

Gustavo Ron es el presidente y fundador de Café & Té. / JMCadenas

CRÉDITO SINDICADO

Café & Té sirve 24 millones en su cadena de cafeterías

ELIZALDE, Madrid

Café & Té, participada por la firma de capital riesgo 3i, cuenta con una nueva financiación que garantiza el desarrollo del plan de negocio diseñado con el fondo inversor.

La cadena de cafeterías cerró recientemente un crédito sindicado de veinticuatro millones de euros con Rabobank y Banco Espírito Santo, con un vencimiento a siete años y dos años de carencia. Los doce millones de endeuda-

cias. Tras la reciente compra de la empresa Krosan, que cuenta con 27 franquicias y tres tiendas propias, Café & Té cerrará el año con 137 establecimientos, de los que casi una treintena operará bajo el régimen de franquicia.

Hasta el cierre de esta operación, la cadena de cafeterías no contaba con ninguna franquicia, aunque el fundador de Café & Té asegura que siempre ha tenido la puerta abierta a esta vía de crecimiento cuando alcanzara el centenar de locales en propiedad.

Reorganización

"Con dos años de anticipación, estamos casi en la meta, aunque emprendemos un proceso de reorganización, que nos llevará a cerrar algunos de los establecimientos. Por eso, todavía podemos seguir creciendo", asegura Gustavo Ron.

La mitad de los treinta locales de Krosan se transformarán en la enseña Café & Té; mientras que la otra mitad mantendrá la antigua marca, "porque no cumplen los requisitos exigidos".

Con la integración de Krosan, Café & Té prevé aumentar este año el ebitda (beneficio bruto de explotación) un 12%, hasta 6,5 millones de euros, mientras que la facturación llegará a 43 millones de euros.

Sobre la intención del Gobierno catalán de prohibir fumar en los locales de menos de cien metros, Ron advirtió del perjuicio económico para la hostelería, ya que "la facturación caerá un veinte por ciento".

miento que la empresa mantenía con otras entidades han sido absorbidos por el nuevo préstamo.

Autonomía

"Con estos recursos, tenemos autonomía completa para cumplir el plan de negocio pactado con 3i hasta 2009", asegura el fundador y presidente de la cadena de cafeterías española, Gustavo Ron, que recuerda que el objetivo es alcanzar los no establecimientos propios y alrededor de treinta franquici-

Los estanqueros envían sus señales de humo al Gobierno

EXPANSIÓN, Madrid

El VI Congreso Mundo Estanco, que ha reunido a los expendedores españoles, se marcó como objetivo estudiar y clarificar las condiciones laborales de una profesión que se ha visto afectada por varias reformas legislativas, entre ellas, la ley antitabaco de 2006, que provocó el alza del precio del tabaco por el aumento de la fiscalidad.

El presidente de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España, Manuel

Fernández Vicario, pidió más consideración con este colectivo, cuya actividad genera una recaudación anual en impuestos de más de 8.500 millones de euros. Fernández Vicario recordó que los expendedores atienden a

La venta de tabaco genera una recaudación anual de 8.500 millones en impuestos

más de siete millones de clientes diariamente.


Impuestos

Los representantes de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España hicieron hincapié en que los impuestos sobre los productos tabaqueros sean proporcionales al poder adquisitivo de los clientes, para no afectar las ventas de forma exagerada.

Los tabaqueros también reivindicaron la apertura de

establecimientos en los polígonos y zonas donde haya más demanda para este tipo de productos.

Por otra parte, la Unión pidió que la Administración vuelva a otorgar concesiones: "No se puede estar cinco años sin dar concesiones, sin convocar concursos de expendurías con el desabastecimiento que esto provoca, que podría acabar con la desaparición de la Red de Expendurías", se quejó Manuel Fernández Vicario.




Foro de la Nueva Economía New Economy Forum

THE WALL STREET JOURNAL.
EUROPE

Almuerzo Coloquio con

D. Emilio Pérez Touriño


Presidente de la Xunta de Galicia



Madrid, Hotel Ritz
24 de octubre de 2007, 13:30 horas

PRÓXIMA CONFERENCIA
Francisco Antón Oliver
Fundador de Eroski, Balcas
24 de octubre, Madrid

Con la colaboración de



FORO DE LA NUEVA ECONOMÍA es una plataforma de debate y marca registrada de Nueva Economía Fórum.
Información e inscripciones: Fax: 91 771 08 44 - Tel: 91 361 26 00 - www.nuevaeconomiaforum.org. Plazas limitadas.

SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA

Se busca franquiciado profesional

Los expertos en franquicias reclaman que la expansión comercial de las marcas se haga con responsabilidad y que la selección de los franquiciados sea cada vez más profesional.

E&E.Madrid.

El negocio de la franquicia quiere cambiar de imagen. El intrusismo y la falta de profesionalidad ha pasado factura a un sector que lleva más de quince años luchando contra una reputación que no se corresponde con la realidad. "Es cierto que hay franquiciadores que buscan resultados a muy corto plazo y sólo se preocupan de la expansión de su red", explica Santiago Barbadillo. Sin embargo, hay muchos más empresarios que defienden un crecimiento sostenido de sus cadenas, cuentan con productos de calidad y tienen una firme vocación de permanencia en el mercado.

Por eso, los responsables de las principales consultoras especializadas consideran que la selección de los futuros asociados debe hacerse teniendo en cuenta la capacidad inversora de los mismos, pero también su perfil profesional, sus habilidades y competencias y su capacidad de identificación con esta fórmula de expansión comercial.

Para Santiago Barbadillo, director general de Barbadillo & Asociados, eso es lo que debe transmitirse en el Salón Internacional de la Franquicia de Valencia. "Las ferias sirven para identificar a futuros clientes e inversores para las cadenas que representamos", explica Barbadillo, que acude a Valencia con una veintena de marcas en proceso de expansión.

Eduardo Tormo, director general de Tormo y Asociados, considera que las ferias, además de una plataforma comercial, son la oportunidad de tomar el pulso al negocio y dar a conocer las novedades. Así, Tormo & Asociados presentará un nuevo Club de la Franquicia, mientras Mundo Franquicia Consulting dará a conocer su propio canal de televisión especializado.

MARIANO ALONSO
MUNDOFRANQUICIA

Falta comunicación entre las empresas

El director general de la consultora Mundo Franquicia, Mariano Alonso, asegura que la comunicación entre las empresas del sector sigue siendo insuficiente, al igual que la profesionalidad en la selección de los franquiciados. Alonso recomienda para dar con el asociado adecuado que se realice un análisis de los perfiles, los mercados y el negocio concreto antes de otorgar la concesión. El director general de Mundo Franquicia, que considera que el sistema de franquicias vive un buen momento, apunta cierta ralentización en las enseñanzas inmobiliarias y una reestructuración en el negocio de las enseñanzas de intermediación financiera. "Se trata de un sector que ha registrado un crecimiento espectacular y ahora plantea mayores exigencias para



Mariano Alonso.

competir en el mercado, mientras espera una regulación oficial de su actividad que supondrá su verdadera depuración", explica Alonso. Según este experto, la calidad de los productos y la visión franquiciadora de los empresarios españoles abren actualmente nuevas oportunidades de desarrollo internacional para las cadenas.

XAVIER VALLHONRAT
AEF

La AEF formará a los directivos del sector

Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de la Franquicia (AEF), insiste en que la puesta en marcha del Certificado de Calidad en la Franquicia, es un paso trascendental para aumentar el nivel de confianza entre los futuros franquiciados. Pero no es el único. "La profesionalización y la preparación de los cuadros directivos de las empresas franquiciadoras y de los futuros asociados es una de las grandes preocupaciones de la AEF", explica Vallhonrat quien adelanta la creación de un Comité de Jóvenes Empresarios Franquiciados para formar profesionales en este ámbito. Los planes de la asociación contribuirán también al impulso internacional de las firmas españolas. "La reciente creación de la revista B2F - Business to Franchise -,



Xavier Vallhonrat.

que se distribuye a través de las oficinas del Instituto Internacional de Comercio Exterior, y la presencia en los principales encuentros sectoriales nos permitirá aumentar la presencia en mercados tan remotos como China o Nueva Zelanda, pero también consolidar mercados tan difíciles como Francia, Italia, Turquía o México".

SANTIAGO BARBADILLO
BARBADILLO ASOCIADOS

El culto al cuerpo gana adeptos

El presidente de Barbadillo Asociados, Santiago Barbadillo, asegura que los negocios relacionados con la salud y el cuidado del cuerpo son los que presentan mejores perspectivas, en un momento en el que la actividad financiera e inmobiliaria pierden interés entre los inversores. Barbadillo reconoce que aún existe demasiado intrusismo en el sector y que acabar con él es un reto para el sistema comercial. "El empresario debe apostar por una selección profesional de los franquiciados y no elegir sólo en función de la capacidad financiera", explica Barbadillo, quien asegura que la formación es la clave de éxito de las cadenas. "Buscar ingresos a corto plazo sólo beneficia al franquiciador, pero repercute negativamente en la imagen de marca y perjudica al



Santiago Barbadillo.

franquiciado". Barbadillo es algo pesimista en cuanto a la expansión internacional de las redes españolas, pese a la calidad de los productos, porque cree que faltan recursos para encontrar a los masterfranquiciados apropiados y ambición empresarial. "Además, está el problema del idioma", que nos impide movernos en Europa como en un mercado natural", concluye.

EDUARDO TORMO
TORMO & ASOCIADOS

Lo más rentable es invertir en servicios

Eduardo Tormo, director general de Tormo & Asociados, confía en el crecimiento continuado del sector de la franquicia en 2008, pero espera algunos cambios. "Aunque seguirá aumentando el número de asociados a las redes, puede producirse una reducción de los resultados de cada una de las unidades operativas". Para Tormo, el negocio inmobiliario será uno de los más afectados por la nueva coyuntura económica, mientras en el negocio de la intermediación financiera, que mantendrá su desarrollo por el aumento de la demanda de estos productos, se esperan concentraciones empresariales. Para este experto el crecimiento será generalizado en el sector de los servicios, en el que se agrupan desde las energías renovables hasta



Eduardo Tormo.

la enseñanza, pasando por la salud, el ocio y la asistencia. La capacidad creativa de los franquiciadores españoles y el excelente banco de pruebas que supone nuestro mercado es una gran baza para este negocio, según Tormo. Pero también hay algunas debilidades como el déficit tecnológico y algunas carencias organizativas relacionadas con la expansión internacional.

General Financial

¿Quieres especializarte en asesoramiento financiero a PYMES? ¿Buscas un consultor experto en particulares?

Infórmate sobre tu proyecto de franquicia

902 45 02 02

www.generaldefinanzas.com

Sábados con Expansión y domingos con El Mundo

EL MUNDO

Expansión

La bella legua un récord histórico de construcción

"ESPECIAL ESCUELAS DE NEGOCIOS"

- Las primeras escuelas españolas cumplen 50 años
- La experiencia de cursar un posgrado a distancia
- Ser profesor español en una top business school internacional
- Directorio de centros de posgrado

Sábado 27 de octubre y domingo 28 de octubre

Si desea contratar publicidad, contactar con:

Tel.: 91 337 00 99 / 91 337 04 81 / 93 227 62 70

Fax: 91 337 32 42

Expansión & EMPLEO