan Marín Proyección Internacional

Enlaces

<https://www.lacerca.com/noticias/toledo/marin-toledo-atraccion-marcas-nacionales-internacionales-encuentro-franquicias-786059-1.html>



El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México , Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.
Juan Marin Bonificaciones Ayuntamiento Toledo
Juan Marin Interes Ayuntamiento Toledo Franquicias
Juan Marin Objetivo FIS
Juan Marin Proyeccion Internacional



El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias', junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, “lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal”.

El Ayuntamiento reitera al Ministerio la necesidad de conocer los criterios de evaluación que le permita recurrir en tiempo y forma

En este sentido, ha apuntado que “nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia”.

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas “que se integren en el tejido comercial y empresarial” de Toledo.

La delegación toledana asiste a la 25ª Feria Internacional de Inversiones y Comercio, un referente mundial en la promoción económica

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.



El renombrado **Franchise Innovation Summit** tuvo lugar en el estadio Metropolitano de Madrid, congregando a 120 empresas de franquicias de diferentes partes del mundo. Durante el evento, Juan Marín, concejal de Promoción Económica y Empleo de Toledo, destacó la ciudad como un destino atractivo para la inversión de marcas tanto nacionales como internacionales.

Marín fue parte del foro 'Ciudades y Franquicias', donde estuvo acompañado por alcaldes y concejales de varias localidades españolas. En su intervención, subrayó la intención de incorporar tiendas de marcas dentro de la ciudad, en lugar de limitarse a los centros comerciales. «Buscamos enriquecer el comercio de cercanía, ofreciendo comercios de moda, hostelería, estética y supermercados que atiendan a los ciudadanos sin necesidad de ir a las afueras», puntualizó.

Con el apoyo de un vídeo promocional elaborado por su equipo, se exhibieron las ventajas competitivas de Toledo, que incluyen su potencial económico, turístico y su hospitalidad. Además, Marín anunció que el Ayuntamiento proporciona bonificaciones FIScales para emprendedores dispuestos a establecerse en la ciudad, una clara señal de la proyección internacional de Toledo y su atractivo para nuevos negocios.

El concejal expresó su agradecimiento a la Asociación Española de Franquicias por la invitación y enfatizó la importancia de atraer marcas que refuercen el tejido comercial y empresarial en el Casco Histórico y en los diferentes barrios de Toledo.

El entusiasmo fue evidente entre los asistentes, que incluyeron representantes de embajadas de Egipto, México, Argentina y Paraguay, así como empresas de diversas regiones. Todos mostraron un gran interés en visitar Toledo, destacando el creciente atractivo de la ciudad como destino para inversión y desarrollo empresarial.

Con esta iniciativa, Juan Marín y el Ayuntamiento de Toledo buscan posicionar a la ciudad como un referente tanto a nivel nacional como internacional en el sector de las franquicias, promoviendo el crecimiento económico y consolidándola como un núcleo de innovación y desarrollo estratégico.

Actualidad
Sociedad
Educación
Turismo
Cultura
Deporte
Contacto

NoticiasToledo

Marín Resalta a Toledo como un Punto Clave para Marcas Nacionales e Internacionales en el Segundo Encuentro de Franquicias

16 octubre 2025

ACTUALIDAD





Eduardo Alcaide
Director General de la Asociación Española de la Franquicia



Susana Penedo
Concejal de Comercio, Empleo y Desarrollo empresarial

XFacebookWhatsAppTelegramPinterestLinkedIn

Toledo, Atractivo para Franquicias en el Franchise Innovation Summit

El renombrado Franchise Innovation Summit tuvo lugar en el estadio Metropolitano

Leer artículo

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el **Franchise Innovation Summit (FIS)**, un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias', junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, "lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación **FIS**cal", según ha trasladado el Ayuntamiento en nota de prensa.

En este sentido, ha apuntado que "nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia".

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas "que se integren en el tejido comercial y empresarial" de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.

Enlaces

<https://www.lacerca.com/noticias/toledo/toledo-presenta-atraccion-marcas-franchise-innovation-summit-madrid-786112-1.html>



El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias', junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, "lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal", según ha trasladado el Ayuntamiento en nota de prensa.

En este sentido, ha apuntado que "nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia".

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas "que se integren en el tejido comercial y empresarial" de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.



Publicado 16 Oct 2025 14:02 TOLEDO 16 Oct. – El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro ‘Ciudades y Franquicias’, junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, «lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal», según ha trasladado el Ayuntamiento en nota de prensa.

En este sentido, ha apuntado que «nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia».

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas «que se integren en el tejido comercial y empresarial» de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesados en visitar nuestra ciudad.

Comparte esta noticia en tu red social favorita

Publicado 16 Oct 2025 12:00

Publicado 16 Oct 2025 11:45

Publicado 15 Oct 2025 20:09



Superficie 100% Audiencia 23.682 Valoración 592€

Franchise Innovation Summit (FIS). REMITIDA / HANDOUT por AYUNTAMIENTO
Fotografía remitida a medios de comunicación exclusivamente para ilustrar la noticia a la que hace referencia la imagen, y citando la procedencia de la imagen en la firma

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

europapress | fotos

Generando Zip... Por favor, no cierre esta ventana. La descarga comenzará automáticamente cuando lo tengamos todo listo.

Abonados

Innovation Summit de Madrid

Espejismo

Internacional

Corazón

Chance

Deporte

Archivo

Fotografía

Código:

InfoFotos

Fecha:

15/10/2025

Dimensiones:

1929 x 1286 (0.54MB)

Fotos del Tema:

1

Pie de Foto:

Franchise Innovation Summit (FIS).

REMITIDA / HANDOUT por AYUNTAMIENTO.

Fotografía remitida a medios de comunicación exclusivamente para ilustrar la noticia a la que hace referencia la imagen, y citando la procedencia de la imagen en la firma

Firma: AYUNTAMIENTO

Para descargar esta foto, entre como abonado o contáctenos:
Teléfono +34 91 359 26 00 - Email archivo@europapress.es

Superficie **100%** Audiencia **301** Valoración **3€**

El alcalde ha participado en el I Foro Ciudades & Franquicia del Franchise Innovation Summit 2025, donde destacó el modelo nuciero que combina deporte, innovación, educación y desarrollo económico como motor de atracción empresarial. Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, celebrado en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. El primer edil participó en el I Foro Ciudades & Franquicia, en el que expuso las oportunidades para invertir de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y para que se instalen negocios franquiciados, explicando este gran proyecto único de presente y futuro que combina al mismo tiempo “deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”. En el I Foro Ciudades & Franquicia, el alcalde de La Nucía participó junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, Palencia, Chiclana y el Parque Metropolitano, moderados por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, quien explicó “el papel de las ciudades como agentes clave en el desarrollo comercial y la expansión de las marcas”. Junto a Bernabé Cano, también asistieron a este foro el concejal de Deportes, Sergio Villalba, y el edil de Participación Ciudadana, Pepe Cano.

La Nucía: ciudad para invertir

En su intervención, Bernabé Cano relató las oportunidades de negocio e inversión que representa el proyecto de presente y futuro “La Nucía, Ciudad del Deporte”, que aúna al mismo tiempo deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo. El alcalde explicó cómo la apuesta por el deporte como motor económico ha impulsado el desarrollo hostelero y comercial del municipio, con la construcción de tres hoteles y otros tres previstos, además de tres áreas comerciales en expansión.

“Somos una ciudad de menos de 20.000 habitantes, pero gracias a los 128 eventos deportivos en 2024 pasaron 3,7 millones de visitantes, generando 841.063 pernoctaciones. Esto nos ha convertido en ser la ‘Ciudad del Deporte’ y en una ciudad ideal para invertir, dado el gran número de oportunidades que se generan en la actualidad y en el futuro cuando esté el proyecto totalmente acabado”, comentó el alcalde de La Nucía.

El primer edil también habló de los proyectos de futuro: nuevos hoteles, un Complejo de Surf con Piscina de Olas, un Centro de Tecnificación de Golf, la Universidad y nuevas áreas comerciales, que convertirán a “La Nucía en la ciudad deportiva más grande de Europa y en una de las referentes a nivel mundial”.

Asimismo, subrayó la importancia de reactivar el turismo cultural y patrimonial, con iniciativas como la “gran tirolina con Polop” o la “recuperación de la galería subterránea”, que ayudarán a fortalecer el comercio local y la restauración.

Bernabé Cano agradeció a la Asociación Española de Franquicias la oportunidad de presentar ante sus socios y franquicias el proyecto de “La Nucía, Ciudad del Deporte”, y expresó su deseo de que “este encuentro sirva para que sitúen a La Nucía en el mapa y para que se animen a invertir en este proyecto presente y futuro, diferencial, en el que se generan sinergias entre deporte, educación, innovación, cultura, comercio y hostelería, lo que posibilita que franquicias de todos los ámbitos puedan instalarse en nuestro municipio para aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se generan”.



Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer del Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebró en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. El primer edil participó en el I Foro Ciudades & Franquicia, en el que expuso las oportunidades para invertir de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y para que se instalen negocios franquiciados y explicó este gran proyecto único de presente y futuro que combina al mismo tiempo “deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”.

En el I Foro Ciudades & Franquicia, el alcalde de La Nucía participó junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, Palencia, Chiclana y el Parque Metropolitano; moderados por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, quien explicó “el papel de las ciudades como agentes clave en el desarrollo comercial y la expansión de las marcas”.

Junto a Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, también asistieron a este “Foro” el concejal de Deportes Sergio Villalba y el concejal de Participación Ciudadana Pepe Cano.

La Nucía: ciudad para invertir

Bernabé Cano en su intervención relató las oportunidades de negocio e inversión que representa el proyecto de presente y futuro “La Nucía, Ciudad del Deporte, que aúna al mismo tiempo deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”. En su exposición relató como la apuesta del deporte como motor económico ha conllevado al desarrollado hostelero (con la construcción de 3 hoteles y 3 más para el futuro) y comercial (desarrollo de 3 áreas comerciales) del municipio.

“Somos una ciudad de menos de 20.000 habitantes, pero gracias a los 128 eventos deportivos en 2024. pasaron 3,7 millones de visitantes, generando 841.063 pernoctaciones. Esto nos ha convertido en ser en la “Ciudad del Deporte” y en una ciudad ideal para invertir, dado el gran número de oportunidades que se generan en la actualidad y en el futuro cuando esté el proyecto totalmente acabado” comentó el alcalde de La Nucía.

El primer edil habló también de los proyectos de futuro: nuevos hoteles, Complejo de Surf con Piscina de Olas, Centro de Tecnificación de Golf, la Universidad, nuevas áreas comerciales..... que convertirán a “La Nucía en la ciudad deportiva más grande de Europa y en una de las referentes a nivel mundial”. También ahondó sobre la importancia de potenciar la ciudad y el comercio tradicional, reactivando el turismo cultural y patrimonial, con proyectos pioneros como “gran tirolina con Polop” o la “recuperación de la galería subterránea” que ayudarán a reactivar el tejido comercial local y la restauración.

Bernabé Cano agradeció a la Asociación Española de Franquicias, la oportunidad de presentar a todos su socios y franquicias el proyecto de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y espera que “este encuentro sirva para que sitúen a La Nucía en el mapa y para que se animen a invertir en este proyecto presente y futuro, diferencial, en el que se generan sinergias entre deporte, educación, innovación, cultura, comercio y hostelería, lo que posibilita que franquicias de todos los ámbitos puedan instalarse en nuestro municipio para aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se generan”.



Superficie **100%** Audiencia **298** Valoración **3€**

Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025** ...

La Nucía “ejemplo de inversión” en el Foro de Ciudades & Franquicia **FIS 2025**

Evento en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid

Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer del **Franchise Innovation Summit (FIS) 2025**, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebró en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. El primer edil participó en el I Foro Ciudades & Franquicia, en el que expuso las oportunidades para invertir de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y para que se instalen negocios franquiciados y explicó este gran proyecto único de presente y futuro que combina al mismo tiempo “deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”.

En el I Foro Ciudades & Franquicia, el alcalde de La Nucía participó junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, Palencia, Chiclana y el Parque Metropolitano; moderados por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, quien explicó “el papel de las ciudades como agentes clave en el desarrollo comercial y la expansión de las marcas”.

Junto a Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, también asistieron a este “Foro” el concejal de Deportes Sergio Villalba y el concejal de Participación Ciudadana Pepe Cano.

La Nucía: ciudad para invertir

Bernabé Cano en su intervención relató las oportunidades de negocio e inversión que representa el proyecto de presente y futuro “La Nucía, Ciudad del Deporte, que aúna al mismo tiempo deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”. En su exposición relató como la apuesta del deporte como motor económico ha conllevado al desarrollado hostelero (con la construcción de 3 hoteles y 3 más para el futuro) y comercial (desarrollo de 3 áreas comerciales) del municipio.

“Somos una ciudad de menos de 20.000 habitantes, pero gracias a los 128 eventos deportivos en 2024. pasaron 3,7 millones de visitantes, generando 841.063 pernoctaciones. Esto nos ha convertido en ser en la “Ciudad del Deporte” y en una ciudad ideal para invertir, dado el gran número de oportunidades que se generan en la actualidad y en el futuro cuando esté el proyecto totalmente acabado” comentó el alcalde de La Nucía.

El primer edil habló también de los proyectos de futuro: nuevos hoteles, Complejo de Surf con Piscina de Olas, Centro de Tecnificación de Golf, la Universidad, nuevas áreas comerciales..... que convertirán a “La Nucía en la ciudad deportiva más grande de Europa y en una de las referentes a nivel mundial”. También ahondó sobre la importancia de potenciar la ciudad y el comercio tradicional, reactivando el turismo cultural y patrimonial, con proyectos pioneros como “gran tirolina con Polop” o la “recuperación de la galería subterránea” que ayudarán a reactivar el tejido comercial local y la restauración.

Bernabé Cano agradeció a la Asociación Española de Franquicias, la oportunidad de presentar a todos su socios y franquicias el proyecto de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y espera que “este encuentro sirva para que sitúen a La Nucía en el mapa y para que se animen a invertir en este proyecto presente y futuro, diferencial, en el que se generan sinergias entre deporte, educación, innovación, cultura, comercio y hostelería, lo que posibilita que franquicias de todos los ámbitos puedan instalarse en nuestro municipio para aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se generan”.

Galería de imágenes

LT

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (**FIS**), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital. Marín, quien ha participado en el Foro ‘Ciudades y Franquicias’, junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, “lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación **FIS**cal”. En este sentido, ha apuntado que “nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia”. El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas “que se integren en el tejido comercial y empresarial” de Toledo. El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Jueves, 23 de octubre de 2025

La Tribuna de Toledo

EMPRESAS

Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid

LT - jueves, 16 de octubre de 2025

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes



Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias', junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, "lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal".

En este sentido, ha apuntado que "nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia".

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas "que se integren en el tejido comercial y empresarial" de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO

Jueves, 23 de octubre de 2025

La Tribuna de Talavera

EMPRESAS

Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid

LT - jueves, 16 de octubre de 2025

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes



Toledo, escaparate para marcas en el FIS de Madrid

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias', junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, "lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal".

Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer del **Franchise Innovation Summit (FIS)** 2025, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebró en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. El primer edil participó en el I Foro Ciudades & Franquicia, en el que expuso las oportunidades para invertir de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y para que se instalen negocios franquiciados y explicó este gran proyecto único de presente y futuro que combina al mismo tiempo “deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”.

En el I Foro Ciudades & Franquicia, el alcalde de La Nucía participó junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, Palencia, Chiclana y el Parque Metropolitano; moderados por Eduardo Abadía, director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, quien explicó “el papel de las ciudades como agentes clave en el desarrollo comercial y la expansión de las marcas”

Junto a Bernabé Cano, alcalde de La Nucía, también asistieron a este “Foro” el concejal de Deportes Sergio Villalba y el concejal de Participación Ciudadana Pepe Cano.

La Nucía: ciudad para invertir

Bernabé Cano en su intervención relató las oportunidades de negocio e inversión que representa el proyecto de presente y futuro “La Nucía, Ciudad del Deporte, que aúna al mismo tiempo deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”. En su exposición relató como la apuesta del deporte como motor económico ha conllevado al desarrollado hostelero (con la construcción de 3 hoteles y 3 más para el futuro) y comercial (desarrollo de 3 áreas comerciales) del municipio.

“Somos una ciudad de menos de 20.000 habitantes, pero gracias a los 128 eventos deportivos en 2024, pasaron 3,7 millones de visitantes, generando 841.063 pernoctaciones. Esto nos ha convertido en ser en la “Ciudad del Deporte” y en una ciudad ideal para invertir, dado el gran número de oportunidades que se generan en la actualidad y en el futuro cuando esté el proyecto totalmente acabado” comentó el alcalde de La Nucía.

El primer edil habló también de los proyectos de futuro: nuevos hoteles, Complejo de Surf con Piscina de Olas, Centro de Tecnificación de Golf, la Universidad, nuevas áreas comerciales..... que convertirán a “ La Nucía en la ciudad deportiva más grande de Europa y en una de las referentes a nivel mundial ”. También ahondó sobre la importancia de potenciar la ciudad y el comercio tradicional, reactivando el turismo cultural y patrimonial, con proyectos pioneros como “ gran tirolina con Polop ” o la “ recuperación de la galería subterránea ” que ayudarán a reactivar el tejido comercial local y la restauración.

Bernabé Cano agradeció a la Asociación Española de Franquicias, la oportunidad de presentar a todos su socios y franquicias el proyecto de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y espera que “ este encuentro sirva para que sitúen a La Nucía en el mapa y para que se animen a invertir en este proyecto presente y futuro, diferencial, en el que se generan sinergias entre deporte, educación, innovación, cultura, comercio y hostelería, lo que posibilita que franquicias de todos los ámbitos puedan instalarse en nuestro municipio para aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se generan ”.



Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **269€**

Compartir: Por Ana Delgado La segunda edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** ha cerrado hoy sus puertas consolidándose como un encuentro de alto nivel en el que las 120 marcas participantes han compartido espacio con todos los actores del sector, incluyendo emprendedores, inversores, expertos y líderes de opinión.

Promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2be, con el BBVA como patrocinador principal, la segunda edición del **Franchise Innovation Summit (FIS)** se ha celebrado los días 15 y 16 de octubre.

Más de un centenar de speakers han pasado por los dos auditorios habilitados en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, y más de 120 enseñas franquiciadoras -el 83% de ellas nacionales- han expuesto su modelo de negocio a potenciales emprendedores e inversores.

Más maduro

Tras celebrar el año pasado lo que la organización llama 'el año cero', el **FIS 2025** ha ganado en madurez hacia ese nuevo enfoque de 'summit' que se le quiere dar al encuentro buscando, para esta ocasión, un entorno deportivo con vistas al estadio Metropolitano, pero en cuyo interior se ha querido reflejar un ecosistema de inspiración, negocio, innovación, sinergias, oportunidades, networking y apoyo con el que se quiere dinamizar al mercado de la franquicia adaptándolo a los tiempos.

Diversidad de contenidos

Con más de un centenar de marcas presentes en el **FIS2025**, es fácil concluir la diversidad de sectores representados, desde la restauración hasta el inmobiliario, pasando por el del bienestar y la belleza, vertical que viene cobrando mayor protagonismo durante los últimos años.

La Revista Emprendedores, como media partner, ha coordinado, de mano de Claudio Novoa, responsable de la selección de franquicias en esta publicación, dos mesas sectoriales. Una primera bajo el título 'Franquicias Inmobiliarias: marca, datos y experiencia como ventaja competitiva' y otra segunda bajo el epígrafe 'Franquiciar el bienestar: modelos innovadores en estética, salud y belleza

La tecnología

Más allá de las marcas expositoras, la tecnología ha copado buena parte de los talleres y las ponencias organizadas, con especial atención al impacto que está teniendo la inteligencia artificial en los negocios de todo tipo y tamaño. La importancia del dato y las métricas para tomar decisiones informadas y enmendar errores, ha sido otro de los puntos capitales.

Otro contenido relevante, asociado al mundo de los negocios, ha sido el de la sostenibilidad convertido en un activo diferencial para las compañías y que hasta la banca tiene cada vez más en cuenta. De hecho, una de las conferencias la ha compartido Avelina Frías, Senior Manager Sostenibilidad Global BBVA con Aina Membrive, directora técnica de la consultora de Veolia +Positive.

La necesidad de escalar los negocios para hacerlos crecer dentro y fuera de nuestras fronteras ha sido otro de los temas del día. Para acompañar a las empresas en la senda de la expansión estaban asesorías tecnológicas como la de Ayuda T Pymes, entre otras.

La glocalización

El vocablo glocalización resulta de la suma de lo local con lo global, concepto que ha estado muy presente en esta edición del **FIS**. No solo en el sentido de crear enseñas locales capaces de atravesar mercados internacionales, sino en la creación de iniciativas en las que han confluído ambos intereses.

Nos referimos, por un lado, a la celebración del Foro Ciudades & Franquicias, al que ha hecho referencia Luisa Mause, presidenta de AEF. "Hemos contado con la participación de los alcaldes de Toledo, Chiclana, Palencia, La Nucia y Pozuelo de Alarcón que han venido a presentar sus respectivos municipios y las ventajas competitivas que ofrece cada uno de ellos para atraer la implantación de enseñas del calibre como las que están aquí a sus territorios".

En el apartado internacional, ha querido subrayar Mause la asistencia al encuentro de representantes de las embajadas de Paraguay, Brasil, Argentina y Egipto. También en este capítulo, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, ha mencionado tres convenios de colaboración suscritos por la Asociación en el transcurso del evento, uno con la italiana Confimprese; otro con la Cámara danesa y un tercero con EFTA, que es la Federación Egipcia de Franquicias y con mucha conexión con los mercados árabes.

Primeras impresiones

Recién cerrada la edición del **FIS 2025**, habrá que esperar unos días para conocer el balance de sus resultados. A bote pronto, la impresión de Raúl Calleja, director del **FIS**, parece positiva. "Tenemos que esperar a los leads, pero mi sensación es buena. 120 marcas son muchas y la afluencia de profesionales, emprendedores e inversores me parece positiva. Pero no hay que olvidar que el **FIS2025** no acaba con estos dos días del encuentro. La oportunidad de hacer y cerrar negocios se extiende a lo largo de todo el año a través de la plataforma digital 365".

No obstante, como nunca llueve a gusto de todos, ha faltado, a juicio de alguno de los participantes, ganar en afluencia y hacer algo más de ruido, aunque todo se andará.

Posibles cambios para el **FIS2026**

Finalizada ya la Conferencia del **FIS2025**, y en aras del dinamismo y flexibilidad con el que se quiere dotar al encuentro, la organización se plantea ya, entre otras cosas, adelantar las fechas de la celebración del evento a los días 17 y 18 de junio en la edición 2026, así como un posible cambio de ubicación.

Clima estartapero

La jornada de hoy ha concluido con una actividad nueva bautizada con el nombre de **FISKathon**, consistente en un hackathon en el que estudiantes de distintas disciplinas tenían que dar con una solución que consiguiera atraer a jóvenes emprendedores a apostar por el modelo de franquicia a la hora de montar un negocio. En la competición han intervenido seis grupos de jóvenes en busca de ideas que, además de disruptivas, tenían que ser viables.

Que manera de vencer

También muy de Silicon Valley es que las empresas dispongan en sus instalaciones de artilugios de recreo para sus empleados, como el tobogán o la mesa de pinpon. Aprovechando el entorno, lo que han elegido en **FIS2025** ha sido un juego tan español como es el fútbolín con muñecos equipados unos con la camiseta del Atlético de Madrid y otros con la del Barça.

En este sentido, se había organizado un campeonato de fútbolín a celebrar durante los dos días del **FIS2025**. Aquí han competido 15 enseñas distintas que han ido pasando por las distintas fases: octavos de final, cuartos, semifinal y final. Curiosamente, la final la ganó una enseña deportiva: Anytime Fitness, con 48 clubes abiertos hoy en España y con proyección de cerrar el año con 53, la cual sigue apostando por la franquicia y por eventos con el **Franchise Innovation Summit** para crecer y generar empleo.

El premio para los ganadores: un tour por el estadio del Atlético de Madrid y la posibilidad de lanzar un penalti a la portería.

Por

Ana Delgado

Recomendados

La organización del **FIS** estrenó esta mañana su primer Franquitour: una visita guiada por siete enseñas madrileñas.

Franchise Innovation Summit (FIS) desvela su programa completo, donde se compartirán las principales oportunidades y tendencias del



INICIO

FRANQUICIAS/FRANQUICIAS-ACTUALIDAD

Glocalización y futuro de la franquicia en el FIS2025

El Franchise Innovation Summit 2025 destaca la importancia de la glocalización y la tecnología, con un enfoque en la expansión internacional y la sostenibilidad, atrayendo a líderes y emprendedores.

La glocalización ha sido un concepto clave en el FIS 2025

Compartir:



Por

Ana Delgado

Publicado el 16 de Octubre de 2025

La segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS) ha cerrado hoy sus puertas consolidándose como un **encuentro de alto nivel** en el que las 120 marcas participantes han compartido espacio con todos los actores del sector, incluyendo emprendedores, inversores, expertos y líderes de opinión.

Promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2be, con el BBVA como patrocinador principal, la segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS) se ha celebrado los días 15 y 16 de octubre.

Más de un centenar de speakers han pasado por los dos auditorios habilitados en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, y **más de 120 enseñas franquiciadoras** -el 83% de ellas nacionales- han expuesto su modelo de negocio a potenciales emprendedores e inversores.

Más maduro

Tras celebrar el año pasado lo que la organización llama 'el año cero', el FIS 2025 ha ganado en madurez **hacia ese nuevo enfoque de 'summit'** que se le quiere dar al encuentro buscando, para esta ocasión, un entorno deportivo con vistas al estadio Metropolitano, pero en cuyo interior se ha querido reflejar un **ecosistema de inspiración, negocio, innovación, sinergias, oportunidades, networking y apoyo** con el que se quiere dinamizar al mercado de la franquicia adaptándolo a los tiempos.



mercado.
Suscríbete a nuestra
newsletter semanal
Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO



Superficie 100% Audiencia 457 Valoración 3€

Inversiones Palencia Por José Enrique González x jenrique@iymagazine.es jueves 16 de octubre de 2025 12:11h Palencia se destaca como un centro de atracción de inversiones en el Foro de Ciudades Franquicia FIS 2025, promoviendo su potencial comercial y proyectos transformadores para el futuro. Valora esta noticia votos)

La alcaldesa de Palencia Miriam Andrés , ha participado en la Franchise Innovation Summit (FIS) 2025, un evento organizado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) que busca impulsar oportunidades de negocio. Este foro se lleva a cabo en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid durante dos días, donde la edil estuvo acompañada por la concejala de Impulso Económico, Judith Castro

El Ayuntamiento de València destina 528.000 euros en ayudas a emprendedores

Andrés ha sido parte del I Foro Ciudades & Franquicia, junto con representantes de otros municipios como Toledo Pozuelo de Alarcón La Nucía y Chiclana . Durante su intervención, subrayó las ventajas que ofrece Palencia para atraer inversiones y establecer negocios franquiciados.

Palencia: Un nuevo foco de inversión nacional

La regidora destacó que Palencia se posiciona como “un foco de atracción de inversiones” dentro del modelo franquiciado. En este contexto, el Ayuntamiento ha presentado la ciudad como un “gran centro comercial abierto”, enfatizando su arteria principal, la calle Mayor, donde conviven comercios tradicionales y nuevas franquicias de diversos sectores, incluyendo servicios y gastronomía.

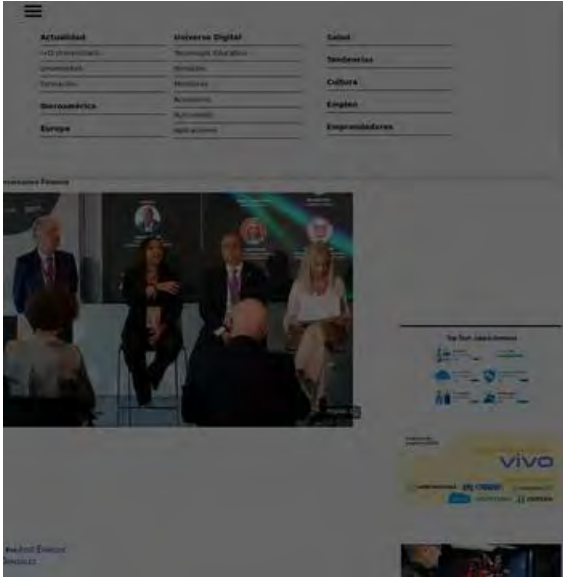
IBM presenta cinco pilares clave para inversiones en IA

Asimismo, se mencionaron los proyectos transformadores en los que está inmersa la capital palentina, alineados con la Agenda Urbana 2030 y el aumento en el número de visitantes. La AEF actúa como intermediaria para que Palencia gane visibilidad en el mapa nacional de inversiones futuras.

Agradecimientos y proyecciones futuras

En su discurso, Andrés expresó su agradecimiento a la AEF por otorgar a Palencia un papel destacado, primero al celebrar el foro en su ciudad y luego al incluirla en un evento tan relevante como el de Madrid.

Bajo el lema “Marcas que levantan pasiones”, FIS 2025 reúne a emprendedores, empresarios e inversores en un entorno exclusivo para hacer networking. Este encuentro es esencial para el ecosistema franquiciante y cuenta con un formato dinámico que incluye una zona showroom donde más de 120 marcas pueden aumentar su visibilidad y rentabilidad.



TRANSPORTES...CONSEJO DE ALTA VELOCIDAD INTERCOMUNITARIO

Velázquez reconoce su «decepción» en el AVE a Lisboa y reclama «decisiones urgentes»

El alcalde acusa al Ministerio liderado Óscar Puente de no contestar a las «alegaciones perfectas» que presentaron «hace siete meses» para el AVE a su paso por Toledo

EL ALCAIDE DE TOLEDO, JOSÉ VELÁZQUEZ, ha reconocido su «decepción» por la falta de avances en el proyecto de alta velocidad ferroviaria que debería pasar por la ciudad.

El alcalde de Toledo, José Velázquez, ha reconocido su «decepción» por la falta de avances en el proyecto de alta velocidad ferroviaria que debería pasar por la ciudad. Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.



El alcalde de Toledo, José Velázquez, ha reconocido su «decepción» por la falta de avances en el proyecto de alta velocidad ferroviaria que debería pasar por la ciudad.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

LOCAL

El alcalde de Toledo se reúne con la dirección regional del sindicato CNIF

EL ALCAIDE DE TOLEDO, JOSÉ VELÁZQUEZ, se ha reunido con la dirección regional del sindicato CNIF.

El alcalde de Toledo, José Velázquez, se ha reunido con la dirección regional del sindicato CNIF. Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

Velázquez ha señalado que el Ministerio de Transportes y Movilidad, liderado por Óscar Puente, no ha respondido a las alegaciones perfectas que presentó el Ayuntamiento de Toledo hace siete meses. El alcalde ha reclamado «decisiones urgentes» para que el AVE llegue a su paso por Toledo.

ECONOMÍA

Toledo participa en un encuentro de 120 empresas de franquicias internacionales

LT / TOLEDO

El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias, con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias',



El concejal de Empleo, Juan Marín, ofreció la ciudad como lugar de negocio. / LT

junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, «lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación fiscal», según ha trasladado el Ayuntamiento en nota de prensa.

En este sentido, ha apuntado que «nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermerca-

dos o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia».

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas «que se integren en el tejido comercial y empresarial» de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.

Con la intención de continuar su plan de crecimiento, Mobalpa y SoCoo'c han estado presentes en dos de las citas más relevantes para el sector de la franquicia: FranquiShop y el Franchise Innovation Summit (FIS).

Un recorrido con inicio en FranquiShop

El recorrido comenzó en FranquiShop , una plataforma de encuentros rápidos que permite a los emprendedores establecer citas personalizadas con las marcas que más les interesan.

Ambas marcas han estado presentes en la edición de Barcelona (8 de octubre) , ofreciendo a los visitantes la oportunidad de conocer en primera persona su modelo de negocio, la rentabilidad de sus franquicias y el acompañamiento que proporcionan a los futuros franquiciados. Asimismo, asistirán a la edición que se celebrará en Madrid el 6 de noviembre.

Franchise Innovation Summit (FIS)

Posteriormente, participaron también en Franchise Innovation Summit (FIS) , que ha tenido ocasión los días 15 y 16 de octubre en el recinto ferial Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

Este evento agrupa a las principales marcas del sector y pone el foco en la innovación, la sostenibilidad y también en el desarrollo de modelos de franquicia sólidos. Tanto Mobalpa como SoCoo'c han ocupado el stand C230 , donde los interesados han podido descubrir cómo unirse a estas dos marcas ya asentadas en el mercado europeo del mueble, la cocina y la decoración

Así, con presencia mundial y un modelo de negocio rentable, Mobalpa y SoCoo'c representan dos propuestas complementarias dentro del mundo de las franquicias del hogar: la primera con una visión premium y de diseño integral , y la segunda con una apuesta joven, dinámica y competitiva en el sector cocinas.

*Otras noticias relacionadas:

*Para más información: www.mobalpa.es www.socooc.es

Sigue leyendo

[Saltar al pie de página](#) [cupal](#)

COCINA INTEGRAL

FranquiShop y FIS cuentan con Mobalpa y SoCoo'c

Síguenos en nuestras RRSS





Con la intención de continuar su plan de crecimiento, **Mobalpa y SoCoo'c** han estado presentes en dos de las citas más relevantes para el sector de la franquicia: **FranquiShop** y el **Franchise Innovation Summit (FIS)**.

Un recorrido con inicio en FranquiShop

El recorrido comenzó en **FranquiShop**, una plataforma de encuentros rápidos que permite a los emprendedores establecer citas personalizadas con las marcas que más les interesan.

Ambas marcas han estado presentes en la edición de **Barcelona (8 de octubre)**, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de conocer en primera persona su modelo de negocio, la rentabilidad de sus franquicias y el acompañamiento que proporcionan a los futuros franquiciados. Asimismo, asistirán a la edición que se celebrará en **Madrid el 6 de noviembre**.

Franchise Innovation Summit (FIS)

Posteriormente, participaron también en **Franchise Innovation Summit (FIS)**, que ha tenido ocasión los días **15 y 16 de octubre** en el recinto ferial Riyadh Air Metropolitano

Superficie 100% Audiencia 41.732 Valoración 358€

Durante la segunda edición del encuentro de Franquicias El concejal de Promoción Económica y Empleo, Juan Marín, ha presentado Toledo como foco de atracción para marcas nacionales e internacionales durante su intervención en el Franchise Innovation Summit (FIS), un encuentro de Franquicias , con 120 empresas participantes, nacionales e internacionales, que se celebra hasta este jueves en el estadio Metropolitano de Madrid y al que ha sido invitado el Ayuntamiento de la capital.

Marín, quien ha participado en el Foro 'Ciudades y Franquicias' , junto a alcaldes y concejales de otros cuatro municipios españoles, ha presentado un vídeo promocional realizado por su equipo, sobre las ventajas de Toledo para invertir, su potencial económico y turístico y su carácter abierto y cercano, “lo que la convierte en una ciudad excepcional para que se asienten nuevas marcas, con la posibilidad de acogerse a alguna bonificación FIScal”.

En este sentido, ha apuntado que “nuestra intención es que existan tiendas de marcas, de ropa, de hostelería, de belleza, supermercados o cualquier otro establecimiento franquiciado, que se integren en la ciudad. Tenemos buenos establecimientos en los centros comerciales, pero queremos que existan esas tiendas para que den servicio a los ciudadanos y evitar que se desplacen a la periferia”.

El concejal ha agradecido a la Asociación Española de Franquicias su invitación a participar en este encuentro y ha insistido en la necesidad que tiene el Casco de la ciudad y los distintos barrios de contar con marcas “que se integren en el tejido comercial y empresarial” de Toledo.

El encuentro ha contado con la presencia de representantes de las embajadas de Egipto, México, Argentina o Paraguay, además de firmas de países de todos los continentes, que se mostraron especialmente interesado en visitar nuestra ciudad.

0 comentarios



Bernabé Cano , alcalde de La Nucía, fue uno de los ponentes ayer delFranchise Innovation Summit (FIS) 2025, un foro promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) para generar oportunidades de negocio, que se celebró en el estadio de Madrid. El primer edil participó en el I Foro Ciudades & Franquicia, en el que expuso las oportunidades para invertir de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y para que se instalen negocios franquiciados y explicó este gran proyecto único de presente y futuro que combina al mismo tiempo “deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”.

En el I Foro Ciudades & Franquicia, el alcalde de La Nucía participó junto a representantes de los ayuntamientos de Toledo, Pozuelo de Alarcón, Palencia, Chiclana y el Parque Metropolitano ; moderados por Eduardo Abadía , director ejecutivo de la Asociación Española de la Franquicia, quien explicó “ el papel de las ciudades como agentes clave en el desarrollo comercial y la expansión de las marcas”.

Junto a Bernabé Cano , alcalde de La Nucía, también asistieron a este “Foro” el concejal de Deportes y el concejal de Participación Ciudadana La Nucía: ciudad para invertir

Bernabé Cano en su intervención relató las oportunidades de negocio e inversión que representa el proyecto de presente y futuro “La Nucía, Ciudad del Deporte, que aúna al mismo tiempo deporte, educación, innovación, cultura, hostelería, comercio y empleo”. En su exposición relató como la apuesta del deporte como motor económico ha conllevado al desarrollado hostelero (con la construcción de 3 hoteles y 3 más para el futuro) y comercial (desarrollo de 3 áreas comerciales) del municipio.

“Somos una ciudad de menos de 20.000 habitantes, pero gracias a los 128 eventos deportivos en 2024. pasaron 3,7 millones de visitantes, generando 841.063 pernoctaciones. Esto nos ha convertido en ser en la “Ciudad del Deporte” y en una ciudad ideal para invertir, dado el gran número de oportunidades que se generan en la actualidad y en el futuro cuando esté el proyecto totalmente acabado” comentó el alcalde de La Nucía.

El primer edil habló también de los proyectos de futuro: nuevos hoteles, Complejo de Surf con Piscina de Olas, Centro de Tecnificación de Golf, la Universidad, nuevas áreas comerciales..... que convertirán a “La Nucía en la ciudad deportiva más grande de Europa y en una de las referentes a nivel mundial” También ahondó sobre la importancia de potenciar la ciudad y el comercio tradicional, reactivando el turismo cultural y patrimonial, con proyectos pioneros como “gran tirolina con Polop” o la “recuperación de la galería subterránea” que ayudarán a reactivar el tejido comercial local y la restauración.

Bernabé Cano agradeció a la Asociación Española de Franquicias, la oportunidad de presentar a todos su socios y franquicias el proyecto de “La Nucía, Ciudad del Deporte” y espera que “este encuentro sirva para que sitúen a La Nucía en el mapa y para que se animen a invertir en este proyecto presente y futuro, diferencial, en el que se generan sinergias entre deporte, educación, innovación, cultura, comercio y hostelería, lo que posibilita que franquicias de todos los ámbitos puedan instalarse en nuestro municipio para aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se generan”.

por Clara Román Durante los días 15 y 16 de octubre de 2025, el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid se transformó en el epicentro del debate sobre el futuro de la restauración organizada en España. Dentro del marco del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, SPAZIO Restauración News reunió a más de una treintena de ponentes de primer nivel que abordaron, sin tregua, los retos de expansión, tecnología, talento y financiación en el sector.

El evento desplegó un formato ágil y completo: mesas redondas, diálogos, elevator pitch , entrevistas y reconocimientos. El objetivo fue claro: ofrecer una hoja de ruta realista y acertada para las marcas que aspiran a crecer con control y propósito.

Día 1 de SPAZIO: diagnóstico y expansión con estrategia

La apertura institucional corrió a cargo de Óscar Romera, Coordinador General de Economía, Comercio y Consumo , quien destacó el papel de SPAZIO Restauración News como punto de encuentro que refleja la visión de Madrid: una ciudad que combina innovación gastronómica, excelencia, inclusión, talento y tecnología.

Romera comentó el buen momento que vive la hostelería madrileña y el compromiso del Ayuntamiento con su desarrollo, mediante políticas que facilitan la actividad empresarial, preservan la identidad local y atraen inversión y talento. Reivindicó la restauración como motor de empleo y laboratorio de innovación, con el objetivo de consolidar a Madrid como capital europea de la restauración: “En un mundo que tiende a la uniformidad, la verdadera diferenciación está en ser auténticos, y Madrid pretende serlo”.

Una panorámica del sector, por Circana

Tras la apertura, tuvo lugar la primera sesión del congreso, “Radiografía del sector de la restauración: claves del crecimiento” , presentada por David Domínguez (Country Head of Foodservice Spain de Circana) , arrancó con una panorámica del mercado.

David Domínguez ofreció una panorámica optimista pero realista del sector del foodservice en España, que en 2024 alcanzó un gasto récord de más de 42.500 millones de euros. A pesar del récord de gasto en 2024, la demanda se ha estabilizado en 7.200 millones de visitas anuales, con consumidores menos optimistas que aplican estrategias de ajuste como el trade out —buscar ofertas o promociones, en casi la mitad de los casos— o reducir la frecuencia de sus salidas.

La competencia se intensifica en una “lucha por la ocasión”, donde se priorizan los momentos imprescindibles, como el entorno laboral, frente a los indulgentes. Las marcas mantienen un ritmo de expansión elevado, aunque con menor rotación por establecimiento, mientras que la restauración independiente crece de forma ligera.

El potencial de crecimiento se apoya en el auge del joven trabajador, el consumidor individual, la consolidación del takeaway y el delivery (ya el 20% de las ocasiones) y la adaptación a nuevas necesidades dietéticas. Domínguez subrayó el amplio margen para la restauración organizada en España —con un 31% de penetración frente al 66% del Reino Unido— y prevé un crecimiento del mercado superior al 2% en los próximos dos años.

Entrevista a Enrique Franquicia, CEO de Foodbox

A continuación, Enrique Francia (CEO de Foodbox) abordó “Restauración y expansión en España: fortalezas, retos y oportunidades”

Enrique Francia, CEO de Foodbox, calificó la situación del sector de la restauración organizada como dura y complicada , con un crecimiento nominal (cercano al 2%) impulsado por el aumento del ticket medio, ya que el tráfico de clientes está cayendo . Esta debilidad se atribuye a la caída de la renta disponible real de las familias, que ajustan sus gastos en ocio y restauración

En la entrevista, Francia comentó que el sector enfrenta obstáculos importantes como el aumento de los costes de personal, el exceso de regulación y las dificultades de eficiencia operativa, exacerbadas por la concentración de horarios de comidas en España, que limita la rotación de mesas. A pesar de esto, la restauración organizada lleva dos décadas ganando cuota de mercado a la independiente, ofreciendo un amplio margen de crecimiento debido a su baja penetración (31% en comparación con otros países) , como indicaba en la ponencia anterior David Domínguez. Así, Francia añadía que los modelos con mayor futuro son los eficientes como QSR (Quick Service Restaurants) y Fast Casual

Por último, Enrique Francia puso de manifiesto que el crecimiento exitoso requiere que los emprendedores transformen sus negocios en empresas estructuradas, que las unidades sean rentables desde el inicio y que las marcas utilicen la franquicia como herramienta fundamental , manteniendo unidades propias para predicar con el ejemplo y liderar la evolución

Las claves para escalar tu marca de restauración

La mesa “¿Está tu marca preparada para escalar?” agrupó a Rafael Salinas (Dulce Safari) Stefano Rosso (Gelati Dino) Alberto Salvador (T4 Franquicias) y Pilar Amorocho (Sándwich Qbano) , moderada por Pura de Rojas (Directora de Allegra Comunicación) . Los intervinientes exploraron las claves de la estandarización, la cultura interna, la cadena de suministro y el liderazgo necesario para pasar de uno a cien locales.

En este debate los ponentes estuvieron de acuerdo en que el crecimiento mediante franquicia, si bien puede ser acelerado por la demanda inesperada del mercado, debe estar sustentado en una estructura operativa sólida para asegurar la estandarización y dar confianza al franquiciado. Los ponentes identificaron que el principal impedimento para la expansión rápida en España es la dificultad con las licencias y la burocracia administrativa (incluyendo el alto coste de traspasos), lo que ha frenado la apertura de múltiples tiendas.

Para tener éxito, las marcas deben aportar valor diferencial, ya sea a través de un control hermético de la cadena de valor y el producto (como una fábrica central) , o mediante una gerencia operativa y de recetas muy estricta. Asimismo, los ponentes estuvieron de acuerdo en que, para crecer, es necesario aprender a delegar la resolución de problemas cotidianos para enfocarse en la estrategia, el crecimiento y la revalorización de la marca. Finalmente, se destacó la necesidad crítica de seleccionar cuidadosamente el perfil del franquiciado para que el modelo funcione correctamente.

Lo que busca el capital privado en restauración

El debate “¿Qué busca hoy el capital privado en restauración?” fue uno de los momentos más contundentes del día. La mesa contó con Ignacio González (Grupo Colibri) Leopoldo Reaño (Dea Capital) Javier García-Baos (Kenta Capital) y Borja Casanovas (Aurica) , bajo la moderación de David Herrera (Banco Santander)

Los ponentes del encuentro comentaron que, si bien la restauración en España sigue siendo un sector atractivo, el interés por nuevas operaciones depende principalmente de la necesidad de desinvertir las inversiones ya existentes en cartera. Ha habido un flujo de inversión significativo en los últimos años, y los exits representan plazos estrictos que los fondos deben cumplir. Así, el mercado actualmente está expectante y muestra cierta timidez inversora, esperando ver los resultados de las grandes desinversiones pendientes, ya que el éxito de estas reactivará el mercado.

En cuanto a los criterios de inversión , los fondos buscan que el punto de venta sea muy rentable y que el modelo de negocio sea relativamente simple y replicable , permitiendo un período de recuperación de la inversión relativamente corto, con una inversión inicial (CAPEX) acotada. También se valora que el producto guste al consumidor y, en el caso de fondos enfocados en el crecimiento, la capacidad de la marca para duplicar o triplicar su tamaño en un periodo de cuatro o cinco años de la manera más rentable posible. La profesionalización es esencial, y aspectos como la digitalización y la gobernanza son cruciales.

Otro tema que se trató en la mesa fue el desafío en la relación entre el operador y el fondo , que radica en el equilibrio entre la necesidad del

WUOL / A. Romera / SPAZIO Restauración News 2025 mide el pulso del sector en dos jornadas decisivas

Actualidad Destacada

SPAZIO Restauración News 2025 mide el pulso del sector en dos jornadas decisivas



fondo de lograr un crecimiento rápido para un exit cómodo y la visión a largo plazo y la estabilidad requerida por el operador. Este ajuste es descrito como la «pieza angular más complicada», por los ponentes. Los errores comunes que surgen en estas operaciones incluyen la sobrevaloración de los negocios, el sobreendeudamiento aplicado a los planes de crecimiento y la falta de un modelo de negocio estrictamente replicable. Además, la transparencia absoluta en la gestión es imprescindible para lidiar con la gobernanza y las opiniones de los diversos inversores.

Nuevos canales para la restauración

La mesa “Nuevos canales para la restauración: supermercados, travel y gran distribución” reunió a Hernando Martín (Cafestore) Eugenio Saz (GALP Diversification) Elvira Durand (Le Coq) y Leopoldo Guzmán (Mercado de San Leopoldo) , con moderación de Sara Rodríguez (Allegra Comunicación)

Este debate exploró vías de crecimiento alternativas (como Travel , gran consumo y estaciones de servicio) debido a los hábitos de consumo cambiantes. En cuanto al travel, los ponentes compartieron que el mercado al viajero supera los 100 millones de euros, pero presenta riesgos operativos altos, como las elevadas rentas mínimas garantizadas (35-40% de la facturación) y la complejidad logística. Para operar exitosamente, las marcas necesitan un alto nivel de madurez y una gran capacidad de adaptación y escucha , ya que la demanda se concentra en muy pocas referencias

Asimismo, las estaciones de servicio son vistas como un driver claro de diversificación, buscando modelos flexibles con producción centralizada y adaptables a formatos más pequeños. Por su parte, el salto al supermercado o a mercados gastronómicos, requiere mantener la calidad y transmitir la marca mediante el packaging , implicando la creación de un obrador y una logística totalmente nueva. Un desafío crítico es la gestión del personal, que a menudo es subrogado , y la necesidad de una buena «química» entre operador y marca.

Tras la mesa, subieron al escenario los representantes de las marcas Ci Gusta Emilia Reggia, Foodbox y Gelati Dino, quienes dieron un Elevator Pitch sobre sus marcas, lo que las define y los planes de crecimiento de cada una de ellas.

Entrevista al experto en franquicias Alfonso Valero

Para comenzar la tarde del primer día tuvo lugar la charla “Cómo atraer multifranquiciados o partners profesionales a tu marca” , con Alfonso Valero (especialista en franquicias) , y realizada por Ana I. García, redactora jefa de Restauración News.

Alfonso Valero, con experiencia como franquiciador y multifranquiciado, abordó en la entrevista que su filosofía central es « tratar a los franquiciados como uno quisiera ser tratado », asegurando que el contrato de franquicia se quede en el cajón y manteniendo la transparencia y la confianza como base . Para seleccionar un socio, es un error fijarse solo en el dinero; en cambio, se debe evaluar la implicación, el interés en la gestión y la estructura operativa que el candidato dedica a la marca

Así, Valero aconseja que el franquiciador sea muy exigente en los procedimientos y productos para preservar la esencia de la marca, limitando la autonomía del franquiciado al marketing local . Un crecimiento capilar es vital para una supervisión adecuada, y mantener locales propios (como el 30%) demuestra que el modelo de negocio es viable. Los tres puntos clave al buscar un gran partner son su solidez financiera, la estructura operativa que aporta y su genuina involucración en el negocio.

Cómo planean la expansión los grupos multienseña

A continuación fue la mesa redonda «Multienseñas y expansión selectiva», que contó con la participación de Antonio Lorenzo Rodríguez , Gerente de expansión de franquicia de Alsea, y Diego Rupérez , Responsable de expansión y fidelización de Compañía del Trópico; que fueron moderados por Clara Román , redactora de Restauración News.

Ambos ponentes afirmaron que el sector vive un buen momento para la expansión, siendo las franquicias nichos seguros y el coffee bakery como es el caso de Panaria) resiliente a las crisis. La estrategia de crecimiento de ambas compañías se enfoca en el franquiciado gestor inversor que busque abrir múltiples unidades, priorizando la calidad del crecimiento sobre la cantidad para facilitar la gestión . Alsea evita la canibalización segmentando claramente sus marcas (VIPs, Ginos, Foster's), mientras que Compañía del Trópico maneja el overlap entre Panaria y Café y Té.

El mayor desafío inmobiliario es el alto precio de los alquileres y las elevadas tasas de esfuerzo. Ambos enfatizan que desde sus grupos se ofrece un soporte total desde lo jurídico hasta las operaciones, siendo la fidelización y la confianza claves para impulsar la segunda y tercera apertura. Además, los ponentes compartieron que la gestión de personal es actualmente un reto crucial para la restauración organizada, junto con las condiciones de financiación menos favorables.

Cómo identificar locales y gestionar licencias

Seguidamente tuvo lugar la ponencia “Estrategias para identificar locales, optimizar alquileres y gestionar licencias” , con Carlos García (Director General de InmoRest)

En su intervención, Carlos García se centró en la dificultad de encontrar ubicaciones aptas, enfatizando que las franquicias demandan locales de paso en zonas céntricas, lo que dispara los precios. Comentó a los asistentes que es fundamental analizar los costes en un plazo de 5 a 10 años, procurando que la renta no supere el 10% de la facturación estimada , y aconsejó no desperdiciar un buen local aunque no se adapte inicialmente al modelo de negocio.

Respecto a los contratos de arrendamiento, recomendó negociar un periodo de carencia (sin pago de renta durante la obra), una duración mínima de 10 años, y asegurar el derecho de cesión de negocio (traspaso). Es crucial consultar a un técnico para revisar la licencia, la potencia contratada y que la distribución actual del local coincida con los planos originales, evitando modificaciones costosas. Para la búsqueda, aconsejó acudir a agencias especializadas y tener mucha paciencia, ya que actuar con prisa a menudo resulta en fracaso. Para finalizar, señaló que la evolución del mercado inmobiliario en Madrid sigue una tendencia al alza en las rentas.

Y para cerrar este primer día, se celebró una tanda más de Elevators Pitch , a cargo de las marcas Dulce Safari, La Mafia se sienta a la mesa, Emanantail y Número 1 Steak House , que fueron expositoras en FIS.

Día 2 de SPAZIO: tecnología, finanzas, internacionalidad y talento

La segunda mañana arrancó con “Gastronomía Digital” , por Juan Luis Vera (PERÚ MIX / JLP GLOBAL) . Vera habló a los asistentes de cómo la evolución de la gastronomía digital ha avanzado a pasos agigantados, pasando de enfocarse en la conveniencia, digitalización y experiencia, a centrarse hoy en la predicción, automatización y la IA como servicio y la robótica . Un elemento clave de esta aceleración es la popularización de los Cobots (robots colaborativos) o brazos robóticos , que están siendo implementados para tareas específicas en el back office. El mensaje principal de la ponencia es que esta gastronomía digital no es una moda , sino la evolución del restaurante y negocio gastronómico moderno , requiriendo que los propietarios tomen acción y aprovechen los datos.

Confiar en la tecnología para crecer

A continuación fue el turno de la mesa redonda “Tecnología aplicada a la expansión” , intervinieron Jorge Juárez (Sighore by Loomis Pay) Diego Ramos (Cegid REVO) Carlos Gómez-Vendrel (Cheerfy) y Jorge Lurueña (Mapal Group) , moderados por Guillermo Berincua (Chief Digital Officer de Comess Group)

En este encuentro se puso sobre la mesa que la digitalización está ayudando a las marcas de restauración a escalar y mejorar la experiencia en sala, especialmente ante la falta de personal. Sin embargo, los ponentes también remarcaron que no todo debe implementarse a la vez: es clave analizar qué se necesita realmente, definir bien los procesos y apostar por soluciones integradas en lugar de acumular herramientas desconectadas. La tecnología debe servir para fortalecer el negocio, no para transformarlo sin rumbo.

Las claves para crecer fuera con tu marca de restauración

La mesa “Internacionalización sin idealismos” contó con Alejandro Fernández (La Fresería) Carlos Pérez Tenorio (Restalia) y Daniel Blasco (White Space Partners) , bajo la moderación de Isabel Aires (Aires News Comunicación) . En esta sesión los ponentes estuvieron de acuerdo en que salir fuera debe ser una decisión estratégica, no una reacción impulsiva ante el interés de un posible franquiciado

Es un proceso que requiere preparación, conocimiento del mercado y capacidad para adaptar el modelo sin perder la identidad de la marca. Los ponentes coincidieron en que hay que analizar la capacidad real de la empresa antes de dar el salto y avanzar con pasos medidos, consolidando cada apertura. Hablando de destinos, destacaron que Miami puede ser «una trampa» si tu intención es crecer por Estados Unidos, ya que no es un reflejo fiel del país. Además, también se puso en valor otros destinos como Oriente Medio, que a día de hoy ofrece una gran oportunidad por su crecimiento y profesionalización.

La financiación en restauración

En el congreso también hubo espacio para hablar de financiación, y esto fue a través de la entrevista “El reto de la financiación en hostelería” , realizada a Mª Eugenia López San Segundo (BBVA) , por Ana I. García (Redactora Jefa de Restauración News)

Mª Eugenia comenzaba la entrevista señalando: « La restauración está avanzando, está creando empleo, está creando riqueza, está presente e y nosotros seguimos acompañando este empresarial con las distintas formas de financiación, pero también con un acompañamiento desde que nace el proyecto o desde que nace la idea ».

Así, proporcionan soluciones a medida diseñadas para la inversión inicial, acomodando los plazos y las carencias para que el negocio pueda arrancar su actividad sin la plena presión de la deuda. Además de la financiación para el arranque, cubren necesidades de innovación y sostenibilidad. En este ámbito, han firmado el acuerdo de Hostelería por el Clima (mayo de 2024, con Ecoembes y Coca-Cola), ofreciendo condiciones preferentes y ventajosas para inversiones en transición energética y sostenible. La ponente también explicó que la colaboración con la restauración organizada (aproximadamente 300 marcas) también les facilita información cualitativa que refuerza el estudio y la concesión de crédito tanto para grandes grupos como para las PYMEs y autónomos que son franquiciados.

Escalar sin perder la esencia: el caso de Krispy Kreme

A continuación siguió otra entrevista, “Crecimiento con control: KPIs y cultura para escalar sin perder el alma” con Jesús Collado (CFO de Krispy Kreme) y Ana I. García

En la entrevista, Jesús Collado abordó cómo se está planteando el crecimiento de la marca estadounidense en nuestro país, señalando que la clave del éxito radica en el crecimiento con control , basado en un concepto excepcional y una marca probada, junto con un buen equipo y el control absoluto de los procedimientos (incluyendo la creación de un plan de negocio y de mercado). En el caso de Krispy Kreme, el modelo de la marca requiere un obrador visible («teatro») para asegurar el producto fresco diario, el cual alimenta la red de locales de venta. Un crecimiento saludable exige medir la satisfacción del cliente y del equipo , y mantener la cultura y los valores de la marca a lo largo de la expansión, invirtiendo en formación adecuada del personal. Desde la óptica financiera, Collado compartió que es crucial contar con un plan financiero realista que estime costes y ventas desde el comienzo, y hacer un seguimiento continuo.

Mejorar los márgenes y la rentabilidad en restauración

Posteriormente, la entrevista “¿Cómo mejorar los márgenes de tu marca?” a Fernando Ruíz (MundoFranquicia) por Clara Román (Redactora de Restauración News) , puso el foco cómo las marcas pueden mejorar la rentabilidad de sus negocios. Ruíz habló a los asistentes de la situación actual de los márgenes en restauración, afirmando que los márgenes están estrechos debido a la inflación, la subida de salarios mínimos, la energía y el coste de las materias primas, además de una creciente competencia y un cliente más exigente. Ante este contexto, Ruíz subrayó que es fundamental estandarizar los procesos, digitalizar y medir al máximo todas las operaciones, ya que estos son los indicadores y acciones cruciales para mantener la rentabilidad sin sacrificar calidad.

La tarde continuó con otra ronda del Elevator Pitch , en la que marcas como La Tagliatella, Rodilla y Tasty Poké, expusieron sus conceptos y modelo de negocio.

Los retos de los RRHH en el sector

La tarde comenzó con la mesa “Employer branding, atracción de talento y formación” , con Lara Palacio (Five Guys España) Mª Carmen Jáñez (AmRest) e Irene Sabaté (Grosso Napoletano) , moderada por Clara Román , exploró cómo hacer atractiva la cultura de marca, retener empleados clave y formar equipos con visión de futuro.

Las ponentes pusieron sobre la mesa algunos de los aspectos que más preocupan cuando hablamos de recursos humanos en el sector: la falta de compromiso de los empleados, la alta rotación del sector y la dificultad de retener talento . Además, también se habló de la ley de reducción de jornada, actualmente paralizada, y de cómo esta afectará al sector de la restauración. En este sentido, las ponentes estuvieron de acuerdo en que todavía el sector no está preparado para hacerle frente, y que es necesario que esta nueva ley venga acompañada de nuevas propuestas en los modelos operativos, para que se pueda replantear de manera estratégica.

Tras la mesa, tuvieron lugar la última tanda de Elevator Pitch , donde representantes de Alsea, La Fresería, La Traga Street Food, Sándwich Qbano y Panaria , subieron a hablar de lo que definen a sus marcas y de sus estrategias de crecimiento.

Oportunidades para el 2026

A continuación, fue el turno de la última mesa de la jornada, con la que se ponía el broche final a SPAZIO Restauración News. Esta fue la mesa “Tendencias, aprendizajes y oportunidades para 2026” , moderada por Eduardo Abadía (AEF executive director) , reunió a Javier Floristán (Grupo La Mafía) Edgar Dorado (Grupo Rodilla) Alberto Chamorro (Foodbox) Cristina García (Worldpanel) y Juan Calderoni (+BarServitel)

La discusión abordó las tendencias de la restauración para 2026, y estuvo centrada en estrategias de supervivencia y adaptación, más que en el crecimiento explosivo. Los ponentes compartieron que un hallazgo clave es la conducta del consumidor, que, ante la incertidumbre y la inflación, está operando con el «freno de mano echado», lo que se traduce en una erosión de la frecuencia de consumo más que de la penetración.

Así, para contrarrestar la pérdida de tráfico y el alza de costes laborales (que pueden reducir la cuenta de explotación hasta en tres puntos), las empresas están enfocándose en la experiencia como el principal motor para justificar el gasto de salir de casa . Los ponentes señalaron que el sector está redefiniendo sus alianzas, buscando una estabilidad que ha llevado a algunos líderes a proponer un «matrimonio» con los proveedores para mitigar la volatilidad del suministro de materias primas.

Por último, se debatió que, para las compañías de restauración, las oportunidades de crecimiento se encuentran en la innovación conjunta (operador y fabricante) y en un fenómeno incipiente: las sinergias entre la hostelería y otros sectores, como la moda o el retail, buscando alargar el tiempo medio de estancia del cliente, lo que revoluciona el concepto tradicional de fast food a un modelo de retención.

SPAZIO Restauración News puso el foco en los retos de la expansión

Los dos días del congreso de SPAZIO Restauración News en **Franchise Innovation Summit** abordaron desde distintas perspectivas la situación del sector en términos de expansión, poniendo especial foco en la situación de las franquicias de restauración.

Celebrado en el estadio Riyadh Air Metropolitano, el encuentro albergó mesas redondas, entrevistas y ponencias con figuras representativas del sector de la restauración. Todos ellos compartieron con generosidad su punto de vista sobre la situación del sector, indicando también problemáticas, soluciones y retos que afrontar.

Restauración News organizará una nueva jornada formativa el próximo 28 de octubre en Madrid, conocida como Learning Day . En ella, CEOs de empresas de restauración abordarán los retos del sector de cara al próximo 26 de octubre. Si te interesa el tema, aquí puedes leer el programa completo del próximo 28 de octubre y no te olvides de reservar tu plaza antes de que se agoten.

Quiero asistir al Learning Day del 28 de octubre

mundoFranquicia participó en el FIS 2025 con ponencias y en el FISkathon, reafirmando su compromiso con la innovación y el emprendimiento.

Hemos cerrado con éxito nuestra participación en el Franchise Innovation Summit (FIS) 2025 , celebrado los días 15 y 16 de octubre en el Estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid.

El evento, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be , se ha consolidado como uno de los encuentros más relevantes del sistema de franquicias en España, combinando exposición, formación, networking y transferencia de conocimiento.

Durante dos intensas jornadas, el FIS 2025 reunió a más de 120 marcas expositoras y más de 60 ponentes nacionales e internacionales , así como a numerosos empresarios, inversores, emprendedores y representantes institucionales. El congreso reafirmó su papel como plataforma estratégica para la generación de oportunidades de negocio y la promoción del crecimiento sostenible dentro del sector.

Una cita de referencia para el ecosistema de la franquicia

Organizado por Show2Be , empresa con más de veinte años de experiencia en la creación y gestión de ferias profesionales, el FIS 2025 ofreció un espacio de intercambio y colaboración orientado a fortalecer el tejido empresarial a través del modelo de franquicia.

El encuentro, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) , destacó por su completo programa de conferencias, foros de debate y actividades de networking, que facilitaron la interacción entre marcas, emprendedores e inversores.

Nuestra aportación al programa congresual

Durante el congreso, participamos activamente en el programa congresual , compartiendo nuestro conocimiento y experiencia en el desarrollo y expansión de redes de franquicia a través de diversas ponencias:

Gabriel Calderón , Ejecutivo de Consultoría, intervino en la mesa “Nuevas franquicias, conceptos y servicios: innovación aplicada a necesidades emergentes” , donde se abordó la adaptación de los modelos de negocio a las nuevas tendencias del mercado.

Fernando Ruíz , Socio Director de Consultoría, presentó la ponencia “¿Cómo mejorar los márgenes de tu marca?” , centrada en la optimización de la rentabilidad y la eficiencia operativa.

Pablo Gutiérrez , Socio Director General de Operaciones, participó en la mesa “Nuevos horizontes del retail en franquicia: tendencias, sectores emergentes y oportunidades de inversión y emprendimiento” , analizando la evolución del retail y las oportunidades de crecimiento.

FISkathon: innovación y talento para el futuro del sector

El cierre del FIS 2025 estuvo protagonizado por el FISkathon , una iniciativa que conecta talento emergente con el ecosistema franquiciador con el propósito de fomentar la innovación y el emprendimiento.

En esta edición, nuestro Socio Director General, Mariano Alonso , formó parte del jurado , contribuyendo con su visión y experiencia a la evaluación de los proyectos finalistas y reafirmando nuestro compromiso con la formación, la creatividad y la generación de nuevas oportunidades de negocio.

Un entorno de networking y colaboración empresarial

El FIS 2025 nos permitió estrechar lazos con numerosos emprendedores, franquiciadores y potenciales inversores, reforzando nuestra posición como consultora de referencia en el sector.

Destacamos la relevancia de este tipo de encuentros, que facilitan el diálogo entre los distintos agentes del mercado y contribuyen al fortalecimiento del ecosistema empresarial mediante la creación de alianzas estratégicas y la identificación de nuevas oportunidades de expansión.

El Franchise Innovation Summit 2025 se consolida como el evento de referencia para el sistema de franquicias en España, por su capacidad para reunir conocimiento, impulsar la innovación y fomentar el emprendimiento.

Valoramos de forma muy positiva nuestra participación en esta edición, en la que hemos tenido la oportunidad de compartir nuestra experiencia, contribuir al desarrollo del sector y reafirmar nuestro compromiso con los emprendedores y empresas que apuestan por el modelo de franquicia como vía de crecimiento.

mundoFranquicia concluye su participación en el FIS 2025 was last modified: octubre 17th, 2025 by mundoFranquicia

¿Te ha gustado el contenido? Valóralo y compártelo





En colaboración con BBVA

El modelo de franquicia crece y se afianza como vía de inversión

Con más de 27.000 millones de euros de facturación, el sistema de franquicias consolida su papel como motor económico en España. BBVA refuerza su acompañamiento al sector con su servicio integral de franquicia

GEMMA MARTÍ

En España, la franquicia se ha consolidado como una de las fórmulas más sólidas para emprender y crecer. Según el informe *La franquicia en España 2024*, elaborado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), en el país operan cerca de 1.400 marcas, con más de 77.000 establecimientos entre propios y franquiciados.

El modelo mantiene una tasa de crecimiento anual cercana al 3 %, impulsada por su capacidad para ofrecer seguridad, respaldo y un marco probado de negocio. “El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”, afirma María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España. “Durante los últimos años hemos visto cómo la franquicia se ha convertido en un motor de crecimiento para el comercio minorista. En momentos difíciles, como en la pandemia, ofreció seguridad y conocimiento de marca, lo que ha permitido situar a España entre los cinco primeros países de Europa en este sector”.

Más de 120 marcas y expertos del sector se reunieron los días 15 y 16 de octubre en la segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS), celebrado en Madrid. El encuentro volvió a poner de relieve la fortaleza del modelo de franquicia en España y su capacidad de adaptación a los nuevos desafíos del mercado, y fue una oportunidad para debatir sobre innovación, sostenibilidad y digitalización como palancas de crecimiento. BBVA, patrocinador principal del evento, con su participación reforzó su papel como aliado estratégico del ecosistema de la franquicia.

De pyme a marca franquiciadora

Para muchos autónomos y pymes, abrir una franquicia supone una forma de emprender con menor riesgo. Este modelo combina independencia de gestión con el respaldo de una marca consolidada, formación inicial, asistencia continua y acceso a economías de escala que facilitan la rentabilidad.

El modelo también funciona en sentido inverso: permite que una empresa consolide su crecimiento expandiendo su fórmula de éxito. Para convertirse en franquiciadora, una pyme necesita un negocio rentable y replicable, procesos estandarizados y manuales operativos claros.

La marca especializada en bienestar y entrenamiento personalizado Pilates10 representa un ejemplo de esta evolución. “La franquicia es una parte clave de nuestra estrategia de crecimiento”, explica Montse Pujol, responsable de la Dirección Operativa Pilates10 Franquicias. “Tras casi veinte años gestionando estudios



Una de las sesiones del Franchise Innovation Summit (FIS), organizado esta semana en Madrid

CIFRAS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS EN ESPAÑA

1.400 marcas operativas
77.000 establecimientos
27.000 millones de euros de facturación
300.000 empleos directos
2,5 - 3% crecimiento anual

FUENTE: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES, 2024

propios, hemos convertido nuestro modelo en una fórmula rentable, estructurada y fácil de gestionar para inversores que desean entrar en el sector del bienestar con garantías”. Hoy cuentan con ocho centros propios y diez franquicias activas. Con la apertura de cuatro nuevos estudios en enero de 2026, alcanzarán catorce franquicias en menos de cuatro años. “Nuestro objetivo no es crecer rápido, sino crecer bien”, subraya Pujol. La marca selecciona con rigor tanto el perfil del franquiciado –emprendedores con actitud y compromiso– como las ubicaciones, definidas a partir de estudios de geomarketing y criterios de rentabilidad.

Apoyo financiero y operativo

El respaldo financiero resulta determinante en el éxito del modelo. En el primer semestre de 2025, BBVA incrementó un 33 % la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España, y un 48 % en el caso de pymes franquiciadas, cifras que confirman la expansión del sector. “Nuestro mayor valor añadido es el acompañamiento integral”, señala López. “No se trata solo de financiar una apertura inicial, sino de estar presentes en todas las fases del ciclo de vida del negocio”. Para ello, BBVA cuenta con su servicio integral de franquicias, en el que un equipo de expertos distribuidos por el territorio acompañan conociendo el entorno y las necesidades de cada cliente.

Cinco ventajas que explican el auge de la franquicia

- 1. Menor riesgo y respaldo de una marca consolidada**
Permite emprender con un modelo de negocio probado, reduciendo el riesgo inicial y contando con el apoyo y la reputación de una marca con trayectoria.
- 2. Independencia con apoyo operativo**
Combina autonomía de gestión con la asistencia continua del franquiciador.
- 3. Formación y acompañamiento constantes**
Los franquiciados reciben formación inicial y actualizaciones periódicas en gestión, ventas y marketing.
- 4. Economías de escala**
El acceso conjunto a proveedores, campañas de comunicación y recursos compartidos mejora la rentabilidad y la competitividad.
- 5. Crecimiento ordenado para las marcas**
El modelo impulsa a los emprendedores y permite a las pymes expandirse con control y coherencia, replicando su fórmula de éxito sin perder calidad.

Esa filosofía conecta con la experiencia de Pilates10, que mantiene un convenio exclusivo con BBVA para facilitar la financiación a sus franquiciados con condiciones ventajosas y respuesta ágil. “Desde el primer día, el franquiciado no está solo”, explica Montse Pujol. “Acompañamos todo el proceso, desde la búsqueda del local hasta la gestión diaria del centro. Ofrecemos formación a través de Pilates10 Academy, asistencia operativa y estrategias personalizadas para asegurar la rentabilidad. Nuestro punto fuerte es la cercanía y el apoyo real”.

Innovación y sostenibilidad

La innovación y la sostenibilidad se consolidan como ejes de competitividad. “En BBVA somos pioneros en transformación digital y queremos trasladar esa ventaja al mundo de la franquicia”, apunta López. El banco impulsa soluciones que permiten a las franquicias mejorar su eficiencia y avanzar hacia modelos más sostenibles.

El modelo de franquicia atrae a emprendedores por su equilibrio entre autonomía y respaldo. Requiere planificación, formación y asesoramiento experto, y ofrece una vía sólida de crecimiento empresarial. Como concluye María Eugenia López, “emprender acompañado –por una marca, por el sector o por un socio financiero– es la mejor garantía de éxito”.

Gemma Martí

El modelo de franquicia se consolida como vía de inversiónFinanzasCon más de 27.000 millones de euros de facturación, el sistema de franquicias consolida su papel como motor económico en EspañaBBVA refuerza su acompañamiento al sector con su servicio integral de franquiciaGemma Martí En España, la franquicia se ha consolidado como una de las fórmulas más sólidas para emprender y crecer. Según el informe “La franquicia en España 2024”, elaborado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), en el país operan cerca de 1.400 marcas, con más de 77.000 establecimientos entre propios y franquiciados. El modelo mantiene una tasa de crecimiento anual cercana al 3%, impulsada por su capacidad para ofrecer seguridad, respaldo y un marco probado de negocio. “El sistema de franquicias en España goza de muy buena salud”, afirma María Eugenia López, responsable de Negocios Especializados Pymes de BBVA en España. “Durante los últimos años hemos visto cómo la franquicia se ha convertido en un motor de crecimiento para el comercio minorista. En momentos difíciles, como en la pandemia, ofreció seguridad y conocimiento de marca, lo que ha permitido situar a España entre los cinco primeros países de Europa en este sector”. Más de 120 marcas y expertos del sector se reunieron los días 15 y 16 de octubre en la segunda edición del Franchise Innovation Summit (FIS), celebrado en Madrid. El encuentro volvió a poner de relieve la fortaleza del modelo de franquicia en España y su capacidad de adaptación a los nuevos desafíos del mercado, y fue una oportunidad para debatir sobre innovación, sostenibilidad y digitalización como palancas de crecimiento. BBVA, patrocinador principal del evento, con su participación reforzó su papel como aliado estratégico del ecosistema de la franquicia. Para muchos autónomos y pymes, abrir una franquicia supone una forma de emprender con menor riesgo. Este modelo combina independencia de gestión con el respaldo de una marca consolidada, formación inicial, asistencia continua y acceso a economías de escala que facilitan la rentabilidad. El modelo también funciona en sentido inverso: permite que una empresa consolide su crecimiento expandiendo su fórmula de éxito. Para convertirse en franquiciadora, una pyme necesita un negocio rentable y replicable, procesos estandarizados y manuales operativos claros. La marca especializada en bienestar y entrenamiento personalizado Pilates10 representa un ejemplo de esta evolución. “La franquicia es una parte clave de nuestra estrategia de crecimiento”, explica Montse Pujol, responsable de la Dirección Operativa Pilates10 Franquicias. “Tras casi veinte años gestionando estudios propios, hemos convertido nuestro modelo en una fórmula rentable, estructurada y fácil de gestionar para inversores que desean entrar en el sector del bienestar con garantías”. Hoy cuentan con ocho centros propios y diez franquicias activas. Con la apertura de cuatro nuevos estudios en enero de 2026, alcanzarán catorce franquicias en menos de cuatro años. “Nuestro objetivo no es crecer rápido, sino crecer bien”, subraya Pujol. La marca selecciona con rigor tanto el perfil del franquiciado –emprendedores con actitud y compromiso– como las ubicaciones, definidas a partir de estudios de geomarketing y criterios de rentabilidad. El respaldo financiero resulta determinante en el éxito del modelo. En el primer semestre de 2025, BBVA incrementó un 33 % la financiación al conjunto del colectivo de franquicias en España, y un 48 % en el caso de pymes franquiciadas, cifras que confirman la expansión del sector. “Nuestro mayor valor añadido es el acompañamiento integral”, señala López. “No se trata solo de financiar una apertura inicial, sino de estar presentes en todas las fases del ciclo de vida del negocio”. Para ello, BBVA cuenta con su servicio integral de franquicias, en el que un equipo de expertos distribuidos por el territorio acompañan conociendo el entorno y las necesidades de cada cliente. Esa filosofía conecta con la experiencia de Pilates10, que mantiene un convenio exclusivo con BBVA para facilitar la financiación a sus franquiciados con condiciones ventajosas y respuesta ágil. “Desde el primer día, el franquiciado no está solo”, explica Montse Pujol. “Acompañamos todo el proceso, desde la búsqueda del local hasta la gestión diaria del centro. Ofrecemos formación a través de Pilates10 Academy, asistencia operativa y estrategias personalizadas para asegurar la rentabilidad. Nuestro punto fuerte es la cercanía y el apoyo real”. La innovación y la sostenibilidad se consolidan como ejes de competitividad. “En BBVA somos pioneros en transformación digital y queremos trasladar esa ventaja al mundo de la franquicia”, apunta López. El banco impulsa soluciones que permiten a las franquicias mejorar su eficiencia y avanzar hacia modelos más sostenibles.El modelo de franquicia atrae a emprendedores por su equilibrio entre autonomía y respaldo. Requiere planificación, formación y asesoramiento experto, y ofrece una vía sólida de crecimiento empresarial. Como concluye María Eugenia López, “emprender acompañado –por una marca, por el sector o por un socio financiero– es la mejor garantía de éxito”.



Los fondos siguen a la búsqueda de oportunidades entre las compañías de pequeño y mediano tamaño en las que puedan impulsar sinergias. "Cuando veamos quiénes son los inversores finales de las grandes salidas, el mercado se animará", vaticinan los profesionales del sector.

El capital privado sigue mirando hacia la restauración , pero con más cautela que en los años anteriores a la pandemia de Covid-19.

Los fondos buscan ahora proyectos con estructuras sólidas, modelos rentables y capacidad de ser escalados a medio plazo. Su objetivo no es tanto descubrir la próxima marca de moda como consolidar un sector históricamente fragmentado, que avanza hacia la profesionalización

Así lo explicaron el pasado 15 de octubre varios directivos e inversores durante el **Franchise Innovation Summit (FIS)** celebrado en Madrid, en el que analizaron la nueva relación entre fondos y operadores de restauración. El diagnóstico fue unánime: el capital sigue interesado, pero los criterios de selección son más rigurosos.

Un sector con rentabilidades medias, pero con recorrido

"Es un sector con unas rentabilidades y unos riesgos medios", resumió Ignacio González , consejero delegado de Grupo Colibrí , propietario de varias enseñas de restauración organizada. Pese a las dificultades derivadas de la inflación y el aumento de los costes, la restauración sigue atrayendo capital debido a su peso en la economía española y a las oportunidades que se derivan de la concentración.

Leopoldo Reaño , director general de Dea Capital , advirtió que la exuberancia de los años previos a la pandemia ha llevado al sector a un momento de ralentización: muchas operaciones están todavía pendientes de inversión y el mercado está a la expectativa de ver con qué retornos finalizan estas operaciones.

"Hay fondos que están todavía digiriendo las adquisiciones realizadas antes del Covid. La gran pregunta que flota en el aire es: ¿quién será el siguiente en mover ficha?", apuntó.

Qué busca un fondo en la restauración

Los criterios son más estrictos que antes. Reaño explicó que los fondos "buscan puntos de venta muy rentables", lo que implica que el modelo de negocio sea simple , la inversión sea limitada y el retorno o payback tenga un horizonte temporal corto. "Debe ser replicable y ganar dinero", subrayó.

A esta ecuación se suma otro elemento clave: la gobernanza . "Desde Dea Capital, por ejemplo, nos encargamos de trazar una línea muy clara entre el comité de dirección, el consejo y el ejecutivo. Eso facilita una división de tareas más profesional. Y además, en una futura desinversión, el nuevo inversor sabe exactamente quién hace qué".

Para el directivo de Dea Capital, el capital familiar sigue siendo la base sobre la que se construyen las grandes operaciones. "Es raro que entre un fondo si antes no hay una familia o un grupo local con experiencia que actúe como socio o garante del proyecto, a menos que sea un empresario con un largo historial de éxitos".

Restauración, una profesionalización pendiente

Profesionalización fue una de las palabras más repetidas durante el congreso. Javier García-Baos , director de Kenta Capital , recalcó que "para atraer inversión, no basta con una buena idea o un producto atractivo; hay que tener unas dinámicas de trabajo alineadas con lo que espera un fondo".

"Los inversores demandan transparencia, estándares de calidad en la gestión y estructuras financieras sólidas", precisó. Una de las principales dificultades, añade, es la " sobrevaloración " de las marcas que crecen rápido. "Algunas cadenas que viven un boom en los primeros años no consolidan después al mismo ritmo, se sobreendeudan o pierden coherencia al expandirse. La clave está en construir modelos replicables sin destrozar la esencia de la marca".

García-Baos también advirtió del llamado " efecto champán ": el entusiasmo inicial que rodea el lanzamiento de una nueva cadena. "Incluso los profesionales podemos dejarnos llevar. Pero una marca de éxito no se mide por el ruido, sino por su capacidad de sostener el crecimiento".

La restauración singular

Para Borja Casanovas , director de Inversión en Aurica Capital , la restauración vive una doble realidad: por un lado, modelos de negocio muy estandarizados, como el fast casual o las franquicias de comida rápida ; por otro, proyectos más singulares y experienciales. "Nosotros participamos en grupos como La Rumba o Grupo Carbón , que cuentan con locales únicos que no son fácilmente replicables. En estos casos buscamos estandarizar el back office —todo lo que no ve el cliente— para ganar eficiencia", explicó.

La tecnología, añadió, será determinante para el futuro del sector: "Permite predecir la demanda, gestionar mejor el personal, anticipar caducidades y reducir costes. Apostar por la tecnología es el principal camino para mejorar márgenes y profesionalizar la gestión".

Como sus compañeros, Casanovas defendió además las estrategias de consolidación: "Nos sentimos cómodos cuando establecemos una plataforma sólida en un sector y a partir de ahí adquirimos pequeños operadores que aportan nuevas geografías o conceptos. Las fusiones entre grupos similares permiten reducir costes unitarios y ganar competitividad".

El capital privado, coincidieron los ponentes, se ha vuelto mucho más exigente. "Desde el Covid, los fondos han sido muy cautelosos", reconoció Casanovas. "El entorno macroeconómico no ayuda, y aquí no vale todo. Solo veremos operaciones bien fundamentadas, como las que protagonizaron en su día grupos como Dani García o Big Mamma

Potencial por explotar

Aun así, el potencial sigue siendo elevado. El sector de la restauración organizada representa en torno al 31% del mercado en España, todavía muy por debajo de países como Reino Unido o Francia.

Reaño recordó que el sector "genera más start-ups y unicornios que ningún otro en España" y que la exportación de marcas nacionales empieza a ganar peso. "La expansión internacional de conceptos españoles, no tan común hace pocos años, se está convirtiendo en una tendencia que los inversores miran con mucho interés".

Entre la prudencia y la oportunidad

A corto plazo, las operaciones estarán marcadas por la prudencia. Los fondos priorizan la rentabilidad sobre la expansión acelerada y buscan alianzas con operadores que ya han demostrado estabilidad. "Los inversores no nos confían su dinero ad aeternum", subrayó Casanovas. "Necesitan proyectos que puedan duplicar o triplicar su tamaño en cuatro o cinco años, de la manera más rentable posible".

Pese al menor ritmo de inversión, los expertos creen que el mercado volverá a activarse una vez se produzcan los primeros éxitos —ventas de participaciones— de las operaciones recientes. "Cuando veamos quiénes son los inversores finales de las grandes salidas, el mercado se animará", vaticinó Reaño.

La consolidación, en el horizonte

En un mercado con miles de operadores independientes, el capital privado ve margen para consolidar. Las fusiones entre grupos medianos, la integración vertical y la estandarización de procesos serán las palancas que marquen la próxima década.

"Hay empresas con cinco o seis locales que ya necesitan oficinas centrales, pero esas estructuras erosionan el beneficio. Integrar operaciones es una forma natural de ganar escala y eficiencia", resume García-Baos.

El resultado será, previsiblemente, un mapa más concentrado, con menos actores pero más rentables y profesionalizados. Un mercado en el que los fondos esperan actuar como catalizadores. "Después de años de euforia y corrección, el capital privado está entrando en una etapa de madurez", explica el directivo. "Ya no se trata solo de multiplicar, sino de construir".



Superficie **100%** Audiencia **4.773** Valoración **32€**

Panaria , la cadena de cafeterías-panaderías perteneciente a Compañía del Trópico, refuerza la solidez de su modelo de negocio con un crecimiento comparable acumulado del 6,1% en el Q3 de 2025 . Esta cifra que triplica la evolución media del mercado nacional, situada en torno al 2% , de acuerdo con la consultora Ameba.

Este crecimiento consolida a Panaria como una de las franquicias más dinámicas y rentables del sector, con una propuesta diferenciadora tanto para el consumidor como para el inversor. La marca cuenta actualmente con 62 establecimientos operativos, de los cuales 40 funcionan bajo el modelo de franquicia. Su presencia se concentra especialmente en Madrid y la Comunidad Valenciana, aunque también está presente en otras comunidades clave como Cataluña, Andalucía, Canarias y Baleares.

Panaria estuvo presente en el foro SPAZIO Restauración News , celebrado en el marco de FIS, a través de un Elevator Pitch y formando parte de una de las mesas redondas. Aquí puedes leer la crónica completa del evento.

Panaria abrirá dos nuevos locales próximamente

El plan de expansión avanza con paso firme: en lo que va de año ya han abierto 4 nuevos locales, y otras 2 aperturas están previstas para las próximas semanas. Este crecimiento está respaldado por un modelo operativo robusto y una estructura de soporte al franquiciado que permite acelerar tanto la apertura como la rentabilidad de cada unidad.

El éxito de Panaria se apoya en tres pilares: una propuesta gastronómica artesanal y de alta calidad, una operativa sencilla y escalable, y un sistema integral de acompañamiento al franquiciado . Gracias a ello, muchos de sus socios han logrado escalar su inversión abriendo varios locales en menos de dos años.

Además, la marca ofrece altos márgenes de beneficio , un sistema de compras centralizado que potencia las economías de escala y una estructura de costes optimizada. Esta combinación convierte a Panaria en una oportunidad atractiva tanto para emprendedores como para inversores con visión a largo plazo o, sin necesidad de experiencia previa en restauración.

El perfil ideal de franquiciado es alguien con visión de negocio, orientación al cliente y capacidad de gestión. El acompañamiento del equipo central – desde la búsqueda del local hasta la formación del equipo y la activación comercial – garantiza una incorporación ágil, segura y rentable al sistema.

Panaria tiene previsto alcanzar las 250 unidades en 2028, manteniendo su compromiso con la calidad artesanal, la cercanía y la rentabilidad. Su modelo demuestra que es posible crecer con solidez en un mercado competitivo y convertirse en una referencia para quienes buscan invertir en restauración organizada con futuro.

¡Más noticias sobre Panaria aquí!



El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, clausuró su segunda edición en el Riyadh Air Metropolitano de Madrid, los pasados días 15 y 16 de octubre, más reforzado y respaldado como el encuentro de referencia para el ecosistema de la franquicia.

El evento se refuerza en su segunda edición como la cita anual de referencia para el sector, con la participación de 114 marcas y expositores participantes, más de un centenar de ponentes y un amplio respaldo del mercado nacional e internacional.

El **FIS Summit** consiguió congrega a 2.198 profesionales de 12 comunidades autónomas y 7 países, en torno a dos potentes summit en los que participaron más de 100 ponentes en distintas mesas sectoriales con contenidos especializados.

FIS2025 fue inaugurado por Ángel Luis Martín, subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, quien afirmó que en Madrid “la franquicia levanta pasiones” y es un modelo de negocio que “continúa dominando el sector en todas las variables”.

Igualmente, el acto estuvo presidido por Ángel Niño, Concejal Delegado de Innovación y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, quien aseguró que la capital española ya se ha posicionado “entre los mejores ecosistemas de emprendimiento del mundo” y añadió que “Madrid es el lugar en el que las franquicias deben estar”.

En palabras de Luisa Masuet, Presidenta de la AEF, “esta edición de **FIS2025** ha supuesto un punto de inflexión para el sistema de franquicias, tanto por la impecable organización, el interés que han concentrado las jornadas que se han impartido, la buena ubicación, la dimensión nacional e internacional, el respaldo de instituciones como la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid y, sobre todo, por las cifras de expositores y visitantes que han acudido a este encuentro profesional, lo que nos anima a seguir adelante para el año que viene organizar la tercera edición de **FIS**”.

Por su parte, Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la AEF, asegura que “nos sentimos muy satisfechos con los resultados obtenidos en esta segunda edición de **FIS**, un encuentro pionero e innovador, que nos acerca más al objetivo de ser el evento de franquicias de referencia en España, ya que consideramos que el cara a cara entre franquiciadores y candidatos a franquiciado sigue siendo fundamental a la hora de hacer negocios, como ha quedado demostrado en este **FIS2025**, que ha unido a instituciones públicas y privadas, destacando la presencia de los alcaldes de cinco localidades de nuestro país, que se han sumado a la iniciativa Foro Ciudades & Franquicias”.

El director de **FIS**, Raúl Calleja, explicó que “de la mano de la AEF, **FIS** se consolida como el gran instrumento sectorial para impulsar y defender el modelo de franquicia, así como punto de encuentro del sector en la península ibérica”. Además, resaltó que **FIS** “seguirá creciendo” en su próxima edición y “fortaleciendo su papel como plataforma de conexión estratégica para marcas, inversores y emprendedores”.

José Luis Serrano, director de Pymes de BBVA España, que también se sumó al acto de apertura de esta segunda edición, alabó el papel de **FIS** y lo definió como un lugar “donde entre todos construimos juntos”. Y aseguró que “mucha gente viene aquí a pensar en su proyecto de vida”.

Proyección internacional

El evento, que en esta ocasión se celebró en el Estadio Riyadh Air Metropolitano, no solo ha convocado a los referentes sectoriales de la península ibérica, sino que ha traspasado fronteras, con la participación de marcas expositoras procedentes de un elevado número de países, como Estados Unidos, Egipto, México, Argentina, Paraguay, Panamá, Brasil, Italia, Francia y Portugal, convirtiéndose así en un puente entre Europa y el resto del mundo, especialmente Iberoamérica.

Foro Ciudades & Franquicias

El Foro Ciudades & Franquicias, una de las grandes apuestas de esta edición, funcionó como un espacio de diálogo institucional para conectar municipios españoles e impulsar políticas de revitalización comercial en las ciudades invitadas a esta edición 2025: Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana de la Frontera.

Empresarios y comerciantes locales de estas y otras ciudades acudieron a **FIS** para participar del impulso que este tipo de encuentros suponen para la evolución del modelo franquicia.

En palabras de Eduardo Abadía (AEF) “el futuro está en la unidad entre administración pública y privada para seguir creciendo, gracias a iniciativas como esta”.

Finalizó así esta segunda edición de **Franchise Innovation Summit**, cuya tercera convocatoria está prevista para los días 17 y 18 de junio de 2026, en IFEMA, en Madrid.



El **Franchise Innovation Summit (FIS)**, promovido por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, clausura su segunda edición más reforzado y respaldado como el encuentro de referencia para el ecosistema de la franquicia.

FIS2025 fue inaugurado por Ángel Luis Martín, subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, quien afirmó que en Madrid “la franquicia levanta pasiones” y es un modelo de negocio que “continúa dominando el sector en todas las variables”. Igualmente, el acto estuvo presidido por Ángel Niño, Concejal Delegado de Innovación y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, quien aseguró que la capital española ya se ha posicionado “entre los mejores ecosistemas de emprendimiento del mundo” y añadió que “Madrid es el lugar en el que las franquicias deben estar”.

En palabras de Luisa Masuet, Presidenta de la AEF, “ esta edición de **FIS2025** ha supuesto un punto de inflexión para el sistema de franquicias, tanto por la impecable organización, el interés que han concentrado las jornadas que se han impartido, la buena ubicación, la dimensión nacional e internacional, el respaldo de instituciones como la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid y, sobre todo, por las cifras de expositores y visitantes que han acudido a este encuentro profesional, lo que nos anima a seguir adelante para el año que viene organizar la tercera edición de **FIS** ”.

Por su parte, Eduardo Abadía, Director Ejecutivo de la AEF, asegura que “ nos sentimos muy satisfechos con los resultados obtenidos en esta segunda edición de **FIS**, un encuentro pionero e innovador, que nos acerca más al objetivo de ser el evento de franquicias de referencia en España, ya que consideramos que el cara a cara entre franquiciadores y candidatos a franquiciado sigue siendo fundamental a la hora de hacer negocios, como ha quedado demostrado en este **FIS2025**, que ha unido a instituciones públicas y privadas, destacando la presencia de los alcaldes de cinco localidades de nuestro país, que se han sumado a la iniciativa Foro Ciudades & Franquicias ”.

El director de **FIS**, Raúl Calleja, explicó que “ de la mano de la AEF, **FIS** se consolida como el gran instrumento sectorial para impulsar y defender el modelo de franquicia, así como punto de encuentro del sector en la península ibérica ”. Además, resaltó que **FIS** “seguirá creciendo” en su próxima edición y “fortaleciendo su papel como plataforma de conexión estratégica para marcas, inversores y emprendedores”.

José Luis Serrano, director de Pymes de BBVA España, que también se sumó al acto de apertura de esta segunda edición, alabó el papel de **FIS** y lo definió como un lugar “donde entre todos construimos juntos”. Y aseguró que “mucha gente viene aquí a pensar en su proyecto de vida”.

Proyección internacional El evento, que en esta ocasión se celebró en el Estadio Riyadh Air Metropolitano, no sólo ha convocado a los referentes sectoriales de la Península Ibérica, sino que ha traspasado fronteras, con la participación de marcas expositoras procedentes de un elevado número de países, como Estados Unidos, Egipto, México, Argentina, Paraguay, Panamá, Brasil, Italia, Francia y Portugal, convirtiéndose así en un puente entre Europa y el resto del mundo, especialmente Iberoamérica.

FIS al servicio de la franquicia Foro Ciudades & Franquicias

El Foro Ciudades & Franquicias, una de las grandes apuestas de esta edición, funcionó como un espacio de diálogo institucional para conectar municipios españoles e impulsar políticas de revitalización comercial en las ciudades invitadas a esta edición 2025: Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana de la Frontera.

Empresarios y comerciantes locales de estas y otras ciudades acudieron a **FIS** para participar del impulso que este tipo de encuentros suponen para la evolución del modelo franquicia.

En palabras de Eduardo Abadía (AEF) “el futuro está en la unidad entre administración pública y privada para seguir creciendo, gracias a iniciativas como esta”.

Franquitour Y con el mismo espíritu de revitalizar las zonas comerciales de grandes y pequeñas urbes, **FIS** ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, el Franquitour, donde enseñas de primer nivel formaron parte de un recorrido exclusivo por las flagships stores de las marcas participantes en **FIS 2025**.

El pasado martes 14 de octubre una comitiva institucional recorrió parte de estos establecimientos e inauguró de forma simbólica esta ruta, que representa una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector, que desean conocer de primera mano los formatos más emblemáticos.

FISkathon El broche final lo puso la celebración del 1er **FISkathon**, un hackathon presencial y temático, cuyo principal objetivo era revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones de emprendedores, presentándolo como una alternativa innovadora.

Para ello, 6 grupos de estudiantes universitarios tenían un reto : generar ideas para acercar el mundo de la franquicia al emprendimiento joven en tan sólo unas horas. Al final de la jornada, los diferentes grupos presentaron un pitch con sus proyectos orientados a la sostenibilidad, la digitalización, el talento joven o la transformación del modelo de negocio de franquicia.

Comunidad Empresarial Invitada: Relaciones Empresariales del Mediterráneo (REM)

De la mano de REM (Relaciones Empresariales del Mediterráneo), el Mediterráneo fue la

Comunidad Empresarial Invitada y encargada de organizar dentro del **FIS Summit 2025** el primer Foro REM celebrado en Madrid, un encuentro de referencia para empresas y directivos en formato de mesa redonda que combinó debate empresarial, liderazgo, innovación y colaboración intersectorial



[Inicio](#) [Noticias](#) FIS2025 se consolida como punto de encuentro de la franquicia y se erige como nuevo puente entre Europa e Iberoamérica

FIS2025 se consolida como punto de encuentro de la franquicia y se erige como nuevo puente entre Europa e Iberoamérica

[Compartir](#)

El evento, celebrado en el estadio Riyadh Air Metropolitano dentro del **Franchise Innovation Summit**, reunió a jóvenes emprendedores de distintas universidades para reimaginar el modelo de negocio franquiciado

El pasado 16 de octubre de 2025, el **#FISkathon** by Objetivo 17 Alliance se consolidó como uno de los grandes protagonistas del **Franchise Innovation Summit (FIS)**, celebrado en el estadio Riyadh Air Metropolitano de Madrid. En un ambiente vibrante, jóvenes emprendedores, expertos del sector y líderes empresariales se unieron con un propósito común: repensar el futuro de la franquicia a través de la innovación, la tecnología y la sostenibilidad

La jornada, desarrollada bajo la metodología Sprint Design, se extendió durante seis intensas horas en las que equipos multidisciplinares de universidades como MSMK University College, la Universidad Complutense de Madrid, la UC3M y el ISDE presentaron ideas para revitalizar el modelo de franquicia y hacerlo más atractivo para las nuevas generaciones

Un evento que une talento, tecnología y emprendimiento

El **#FISkathon** buscó enfrentar los retos de la incorporación del talento joven al mundo de la franquicia, explorando nuevas formas de emprendimiento, sostenibilidad y digitalización. Los participantes trabajaron en proyectos reales, aplicando los conocimientos adquiridos en el aula para generar soluciones innovadoras.

El evento fue organizado por Objetivo 17 Alliance dentro del marco del **Franchise Innovation Summit**, con la coordinación general de Mario Caira, cofundador y socio de la organización, quien además condujo la ronda final de presentaciones o pitches

“El futuro de la franquicia pasa por escuchar a los jóvenes. Este tipo de iniciativas muestran su enorme capacidad para transformar modelos tradicionales en oportunidades sostenibles”, destacó Caira durante el acto de clausura.

Un jurado de referencia y la proclamación de los ganadores

Los proyectos finales fueron presentados ante un jurado de alto nivel, compuesto por figuras de referencia del sector, como Elvira Marcos Palma (Objetivo 17), Mariano Alonso (mundoFranquicia), Claudio M. Nóvoa González (Revista Emprendedores), Mª Eugenia López San Segundo (BBVA), Carlos Domínguez Benito (ILUNION), Eduardo Abadía (AEF) y Raúl Calleja (**FIS-SHOW2BE**).

El jurado evaluó la creatividad, viabilidad y sostenibilidad de las propuestas, premiando a los tres mejores equipos:

1º Premio Equipo 5 — Gabriel Falcão Santos, Sandra Espiñeira Briceño e Ignacio Quiroz Coscollano, de MSMK University College

2º Premio Equipo 1 — Marcos Alonso, Odín Lledó, Roberto García y Silvia Muñoz

3º Premio Equipo 6 — Pablo Tulio Mancebo, Ysbeli Amancio y Franchely Reynoso Calderón

Asimismo, los equipos 2, 3 y 4 recibieron menciones especiales por su creatividad y compromiso, destacando los alumnos de MSMK Pablo del Río, Abel Muñoz, Rodrigo García y Guillermo Sánchez

“Ha sido una experiencia insuperable. Ver a nuestros estudiantes aplicar lo aprendido en un entorno real y competitivo demuestra que la universidad es también un motor de innovación social”, afirmó uno de los tutores de MSMK University College.

Un impulso al futuro de la franquicia desde el talento joven

El **#FISkathon** se erige como un espacio pionero para acercar el mundo de la franquicia a los jóvenes emprendedores, fomentando el intercambio de ideas y la creación de modelos de negocio más dinámicos, digitales y sostenibles.

Los organizadores subrayaron que esta primera edición marca el inicio de una red de colaboración entre empresas, instituciones educativas y organismos del sector, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

“Iniciativas como el **#FISkathon** demuestran que el talento joven no solo tiene ideas, sino que también puede liderar la transformación del sector empresarial hacia un futuro más responsable y competitivo”, concluyó Mariano Alonso, de mundoFranquicia.



Superficie **100%** Audiencia **8.181** Valoración **35€**

Compartir: Por Redacción Emprendedores **FIS**2025, celebrado los pasados 15 y 16 de octubre, promovido por la Asociación Española

de la Franquicia (AEF) y organizado por Show2Be, con el patrocinio de BBVA, “clausura su segunda edición más reforzado y respaldado como el encuentro de referencia para el ecosistema de la franquicia”, como subrayan sus impulsores.

Franchise Innovation Summit fue inaugurado por Ángel Luis Martín, subdirector general de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, quien afirmó que en Madrid “la franquicia levanta pasiones” y es un modelo de negocio que “continúa dominando el sector en todas las variables”.

Igualmente, el acto estuvo presidido por Ángel Niño, concejal delegado de Innovación y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, quien aseguró que la capital española ya se ha posicionado “entre los mejores ecosistemas de emprendimiento del mundo” y añadió que “Madrid es el lugar en el que las franquicias deben estar”.

En palabras de Luisa Masuet, presidenta de la AEF, “esta edición de **FIS**2025 ha supuesto un punto de inflexión para el sistema de franquicias”. Destacó, en este sentido, “la impecable organización, el interés que han concentrado las jornadas que se han impartido, la buena ubicación, así como la dimensión nacional e internacional”.

Subrayó Masuet asimismo “el respaldo de instituciones como la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid y, sobre todo, las cifras de expositores y visitantes que han acudido a este encuentro profesional, lo que nos anima a seguir adelante para el año que viene organizar la tercera edición de **FIS**”.

FIS2025: un encuentro pionero e innovador

Por su parte, Eduardo Abadía, director ejecutivo de la AEF, asegura que “nos sentimos muy satisfechos con los resultados obtenidos en esta segunda edición de **FIS**”.

Hablamos de un “encuentro pionero e innovador, que nos acerca más al objetivo de ser el evento de franquicias de referencia en España, ya que consideramos que el cara a cara entre franquiciadores y candidatos a franquiciado sigue siendo fundamental a la hora de hacer negocios, como ha quedado demostrado en este **FIS**2025”.

Una iniciativa, por otro lado, “que ha unido a instituciones públicas y privadas, destacando la presencia de los alcaldes de cinco localidades de nuestro país, que se han sumado a la iniciativa Foro Ciudades & Franquicias”.

El director de **FIS**, Raúl Calleja, explicó que, “de la mano de la AEF, **FIS** se consolida como el gran instrumento sectorial para impulsar y defender el modelo de franquicia, así como punto de encuentro del sector en la península ibérica”.

En paralelo, resaltó que **FIS** “seguirá creciendo” en su próxima edición y “fortaleciendo su papel como plataforma de conexión estratégica para marcas, inversores y emprendedores”.

José Luis Serrano, director de Pymes de BBVA España, que también se sumó al acto de apertura de esta segunda edición, alabó el papel de este summit y lo definió como un lugar “donde entre todos construimos juntos”. Y aseguró que “mucha gente viene aquí a pensar en su proyecto de vida”.

FIS2025: proyección internacional

El evento, que en esta ocasión se celebró en el Estadio Riyadh Air Metropolitano, no sólo ha convocado a los referentes sectoriales de la Península Ibérica, sino que ha traspasado fronteras, como subrayan desde la organización.

Han participado marcas expositoras procedentes de países, como Estados Unidos, Egipto, México, Argentina, Paraguay, Panamá, Brasil, Italia, Francia y Portugal, “convirtiéndose así en un puente entre Europa y el resto del mundo, especialmente Iberoamérica”.

Foro Ciudades&Franquicias

El Foro Ciudades&Franquicias, “una de las grandes apuestas de esta edición”, funcionó como un espacio de diálogo institucional para conectar municipios españoles e impulsar políticas de revitalización comercial en las ciudades invitadas a esta edición 2025: Palencia, Toledo, Pozuelo de Alarcón, La Nucía y Chiclana de la Frontera.

Empresarios y comerciantes locales de estas y otras ciudades acudieron a **FIS** para participar del impulso que este tipo de encuentros suponen para la evolución del modelo franquicia.

En palabras de Abadía, “el futuro está en la unidad entre administración pública y privada para seguir creciendo, gracias a iniciativas como esta”.

Franquitour o cómo ayudar a crear un ecosistema

Y con el mismo espíritu de revitalizar las zonas comerciales de grandes y pequeñas urbes, **FIS** ha creado una herramienta para dar visibilidad al comercio de una ciudad como Madrid, el Franquitour, donde enseñas de primer nivel formaron parte de un recorrido exclusivo por las flagships stores de las marcas participantes en **FIS** 2025.

El pasado martes 14 de octubre una comitiva institucional recorrió parte de estos establecimientos e inauguró de forma simbólica esta ruta. Esta iniciativa representa una oportunidad para que las enseñas muestren su propuesta de valor y ofrezcan una experiencia directa a emprendedores que buscan opciones para invertir, inversores y franquiciados interesados en nuevos conceptos y profesionales del sector, resumen los impulsores de **FIS**2025

FISkathon: savia nueva para la franquicia

El broche final lo puso la celebración del 1er **FIS**kathon, un hackathon presencial y temático, “cuyo principal objetivo era revitalizar la percepción del sector franquicias entre las nuevas generaciones de emprendedores, presentándolo como una alternativa innovadora”.

Para ello, seis grupos de estudiantes universitarios tenían un reto: generar ideas para acercar el mundo de la franquicia al emprendimiento joven en tan sólo unas horas.

Al final de la jornada, los diferentes grupos presentaron un pitch con sus proyectos orientados a la sostenibilidad, la digitalización, el talento joven o la transformación del modelo de negocio de franquicia.

Y de la mano de REM (Relaciones Empresariales del Mediterráneo), el Mediterráneo fue la Comunidad Empresarial Invitada y encargada de organizar dentro del **FIS** Summit 2025 el primer Foro REM celebrado en Madrid. Hablamos de un “encuentro de referencia para empresas y directivos en formato de mesa redonda que combinó debate empresarial, liderazgo, innovación y colaboración intersectorial”.

FIS Summit 2025 y SPAZIO Restauración News

En esta segunda edición la esfera congresual ha tenido más peso aún si cabe con dos auditorios especializados. Por un lado, el Main Auditorium, donde se desarrolló un programa de contenidos confeccionado por mesas redondas sectoriales: Retail, Fitness, Inmobiliario, Belleza y Estética, Formación o Marketing, entre otros.

En paralelo, SPAZIO Restauración News, el Hub especializado en restauración organizada impulsado por Show2Be, la AEF y la publicación sectorial Restauración News, con el patrocinio de Mahou San Miguel, reunió a más de una treintena de ponentes de primer nivel, que abordaron los retos de expansión, tecnología, talento y financiación en el sector.

“Más mesas redondas, charlas, elevator pitch, entrevistas y reconocimientos con un objetivo claro: ofrecer una hoja de ruta realista y acertada para las marcas que aspiran a crecer con control y propósito”, concluyen desde la organización.

Por



Redacción Emprendedores
Suscríbete a nuestra
newsletter semanal
Accede a lo más leído, lo más útil y lo más nuevo del ecosistema emprendedor.

Para la elaboración de revistas de prensa la EMPRESA ha suscrito el correspondiente contrato con CEDRO. Su posterior reproducción, distribución, transformación o comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, requiere acuerdo con CEDRO