



**Información
corporativa
2017**

ÍNDICE

1.- Datos de identificación del franquiciador.....	3
2.- Derechos de Propiedad Industrial.....	3
3.- Información sobre el sector de actividad.....	4
4.- Experiencia del franquiciador.....	5
5.- Características de la franquicia y de su explotación.....	6
6.- Estructura y extensión de la red en España.....	9
7.- Elementos esenciales del acuerdo o contrato de franquicia.....	10
7.1.- Derechos y obligaciones de las partes.....	10
7.2.- Duración del contrato y condiciones de renovación.....	11
7.3.- Contraprestación económica.....	11
7.4.- Pactos de exclusividad.....	11
8.- Referencias.....	12
9.- Cuenta de explotación.....	13
10.- Inversión.....	14



1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL FRANQUICIADOR

- NOMBRE DE LA EMPRESA: Body Factory Franquicias, S.L.
- NOMBRE COMERCIAL: +FIT
- ENSEÑA: Body Factory
- DOMICILIO: C/ Santa Rita, 10. 28002 Madrid
- DATOS DE LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE FRANQUICIAS: NIFRA: 2000/0130/13/28/F.
- DATOS DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL: tomo: 9.461; libro: 0; folio: 214; sección: 8; hoja: M-152079; inscripción: 1
- CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA: 1991
- CONSTITUCIÓN DE LA CADENA: 1996
- PAÍS DE ORIGEN: España

2. DERECHOS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

- BF +FIT
- BF FIT PRICE
- SUN FACTORY
- BODY FACTORY
- BODY FACTORY MARCA COMUNITARIA
- BODY FACTORY SERVICIOS PROPIOS DE GIMNASIO
- BODY FACTORY WELLNESS CENTER



3. INFORMACIÓN SOBRE EL SECTOR DE ACTIVIDAD

NUESTRA VOCACIÓN Y OBJETIVO

Creación de gimnasios propios y en franquicia con el nombre de +FIT por todo el territorio español y en el extranjero.

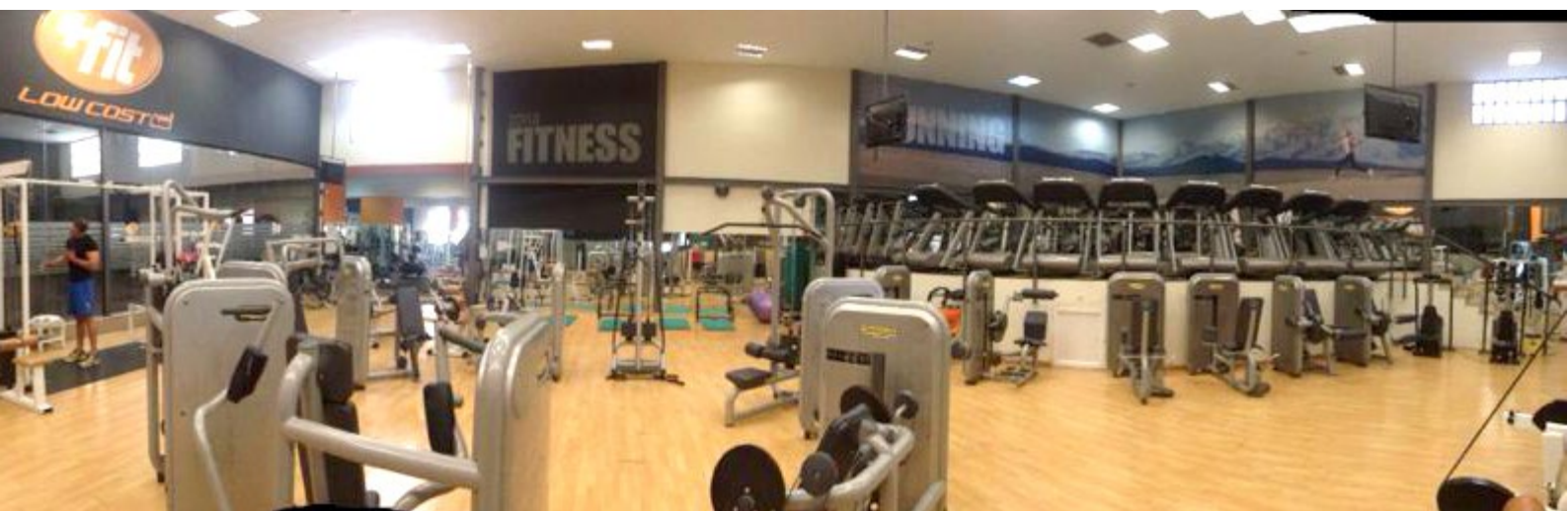
Cubrir al máximo todo el territorio nacional y situarnos como compañía líder en el sector europeo.

BODY FACTORY no es sólo una instalación deportiva, sino un centro de negocios donde el bienestar es el objetivo.

NUESTRA REALIDAD

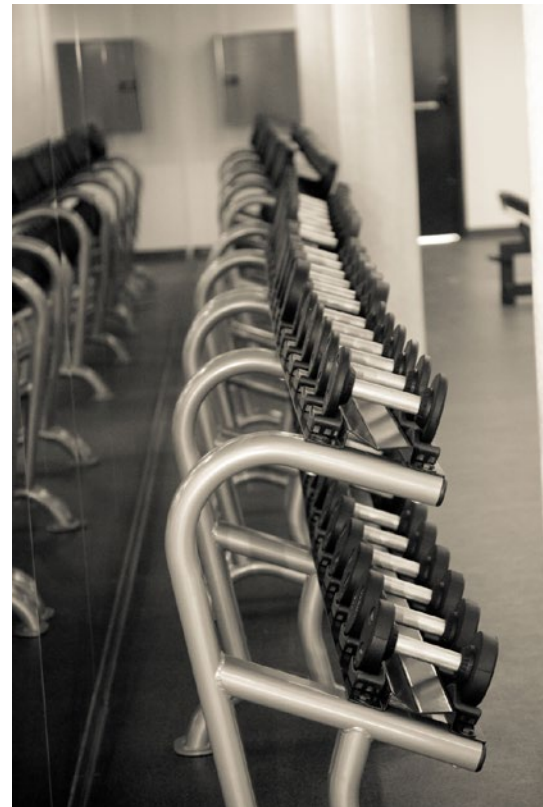
Hoy en día BODY FACTORY es una cadena líder a nivel nacional, con 21 instalaciones (11 gimnasios propios).

- Total número de m² de explotación: 75.000
- Número de empleados totales: 1.500



4. EXPERIENCIA DEL FRANQUICIADOR

- FECHA DE CREACIÓN DE LA CENTRAL: 1991
- ETAPAS DE EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DE LA RED:
 - Año 1991: Clara del Rey (Madrid)
 - Año 1997: Toro (Zamora)
 - Año 1998: León, Buenos Aires y Mirasierra (Madrid)
 - Año 1999: San Sebastián de los Reyes (Madrid), Ciudad de Barcelona (Madrid), Pasillo verde (Madrid) y Málaga
 - Año 2000: Torrejón de Ardoz (Madrid) y Alcalá de Henares (Madrid)
 - Año 2001: Valencia Campanar, Valladolid y Zaragoza Montecanal
 - Año 2002: Torrelavega (Santander), Las Palmas, Castellón y Pozuelo de Alarcón (Madrid)
 - Año 2003: Santander, Albacete, Paterna (Valencia), Tenerife, Elche (Alicante); y Arcenales, Gran Vía de Hortaleza, Gran Vía-Callao, Majadahonda, La Vaguada y Retiro Sur (todos en Madrid)
 - Año 2004: Cádiz, Valencia Manuel Candela; y Arturo Soria y Raimundo Fernández Villaverde (ambos en Madrid).
 - Año 2005: Zaragoza Almozara; y Fuenlabrada y Valdemoro (ambos en Madrid).
 - Año 2006: Puerto de Santa María (Cádiz)
 - Año 2007: Pozuelo de Alarcón (Madrid)
 - Año 2008: Santander-Mataleñas y Prado de Somosaguas (Pozuelo, Madrid)
 - Año 2010: Plaza de España (Madrid)
 - Año 2011: Centro Municipal José Antonio Paraíso (Torrejón de Ardoz, Madrid)
 - Año 2012: Centros +FIT de Elche, Castellón y Canarias
 - Año 2013: Centro Municipal Algeciras (Cádiz)
 - Año 2015: Centro Municipal Móstoles (Madrid)
 - Próximamente: Centro Municipal Tres Cantos (Madrid)



5. CARACTERÍSTICAS DE LA FRANQUICIA Y DE SU EXPLOTACIÓN

PRESTACIONES QUE OFRECE BODY FACTORY FRANQUICIAS

- EN LA FASE DE IMPLANTACIÓN
 - Apoyo de un grupo de especialistas con permanente asesoramiento antes, durante y después de la apertura de cada centro BODY FACTORY.
 - Know-how.
 - Derecho a desarrollar un negocio propio bajo la marca +FIT, del grupo BODY FACTORY.
 - Estudio de mercado.
 - Ayuda para búsqueda, selección y preparación del local.



- Modelo óptimo de las instalaciones del gimnasio por medio de un estudio de arquitectura y distribución en salas de musculación, cardio y zona de aguas.
- Propuesta de equipos, máquinas y materiales.
- Economía en la compra de materiales y máquinas para equipar el gimnasio.

- Asesoramiento para obtener las distintas licencias para la actividad.
- Propuesta para el Plan de Financiación inicial. BODY FACTORY cuenta con el apoyo de diversas entidades financieras.
- Ayuda en la selección y contratación del personal.
- Formación inicial y continua del gerente, empleados y monitores.
- Organización de las actividades y servicios del gimnasio.
- Organización de los gabinetes de Estética, Masaje y Rayos UVA.
- Sistema informático. Formación y entrenamiento.

- Elaboración del plan de lanzamiento comercial (pre-apertura) con el objetivo de captar socios antes de la apertura de las instalaciones.
- Apoyo especial de formación y presencia durante los primeros días de arranque del gimnasio (pre-apertura y apertura).
- Medidas para garantizar la exclusividad territorial de cada miembro.

■ EN LA GESTIÓN HABITUAL DEL GIMNASIO



- Apoyo permanente del grupo.
- Propuestas permanentes de política comercial.
- Propuestas para mantenimiento actualizado de las actividades técnicas y de los servicios que proporciona el gimnasio.
- Diseños de publicidad de la cadena +FIT.
- Suministro garantizado de los productos y materiales más competitivos.
- Especificaciones comerciales y técnicas de los servicios.
- Programa de cursos de formación permanente y reciclaje del personal del establecimiento.
- Canales de comunicación permanente con los miembros para informarles del grupo y del sector.

manente con los miembros para informarles del grupo y del sector.

- Acuerdos con los proveedores para asegurar el servicio técnico y de cobertura de garantías de productos y servicios mediante los protocolos necesarios.

En cualquier caso, la franquicia es un sector donde vienen añadidos unos factores que disminuyen el riesgo, por lo que se convierte en un sistema de negocio más que interesante para las entidades financieras. Algunos de estos factores son: asesoramiento en selección de local, producto con éxito demostrado, selección de franquiciados, análisis previo de viabilidad, cesión de la imagen de marca y del "saberhacer" del franquiciador, beneficio por economía de escala...

- Una central de compras para la adquisición de materiales y equipos que le proporcionan unas importantes ventajas respecto a los precios normales de mercado.
- Firma de acuerdos comerciales con empresas a nivel nacional para captar nuevos socios.
- Un modelo de gestión de negocio que está funcionando con buenos y excelentes resultados.

- Un apoyo comercial permanente y la promoción de campañas periódicas y específicas de Publicación, Comunicación y Relaciones Públicas.
- Reuniones periódicas con los franquiciados para tratar temas importantes en la gestión diaria de cada centro.

NUESTRA GESTIÓN

- **TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA**
 - Integración permanente de las nuevas tecnologías y técnicas deportivas.
 - Una gestión optimizada y conjunta de los gimnasios +FIT nos permite crear y mejorar permanentemente los siguientes puntos:
 - ◆ Imagen +FIT a nivel local, nacional e internacional.
 - ◆ Unificación de imagen tanto externa como interna.
 - ◆ Calidad de servicios.
 - ◆ Integración y adaptación permanente tanto de las nuevas tecnologías como de los profesionales del sector.
 - ◆ Optimización de los servicios comunes para todos los centros.
- **PUNTOS FUERTES**
 - Independencia
 - ◆ Capital de la sociedad propio.
 - ◆ Confidencialidad de nuestros proyectos y gestión.
 - ◆ Transparencia absoluta en las relaciones con nuestros franquiciados.
 - Solidez financiera.
 - Gran capacidad de acometer futuros proyectos.
 - Gran capacidad de inversión.



6. ESTRUCTURA Y EXTENSIÓN DE LA RED DE FRANQUICIAS



7. ELEMENTOS ESENCIALES DEL ACUERDO O CONTRATO DE FRANQUICIA

7.1. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES

■ OBLIGACIONES DE LA FRANQUICIA

- Comunicar y transmitir al Franquiciado el “know-how”.
- Asesorar sobre la exhibición y distribución del establecimiento, decoración y letreros.
- Respetar la zona de exclusividad.
- Informar de las operaciones realizadas a cargo del fondo de publicidad, marketing y relaciones públicas en el ejercicio actual.
- Formar de manera constante y puntual, siempre que así se requiera, a todos los empleados de los centros +FIT.
- Asesorar sobre la evolución del sector y las nuevas tendencias del mercado.
- Poner a disposición del franquiciado un tutor personal que siga la evolución constante de cada centro y oriente en la toma de decisiones estratégicas.



■ OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO

- Disponer de un establecimiento propio o bajo contrato de arrendamiento con una superficie mínima de 1.000 m².
- Ajustarse en todo momento a las normas que se establecen en los manuales con respecto a los productos, servicios y actividad.
- Asegurar que todo el personal que trabaja en el negocio recibe una formación adecuada así como obtener



que todo el personal mantenga los niveles más altos en cuanto a indumentaria, conducta, cortesía y servicio.

- Cumplir los estatutos, normativas y reglamentos pertinentes nacionales y municipales.

- Dirigir sus esfuerzos personales para desarrollar y maximizar la buena marcha de la franquicia.
- Cumplir con todas las especificaciones contenidas en los manuales y sus modificaciones o actualizaciones que le sean facilitados por el franquiciador.
- No realizará copia ni duplicado alguno del material entregado por el franquiciador sin expreso consentimiento de éste.
- Mantener el local, mobiliario y equipo, en perfecto estado de limpieza, presentación y conservación.
- Cumplir todas las normas referentes a sanidad, seguridad, empleo y en general todas aquellas que afecten el desarrollo del negocio +FIT.
- Respetar los horarios y actividades establecidos dentro del margen determinado por el franquiciador.

7.2. DURACIÓN DEL CONTRATO Y CONDICIONES DE RENOVACIÓN

El contrato de franquicia tiene una duración de 15 años, renovables por periodos adicionales de 15 años, si ninguna de las partes lo denuncia durante el año anterior a la expiración del periodo vigente.

7.3. CONTRAPRESTACIÓN ECONÓMICA

El franquiciado abonará al franquiciador un único pago en concepto de canon de entrada (18.000 €), así como un *royalty* fijo mensual y un canon de publicidad a lo largo del periodo de vigencia del contrato.

- El canon de publicidad es de 150 € mensuales.
- El *royalty* se aplicará en base al siguiente cálculo:
- Hasta los 1.000 primeros socios de la instalación, no se pagará cantidad alguna.
- Desde el socio 1.001 se abonarán 600 € +0,60 € por cada nuevo socio.

7.4. PACTOS DE EXCLUSIVIDAD

El franquiciador se obliga a no otorgar ninguna otra franquicia en la zona, conforme al plano que confeccionarán ambas partes, y en su defecto en una circunferencia que tenga el centro de la misma en el local del gimnasio, y que contenga dentro de la circunferencia una población aproximada de 30.000 habitantes.



8. REFERENCIAS

ENTIDADES

- BANCO DE SABADELL
- BANCO POPULAR
- HALIFAX HISPANIA
- BANKIA
- BANCO ESPIRITO SANTO
- BBVA
- BANCO DE ANDALUCÍA

Los bancos ven en la franquicia un sistema de distribución exitosa, ya que representa el futuro del comercio minorista, cuyas posibilidades de negocio y de crecimiento siguen aumentando, al igual que el apoyo de las entidades financieras.



8 CUENTA DE EXPLOTACIÓN

	Año I*	Año II**
Ingresos	409.530,00	433.629,00
Coste de ventas		
■ Personal + Seguros sociales	112.300,00	115.669,00
■ Integral Fit	1.442,40	1.485,67
Gastos generales		
■ Alquiler	66.799,90	68.803,90
■ Suministros (agua, luz, teléfono...)	37.600,00	38.728,00
■ Merchandising	6.960,00	7.168,80
■ Publicidad interna	16.700,00	17.201,00
■ Royalty	13.804,05	14.218,17
■ Canon Publicidad	6.274,58	6.462,82
■ Varios (música, Asomed, gestoría...)	36.000,00	37.080,00
Total gastos	297.880,93	306.817,36
Ganancia operativa	131.900,00	148.766,00
Ganancia total***	280.666,00	

Notas:

* 21,90 € x 11 meses x 1.700 socios

** 21,90 € x 11 meses x 1.800 socios

*** La ganancia operativa es mayor a la inversión inicial de 249.760,00 €

■ Las cifras que aquí se expresan están basadas en la experiencia de centros BODY FACTORY, sin que ello constituya compromiso alguno para el franquiciador y siempre que se realicen todas las acciones que indique el franquiciador. No se preveen las amortizaciones pertinentes según cada caso, ni los gastos financieros, ni los salarios del director.

■ Todas las cantidades con IVA incluido.

■ Cuenta orientativa para una instalación de 1.000 m².

8. INVERSIÓN (1.000 M²)

Equipamiento y acondicionamiento	36.828,00
Obras y decoración	150.000,00
Mobiliario diverso	13.760,00
Gastos de apertura	
▪ Licencias, fianza y publicidad	29.000,00
▪ Canon de entrada	18.000,00
Inversión total	249.760,00

Notas:

- Estos precios están basados en presupuestos obtenidos en enero de 2017 (no incluyen IVA) basándonos en los descuentos especiales que +FIT obtiene de los diferentes fabricantes vinculados al grupo y para un local de 1.000 m² en condiciones normales y que no requiera gastos extras de restauración (exceso de fachada, zonas de agua, centro de transformación, zanjas, demoliciones, edificaciones estructurales, entreplantas o huecos en las ya existentes...)

