

## Nobel Un revulsivo cultural

**Librerías Nobel ha confiado a la empresa gallega Espacio del Lector la expansión de su concepto, una librería y tienda de ocio con amplios horarios de apertura muy popular en Brasil. Ahora, debe demostrar su rentabilidad en Europa.**

La primera librería Nobel nace en Sao Paulo y comienza su expansión mediante el sistema de franquicias en 1992. En ese mismo año se funda la cadena de librerías Espacio Lector, operando fundamentalmente en Galicia, que llega a tener siete librerías propias. En 2006 cierra un acuerdo con Nobel para desarrollar la expansión por España en calidad de máster franquiciado.

Operan tres tiendas propias con el formato de Nobel en Vigo, Orense y Villagarcía de Arosa y abrieron su

primera franquicia en abril de 2007. En sus locales se oferta una amplia gama de productos además de libros, tales como cds, dvds, prensa, papelería, actividades culturales o servicio de cafetería. “Lo que pretendemos es montar espacios de ocio agradables” comenta Alberto Pérez, director del área de Franquicia.

Tienen previsto abrir en 2007 un total de 5 tiendas y un mínimo de 10 en los siguientes años en toda España. En el momento en que el ocio digital es el gran protagonista, esta librería se

abre paso en el mercado: “Nosotros no ofrecemos una librería tradicional en la que sólo se apueste por el libro, sino que aportamos todo tipo de soportes digitales, aunque consideramos que el placer de la lectura no podrá ser sustituido por ningún medio tecnológico”. En general esta cadena de libros suele buscar lugares estratégicos para su localización, aunque no en primera línea por “el coste que supone, pero sí próximas a esas zonas”, explica el director.

### Facilidades para los franquiciados

A la hora de abrir una franquicia, desde Espacio Lector Nobel se cree que la presencia del franquiciado en su

## FaceSpace Salud y relax, por la cara

**Una de las expertas en reflexología facial del mundo lanza este concepto basado en una eficaz y casi desconocida terapia, que ya ha abierto sus puertas en el mercado nipón.**

A miles de kilómetros, los que separan Japón de Barcelona, se producían el pasado mes las dos primeras inauguraciones de centros FaceSpace. Un concepto dirigido a la mejora de la salud, que surge del Instituto de Reflexología Podal/Facial Internacional, fundado por Lone Sorensen y cuyas ramificaciones se reparten mediante escuelas franquiciadas por 16 países de todo el mundo.

Tras trabajar 10 años en Dinamarca, Sorensen viajó a Argentina, donde descubrió terapias aborígenes que le llevarían a desarrollar la reflexología facial, “una técnica que aporta una mayor estimulación, al actuar a través del sistema nervioso central, con lo que se logran unos resultados más rápidos y estables”, señala la experta.

Hace cinco años comenzó a trabajar en España a través de sus institutos de reflexología, y ahora da un paso más con el lanzamiento de FaceSpace, que ha tenido eco inmediato fuera de nuestras fronteras: “Nuestra escuela en Japón han comprado los derechos para abrir los primeros locales, y también hay interesados en Londres, aunque mi intención principal es crecer en España”. Para ello, ha preparado un modelo de negocio apto para cualquier emprendedor, ya que su larga experiencia será la base para su formación. FaceSpace cuenta con dos formatos: *Open*, un espacio móvil mediante separadores plegables ideal para hoteles, centros comerciales o incluso aeropuertos; o locales a pie de calle, en focos turísticos, aunque también cabe la posibilidad de encajarse en clínicas o spas. □



### Condiciones económicas

- Inversión inicial: 59.000 € (modelo con local) / 49.000 € (FaceSpace open)
- Canon de entrada: no hay
- Royalty: 450 €/ mes
- Dimensión del local: 60 m<sup>2</sup>
- Población necesaria: 125.000 habitantes
- Duración del contrato: 10 años