

GROW, el último libro de Eduardo Tormo, apunta a convertirse en el bestseller de la franquicia

En tan solo dos meses desde su presentación presenta su 2ª edición y ha alcanzado las primeras 1.000 descargas on line

Eduardo Tormo es una de las personas más relevantes en el mundo de la franquicia. Ha participado directamente en el desarrollo de muchas de las principales empresas franquiciadoras que hoy todo el mundo conoce y también como inversor especializado ha invertido en algunos de los casos de éxito más relevantes del sector. Tras la publicación de Go! Franquicia y Crecer en Franquicia donde trasladó su experiencia personal a múltiples empresarios y emprendedores, acaba de lanzar GROW.

"GROW. La historia, los secretos y las claves de los fundadores de franquicias" resume la visión directa que ha recopilado Eduardo Tormo a través del conocimiento directo de muchos de los principales empresarios. Como el mismo indica "El gran secreto de la franquicia son sus protagonistas" y en GROW se puede acceder directamente a muchos de los protagonistas más singulares de la franquicia.

"Este es un mundo apasionante donde todo tipo de empresas con independencia de su tamaño, pueden competir en términos de igualdad con otras de mucha mayor dimensión. Casi todos los empresarios franquiciadores de éxito que he conocido han sido emprendedores que, partiendo, en muchas ocasiones de muy poco, han logrado llegar con trabajo, esfuerzo y dedicación, hasta donde hoy se conoce. El sistema de franquicia ofrece la posibilidad de crear grandes compañías a todos aquellos que tengan la capacidad para hacerlo. Una habilidad que poco tiene que ver con disponer de amplios recursos económicos y sí con la capacidad y el espíritu emprendedor de cada empresario.

Este libro tiene, no sólo la finalidad de darte a conocer la forma en que otros lo han logrado, sino también la forma en que la empresa puede conseguirlo y expandirse empresarialmente. De esta forma", se expresa Eduardo Tormo al inicio de GROW.

Desde Isla Antilla a 100 Montaditos

"La necesidad es lo que hace que las empresas franquiciadoras como la mía hayan tenido que crecer. La falta de recursos libera la imaginación de los emprendedores". Esta frase de Fred de Luca, fundador de Subway; primera red internacional de sándwiches con más de 40.000 establecimientos, se le podría haber atribuido también a José María Fernández Capitán, fundador de 100 Montaditos. Para el creador del Grupo Restalia, la necesidad de encontrar una fórmula de subsistencia al más puro estilo americano le ha permitido ocupar la posición que tiene hoy.

Así se inicia el recorrido por una de las empresas más reconocibles en la historia reciente de la franquicia.

Pero ¿qué les caracteriza?

Casi todos ellos se iniciaron con escaso o nulo presupuesto.

La gran mayoría de los fundadores de franquicias coinciden en este aspecto. Todos ellos han sido trabajadores incansables, apasionados por sus proyectos y han reinvertido permanentemente en los mismos. José M^a Fernández-Capitán, fundador de Grupo Restalia es el más claro ejemplo.

En casi todos los casos han sido creadores de “nichos de mercado” o en su defecto han “revolucionado” la forma en que se comercializan sus productos o servicios.

Es el caso de 100 Montaditos, Kid&Us, Llao Llao, Granier, Aloha Poke, Infinit Fitness, Sublime, etc.

Se han convertido rápidamente en líderes de los nuevos sectores o subsectores de actividad que han conseguido crear

Crear un nuevo “nicho de mercado” les ha permitido ser líderes en los nuevos sectores de actividad de forma muy rápida. Y si no que se lo pregunten a Hernán Martínez, fundador de Alvato Luxury Detailing; Kiko Medina, fundador de Oh My Cut; Guillermo Fuentes, fundador de Aloha Poké y otros muchos más.

Son excelentes comunicadores

Han sabido conectar desde los inicios con los emprendedores y con el mercado. Se han esforzado en transmitir su mensaje en aquellos círculos donde tenían que impactar y han sabido conectar con ellos.

Todos ellos no han dudado en prepararse y desarrollar convenientemente sus “proyectos de franquicia”

Sin “proyecto de franquicia” no solo no hay franquicia. No hay organización, ni planificación estratégica ni preparación adecuada para poder convertir “una empresa de éxito comercial, en una organización empresarial desde los inicios”.

Y por último todos aportan una “convicción” total en su modelo de negocio

Convicción en su negocio. Convicción en su capacidad para llevarlo adelante. Convicción en ser capaces de lograr aquello que se plantean y creencia en si mismos para poder franquiciar.

Con una sola frase se define la presentación de este último libro escrito por Eduardo Tormo, fundador de Tormo Franquicias Consulting: “El gran secreto de la franquicia son sus protagonistas. Conócelos.”

Puede encontrarse en: [amazon.es](https://www.amazon.es) y directamente en [tormofranquicias.es](https://www.tormofranquicias.es). También se puede solicitar directamente en el 911 592 558.

Para obtener más información ponerse en contacto con:

Laura Acosta

Coordinadora de Marketing

lacosta@tormofranquicias.es

Tel.: 911 592 558

Datos de contacto:

Laura Acosta

Coordinadora de Marketing de Tormo Franquicias Consulting

911 592 558

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

Categorías: [Franquicias](#) [Literatura](#) [Entretenimiento](#) [Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>