

## **Miele abre la 1ª lavandería autoservicio en Salamanca con previsión de abrir 20 más en Castilla y León**

**Bloomest, marca comercial en el sector autoservicio del Grupo Miele, es un modelo de negocio franquiciado que cuenta con más de 80 tiendas a nivel nacional, 6 tiendas en Castilla y León donde apuesta alcanzar las 20 lavanderías en 5 años en con una inversión de 600.000 € en el territorio en obra civil a través empresas locales. Todos los lavados de Bloomest incluyen el desinfectante y antibacteriano (Sanyplus) a base de oxígeno estabilizado, certificado por el prestigioso instituto alemán Meducomp**

Bloomest, las lavanderías autoservicio bajo la calidad y liderazgo de Miele, ha abierto la primera tienda en Salamanca y con esta apertura ya suman 6 establecimientos en Castilla y León. Tras dos años y medio en el mercado español, y a través del modelo de franquicia flexible, Bloomest prevé llegar a las 20 tiendas en Castilla y León, lo que va a suponer 1.000.000€ de inversión directa con la marca, 600.000€ de ellos en el territorio en obra civil a través de empresas locales.

La franquicia, que supera los 80 establecimientos a nivel nacional, ofrece un concepto diferente de lavanderías autoservicio basado en la calidad, el servicio, la atención al franquiciado y sobre todo al cliente final a través de la tecnología.

Martin González, gestor de la nueva tienda en Salamanca explica: “uno de los puntos fuertes de la tienda es la ubicación. El entorno de la plaza mayor de Salamanca siempre ha sido una zona con mucha vida, actividad y gran afluencia de población entre estudiantes y turismo. Una zona con estas características necesitaba una lavandería autoservicio Bloomest.”

La nueva lavandería autoservicio funciona desde el pasado 15 de enero y a pesar de las medidas de movilidad y horarias que afectan a Castilla y León, el gestor está contento por la buena acogida entre los vecinos del centro: “notamos que nuestros clientes son gente local, del mismo barrio y también estudiantes. Todos ellos nos están trasladando la enorme necesidad que existía en esta zona de tener un servicio de este tipo.”

Además, la tienda ofrecerá en breve un nuevo valor añadido, el servicio de planchado así como la recogida a domicilio. De esta manera, la tienda facilitará la vida de los vecinos que prefieran o no puedan salir de su domicilio para hacer la colada.

Todos los lavados de Bloomest incluyen el desinfectante y antibacteriano (Sanyplus) a base de oxígeno estabilizado, certificado por el prestigioso instituto alemán Meducomp.

Servicio esencial y respaldado por el sólido Grupo Miele

Al tratarse de un servicio esencial, desde el inicio de la pandemia, la marca ha podido mantener todas sus tiendas abiertas. Además, los ciudadanos están más concienciados de la importancia de la limpieza y el uso de desinfectantes lo que incide a acudir más a las lavanderías y aumentar la recurrencia.

Los gestores pueden encontrar en la franquicia como Bloomest la seguridad de una empresa sólida que pertenece al Grupo Miele y contar con su respaldo. Gianluca Falchi, Responsable de Negocio de Bloomest Iberia añade: “una franquicia que pertenece a una marca tan sólida como Miele, hace que su presencia en el mercado en un periodo como este, sea más estable.”

#### Modelo franquiciado

El modelo de franquiciado se define “flexible”, ya que no se cobra ningún porcentaje sobre ingresos ni ningún canon de entrada al franquiciado. La inversión de una tienda-base es a partir de unos 45.000 € y Bloomest se compromete a dar soporte, tanto en el momento de la apertura como durante el desarrollo, para asegurar una gestión eficaz y óptima rentabilidad.

El autoservicio: inversión refugio y responde bien en época de recesión

El confinamiento está siendo un aprendizaje también para todas las actividades económicas del país, y Falchi considera que las lavanderías autoservicio son una inversión refugio tanto para los que adquieren una tienda como segunda actividad como para grandes inversores que adquieren varias tiendas a la vez “la inversión no conlleva contratación de personal en plantilla, no se invierte en material/bienes perecederos- si se cierra temporalmente el material y stock no se estropea-, las máquinas Miele tienen un largo ciclo de vida de 15-18 años- por lo que no existe el riesgo de renovar a pocos años.” Además, el tiempo para recuperar la inversión es de entre 2/3 años más la rentabilidad que ofrece un autoservicio que se sitúa en un 50% de los ingresos.

Asimismo, en tiempos de crisis económica, el autoservicio tiende a mejorar sus ingresos por las siguientes razones, según explica Falchi: “las familias deciden no comprar una nueva lavadora/secadora cuando éstas se estropean y se fomenta el uso del autoservicio que es tres veces más barato que en una tintorería tradicional. Un edredón en una tintorería cuesta unos 25€, y en una lavandería autoservicio entre 7-8 €.”

#### Datos de contacto:

Borja Sánchez  
Director de Expansión de Tormo Franquicias Consulting  
911 592 558

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

Categorías: [Franquicias Castilla y León](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>