

Autoempleo sí, ¿pero en qué?

Grupo Interfilm, uno de los líderes de la franquicia en España desde hace 25 años refleja aquí alguna de las pautas más importantes a la hora de decidir el futuro profesional de aquellos que sopesan escoger la franquicia como una solución definitiva de futuro.

Según ATA (Asociación de trabajadores autónomos) en el primer semestre 2013 se ha producido un incremento del 12% en comparación a 2012.

Asturias, Canarias y Madrid lideran este incremento al mismo tiempo que los cierres de empresas y negocios sigue estable sin variaciones significativas aunque siguen siendo superiores las bajas con 1.600 al día frente a 1.500 altas/día.

En el sector del comercio bajo la fórmula franquicia está en auge y ya representa el 8,5% del volumen de ventas en España empleando a más de 200.000 personas.

Dentro del panorama nacional y con la coyuntura que vivimos, las empresas franquiciadoras intentan reajustar sus parámetros tanto en productos y servicios como en instalaciones y equipamientos para poder llegar a un mayor número posibles de emprendedores que optan por una salida laboral a través del autoempleo.

Un ejemplo como tantos otros es el Grupo Interfilm que aunque lidera el mercado español desde hace 25 años en el sector de la fotografía digital con una red de 120 puntos y que ya ha conocido dos crisis en el pasado, en esta ocasión afronta el presente en condiciones óptimas puesto que sus inversiones en I+D+i le ha permitido ampliar el abanico de tamaños de sus franquicias tanto en superficie como en líneas de productos con un sistema de compatibilidad y de suplemento entre unos productos y otros.

Tal es el caso de su marca LogiTinta, una franquicia compacta que reúne la fotografía, la papelería, las tintas, tóner y regalos, lo que la convierte en la franquicia por excelencia al reunir varias actividades en una, unido al hecho de que sigue su política de no cobrar ni cánones ni royalties hace que los emprendedores que solicitan información de la enseña se ha disparado este primer semestre 2013 pero que la empresa sigue controlando las aperturas para garantizar la calidad tanto a los consumidores como a sus franquiciados.

De las 900 marcas que operan en España, la gran mayoría sigue estas políticas de readaptación para conseguir mantener sus redes aunque algunas se han visto atrapadas en una huida hacia delante en su carrera a la apertura para compensar o bien los altos costes o bien la bajada de consumo en sus productos.

Datos de contacto:

Grupo Interfilm

Nota de prensa publicada en: [Asturias](#)

Categorías: [Franquicias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>