

Osborne amplía su red de franquicias del Toro con una nueva apertura

Con la apertura de Burgos, ya son cinco las franquicias puestas en marcha en 12 meses

“Esta inauguración demuestra la fortaleza del concepto y la marca del Toro de Osborne, pues es nuestra quinta apertura de franquicia en doce meses, a pesar del contexto de debilidad del consumo”. Son palabras de Juan Alegría, director de Nuevos Negocios de Osborne, ante el estreno de la nueva tienda Toro en Burgos.

Osborne, fiel a su estrategia de expansión del negocio de la marca Toro, ha elegido el centro burgalés como ubicación de esta nueva tienda, concretamente en la calle de la Moneda 5. El espacio, que cuenta con 140 metros cuadrados de zona comercial y 10 metros de escaparate, refleja la evolución del concepto original de la franquicia, con una nueva decoración y tres zonas claramente diferenciadas: boutique (ropa casual, accesorios y complementos), regalos y souvenirs (como camisetas, papelería y porcelana) y bodega Osborne (una selección de los mejores vinos y licores elaborados por la empresa Andaluza).

Burgos, además de ser el perfecto ejemplo de turismo cultural y de calidad, siempre ha demostrado un cariño especial hacia la marca del Toro de Osborne. Por ello, se convierte en la séptima tienda al unirse a las dos propias (Puerto de Santa María, Cádiz, y Malpica de Tajo, en Toledo), y las cuatro franquiciadas (Madrid, Salamanca, Málaga y Conil de la Frontera).

Emprender con el respaldo de Osborne

Tras el lanzamiento de la marca, creada para todo tipo de productos de consumo en 2009, y después de su comercialización a través de licenciarios, Osborne abrió la tienda online de Toro www.torodeosborne.com. Conscientes de la gran demanda de estos artículos con la icónica marca, decidió ampliar su línea de negocio con la apertura de tiendas físicas donde poder ofrecer al cliente un servicio personal.

Osborne ofrece a los emprendedores que deseen comenzar un nuevo negocio un completo apoyo logístico y promocional, derecho al uso de la marca, uso del sistema informático de gestión, negociación con proveedores y asesoramiento continuado, todo ello asegurado por una marca que forma parte del Foro de Marcas Renombradas Españolas y que ya dispone de un gran reconocimiento a nivel nacional e internacional.

La compañía también pone a disposición del emprendedor un plan de formación que ayude a los nuevos comerciantes a obtener el máximo partido de su negocio y los materiales corporativos para la apertura y diseño del local. Las franquicias Toro deben disponer de unos 70-80 metros cuadrados de superficie y estar ubicadas en zonas de máxima afluencia.

Datos de contacto:

David Málaga

Nota de prensa publicada en: [28028](#)

Categorías: [Franquicias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>