

## **El Gigante Asiático atrapa a las franquicias españolas**

### **Exportar el modelo de negocio español al mercado chino se ha convertido en uno de los principales objetivos de los empresarios**

Madrid, 30 de agosto de 2012. El 2012 es el Año del Dragón, pero parece ser que también se ha convertido en el año de la franquicia. La idea de montar un negocio mediante esta fórmula de colaboración empresarial está cobrando cada vez más fuerza en el continente asiático. Así lo afirman desde Asialnspection ([www.asiainspection.es](http://www.asiainspection.es)), empresa líder especializada en el Control de Calidad de productos importados desde China, India, resto de Asia y África, que alude a un estudio elaborado recientemente por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), en el que se refleja esta tendencia. Según se desprende del Informe de la Franquicia Española en el Mundo, en este 2012 las enseñas nacionales tendrán un gran protagonismo en China.

Los resultados que refleja el estudio constatan que en Asia se ha producido un incremento del 69% en cuanto a la presencia de franquicias españolas y, en concreto, China ya cuenta con 23 cadenas de nuestro país que suman un total de 802 establecimientos operativos. Sin duda, el documento ofrece unos datos reveladores en relación a este aumento, que ha provocado que en la mente de los empresarios cale aún más la idea de emprender una nueva aventura económica en China, persiguiendo un objetivo: alcanzar el éxito de sus empresas franquiciadoras en el continente asiático, puesto que exportar el modelo de negocio a China otorga un valor diferencial al proyecto.

Parece que la buena situación que atraviesa la franquicia en España, que facturó un 6,5% más en 2011 respecto a 2010, ha contagiado al mercado asiático, ya que trasladar este éxito a Asia se ha convertido en uno de los objetivos principales de los empresarios, que contemplan como una gran oportunidad desembarcar en este continente. “Ampliar fronteras e iniciar un negocio en Asia se presenta como una vía irrenunciable. Cubrir un amplio nicho de mercado será un revulsivo para las franquicias españolas por tener presencia en este incipiente mercado”, señala el Director de Asialnspection para España, Italia y Portugal, Alex Makow.

Sin embargo, para iniciar esta difícil aventura empresarial es importante resolver los trámites pertinentes para instalarse solventemente en Asia. “Ser capaces de mirar con ojos occidentales cómo funciona el tejido económico chino es fundamental para que cualquier decisión que se adopte sea fructífera”, declara Alex Makow. Los parámetros de consumo distan de los españoles, así como el comportamiento de la sociedad, por lo que amoldar el modelo de negocio español a las exigencias asiáticas es necesario para no cometer errores. Además, es imprescindible recurrir a los controles de calidad como vía que conduce a dignificar el valor de un producto. Contratar un exhaustivo análisis a través de los servicios que ofrece Asialnspection es esencial para satisfacer al cliente que recibe el producto final.

Sin duda, se trata de un mercado cada vez más cambiante y exigente, al que hay que ir prevenido

para superar cualquier traba que se presente. En definitiva, China se perfila como un destino cada vez más contemplado en las estrategias internacionales de las franquicias españolas, que buscan ampliar negocio en el exterior mirando hacia Asia.

**Datos de contacto:**

Salvia Comunicación  
Gabinete de Prensa  
916574281

Nota de prensa publicada en: [28108](#)

Categorías: [Franquicias](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>