

Franquicias

elEconomista

Revista mensual

12 de febrero de 2018 | Nº 41



Ricardo Sousa

Consejero delegado de Century 21 en España

“Hay una oportunidad de crecer en el segmento medio y bajo del mercado inmobiliario” | P10

Nemomarin prevé cerrar 2018 con 40 escuelas abiertas en el mercado nacional | P16

Sibuya ultima un plan para llegar a Madrid y lanzar su franquicia en España | P22



EL 40% DE LAS FRANQUICIAS ECHA A RODAR CON MENOS DE 60.000 EUROS

Cada vez más enseñas apuestan por locales más pequeños que requieren de una menor inversión | P6



NEMOMARLIN PREVE CERRAR 2018 CON 40 ESCUELAS

La cadena de centros de educación infantil calcula sumar siete locales a su red este ejercicio para acercarse al objetivo de terminar 2020 con 50 escuelas para preparar su llegada a Italia y Portugal

GEMA BOIZA

Dieciséis años después de abrir en nuestro país su primer centro especializado en la educación de niños desde los 4 a los 36 meses de vida, Nemomarlín ha conseguido superar la treintena de establecimientos operativos en nuestro país. Un número que ha alcanzado gracias a la expansión de su marca con locales propios, pero sobre todo operando bajo el régimen de la franquicia.

De las 31 escuelas que la marca ahora tiene repartidas por España -en las ciudades de Barcelona, Madrid, Sevilla, Toledo y Zaragoza-, 28 son franquicias y tres, propias. Cifras que la cadena pretende incrementar este año. Según ha explicado a *elEconomista Franquicias* Héctor Díaz, consejero delegado de Nemomarlín, la firma abrirá tres locales nuevos el próximo mes de septiembre en Barcelona y en Tres Cantos y San Sebastián de los Reyes -los dos últimos en la Comunidad de Madrid-.

A esas aperturas, que ya están escrituradas y con locales elegidos, la compañía prevé sumar siete aperturas más, para las que se encuentra en proceso de búsqueda de establecimiento. Según Díaz, dichas aperturas tendrán lugar en las ciudades de Valencia, donde se estrenará, Sevilla y Madrid. En total, entre las apalabradas y las previstas, su plan pasa por sumar unas diez nuevas escuelas a su red.

50 locales en tres años

De ser así, Nemomarlín terminaría 2018 acercándose al objetivo que se ha fijado para los próximos tres años, que no es otro que llegar a los 50 locales en nuestro país. “Sabemos que todavía tenemos que consolidarnos en España donde tenemos mucho camino que recorrer”, sostiene Díaz.

Un camino que cogería la dirección de la internacionalización cuando se alcanzase ese medio centenar de escuelas abiertas. “Cuando llegemos a las 50 escuelas habrá que parar y plantearse qué queremos hacer y dónde. Desde luego, buscaremos socios locales para salir al extranjero, teniendo en cuenta que los mercados que más nos interesan son el italiano y el portugués”, matiza el consejero delegado de la compañía.

Hasta que llegue ese momento, Nemomarlín seguirá buscando ampliar su peso en España -las zonas de Málaga y País Vasco también están en el radar de la compañía, además de los barrios más nuevos de ciudades como Barcelona y sobre todo Madrid- mediante locales propios, pero sobre todo franquiciados.

Franquiciados que, según los datos de Díaz, suelen ser mayoritariamente

mujeres, aunque tampoco es complicado encontrar matrimonios que apuestan por el proyecto de esta firma para franquiciarlo. ¿Cómo? Con una inversión inicial de 18.000 euros -más IVA-, 1.500 euros de *software* informático y los gastos derivados de la adecuación de cada local. “Poner en marcha una franquicia de Nemomarlin cuesta entre 250.000 y 300.000 euros”, calcula Díaz, cuyos contratos con sus franquiciados tienen una duración de diez años.

Para llevar a cabo su expansión, Nemomarlin busca locales de entre 350 y 400 metros cuadrados, siempre a pie de calle, ya que los centros comerciales, por el montante de sus rentas, hacen más difícil y lenta la rentabilidad del negocio. Independientemente de los metros cuadrados de cada escuela, Nemomarlin cobra a sus franquiciados un *royalty* mensual del 5 por ciento sobre ventas por la explotación de la marca, y otro de un 1 por ciento, también sobre la facturación y mensual, para cubrir iniciativas de marketing y publicidad.

Según Díaz, la apertura de una escuela de Nemomarlin ha de ir acompañada de un personal compuesto por entre ocho y diez profesionales, entre los que se encuentren pedagogos, educadores, nutricionistas... “Intentamos ser lo más profesionales posible y eso requiere contratar a más profesionales de cada área que tocamos. Pero no importa, porque los padres lo valoran. En nuestro modelo de negocio, el cliente no es sólo el niño sino también el padre”, explica Díaz.

Según sus cifras, las escuelas de Nemomarlin suelen contar con cinco aulas con una media de 13 alumnos por aula -los bebés son ocho por clase- y el precio que los padres pagan mensualmente por inscribir a sus hijos en una escuela de esa red oscila, de media, entre los 450 y los 490 euros -con comida incluida-. “Intentamos estar en el segmento medio de los precios del sector”, indica Díaz.

Un sector en el que, según el directivo, hay ahora más competencia que hace unos años, cuando escuelas de este tipo en lugar de abrir echaban el cierre. Eso sí, el aumento de la competencia hace, a su juicio, que crecer absorbiendo escuelas independientes que quieran integrarse en la red de Nemomarlin sea una realidad que para la marca “siempre está muy presente”. Otra opción que tampoco descartan, aunque sí la ven más lejana, por la posible canibalización de locales, es la de adquirir alguna cadena ya operativa en el sector.

En cualquier caso, sólo con su plan de expansión con escuelas propias y franquiciadas, Nemomarlin calcula superar en dos millones de euros la



Escuela de Nemomarlin, especializada en educación infantil de 4 a 36 meses.

EE

11 Nemomarlin prevé alcanzar una facturación de 11 millones de euros este año

facturación alcanzado el año pasado. Según las estimaciones de Héctor Díaz, la cadena facturará, entre locales propios y franquiciados, cerca de 11 millones de euros durante el presente ejercicio -teniendo en cuenta que el año fiscal de la firma va de septiembre a septiembre, en línea con el curso escolar-. Unas cifras que podrían ser mayores si no fuera por las dificultades que la firma encuentra a la hora de eleccionar sus locales. Y es que, debido a su sector de actividad -la educación infantil- sus escuelas tienen que cumplir unos requisitos de evacuación que, según Díaz, son equiparables a los que afectan al sector sanitario. No sólo eso. Todos sus centros han de contar con iluminación natural, con un patio -interior o exterior, en función de la normativa de cada comunidad- y de facilidades de acceso.

Nemomarlin, cuya franquicia fue fundada en 2009 por Héctor Díaz y su cuñado Esteban Aguilar Fernández, es actualmente propietario de sus dos fundadores y de un grupo de pequeños accionistas.