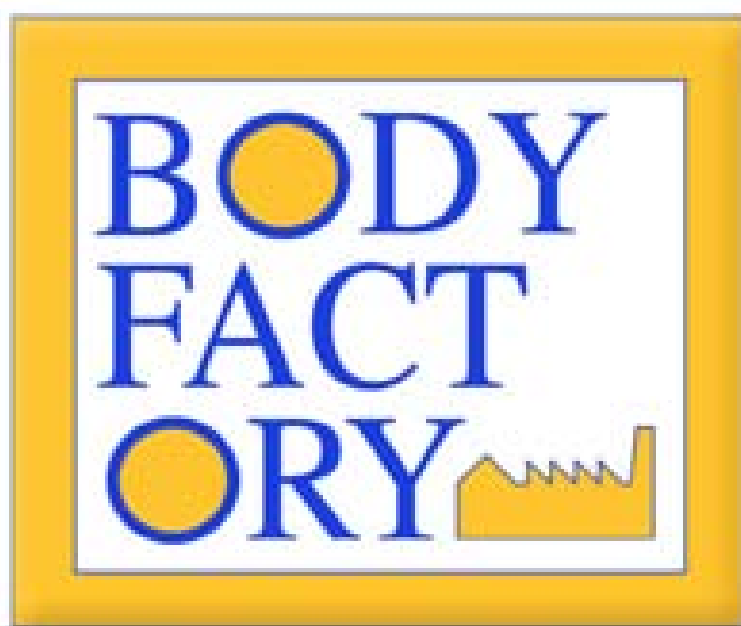


# Información Corporativa 2009



G I M N A S I O S

# ÍNDICE

1.- Datos de Identificación del Franquiciador.....	1
2.- Derechos de Propiedad Industrial.....	1
3.- Información sobre el Sector de Actividad.....	2
4.- Experiencia del Franquiciador.....	3
5.- Contenido y Características de la Franquicia y de su Explotación.....	4
6.- Estructura y Extensión de la Red en España.....	8
7.- Elementos Esenciales del Acuerdo o Contrato de Franquicia.....	9
7.1.- Derechos y Obligaciones de las Partes.....	9
7.2.- Duración del Contrato y Condiciones de Renovación.....	10
7.3.- Contraprestación Económica.....	10
7.4.- Pactos de Exclusividad.....	11
8.- Referencias.....	12
9.- Cuenta de Explotación.....	13
10.- Inversión.....	14

## 1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL FRANQUICIADOR

- Nombre Empresa: Body Factory Franquicias S.L.
- Enseña: Body Factory.
- Domicilio: c/ Sevilla s/n/ Pozuelo de Alarcón 28223 Madrid.
- Datos de la Inscripción en el Registro de Franquicias: NIFRA: 2000/0130/13/28/F.
- Datos de inscripción en el registro mercantil: , tomo: 9.461, libro: 0, folio: 214 sección: 8, hoja: M-152079, inscripción: 1.
- Constitución de la empresa: 1991.
- Constitución de la cadena: 1996.
- País de origen: España.

## 2.- DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

- SUN FACTORY
- BODY FACTORY
- BODY FACTORY MARCA COMUNITARIA
- BODY FACTORY SERVICIOS PROPIOS DE GIMNASIO
- BODY FACTORY WELLNESS CENTER



## 3.- INFORMACIÓN SOBRE EL SECTOR DE ACTIVIDAD

### Nuestra vocación y objetivo

Creación de gimnasios propios y en franquicia con el nombre de **BODYFACTORY** por todo el territorio español y en el extranjero.

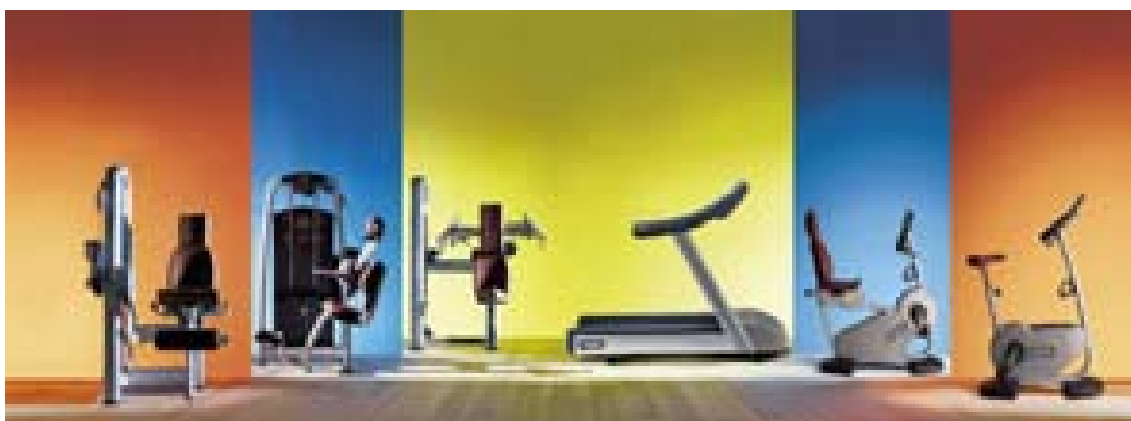
Cubrir al máximo todo el territorio nacional y situarnos como compañía líder en el sector europeo.

**BODYFACTORY** no es solo una instalación deportiva, sino un centro de negocios donde el bienestar es el objetivo.

### Nuestra realidad

Hoy en día **BODYFACTORY** es una cadena líder a nivel nacional, con más de 38 instalaciones (11 gimnasios propios).

- Total número de m<sup>2</sup> de explotación: 85.000
- Número de empleados totales: 940

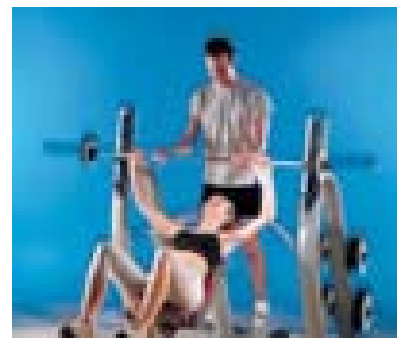


## 4.- EXPERIENCIA DEL FRANQUICIADOR

- Fecha de creación de la central: 1991

- Etapas de Evolución y Desarrollo de la red:

- Año 1991: Santa Rita
- Año 1997: Toro
- Año 1998: León, Buenos Aires y Mirasierra.
- Año 1999: S. S. de los Reyes, Avenida Ciudad de Barcelona, Pasillo Verde y Málaga
- Año 2000: Torrejón y Alcalá de Henares
- Año 2001: Valencia Campanar, Valladolid y Zaragoza Montecanal
- Año 2002: Torrelavega, Las Palmas, Castellón, y Pozuelo
- Año 2003: Santander, Albacete, Arcenales, Paterna, Tenerife, Gran Vía de Hortaleza, Gran Vía (Callao), Majadahonda, Elche, La Vaguada, Retiro Sur
- Año 2004: Arturo Soria, Cádiz, Raimundo Fernández Villaverde y Valencia Manuel Candela
- Año 2005: Fuenlabrada, Valdemoro y Zaragoza Almozara
- Año 2006: Puerto de Santa María
- Año 2007: Pozuelo de Alarcón
- Año 2008: Santander- Matalaenas



## 5.- CARACTERÍSTICAS DE LA FRANQUICIA Y DE SU EXPLOTACIÓN

### *Prestaciones que ofrece Body Factory Franquicias:*

#### **Prestaciones en la Fase de Implantación**



- Apoyo de un grupo de especialistas con permanente asesoramiento antes, durante y después de la apertura de cada centro **BODYFACTORY**.
- Know-how.
- Derecho a desarrollar un negocio propio bajo la marca del grupo **BODYFACTORY**.
- Estudio de mercado.
- Ayuda para búsqueda, selección y preparación del local.
- Modelo óptimo de las instalaciones del gimnasio por medio de un estudio de arquitectura y distribución en salas de musculación, cardio y zona de aguas.
- Propuesta de equipos, máquinas y materiales.
- Economía en la compra de materiales y máquinas para equipar el gimnasio.
- Asesoramiento para obtener las distintas licencias para la actividad.
- Propuesta para Plan de Financiación inicial. **BODYFACTORY** cuenta con el apoyo de diversas entidades financieras.

- Ayuda en la selección y contratación del personal.
- Formación inicial y continua del gerente, empleados y monitores.
- Organización de las actividades y servicios del Gimnasio.
- Organización de los Gabinetes de Estética, Masaje y Rayos U.V.A.
- Sistema informático Hardware y Software. Formación y entrenamiento.
- Elaboración del plan de lanzamiento comercial (Pre-apertura). Con el objetivo de captar socios antes de la apertura de las instalaciones.
- Apoyo especial de formación y presencia durante los primeros días de arranque del Gimnasio, (pre-apertura y apertura)
- Medidas para garantizar la exclusividad territorial de cada miembro.

#### **Prestaciones en la gestión habitual del Gimnasio.**

- Apoyo permanente del grupo.
- Propuestas permanentes de política comercial.
- Propuestas para mantenimiento actualizado de las actividades técnicas y de los servicios que proporciona el Gimnasio.
- Diseños de publicidad de la cadena **BODYFACTORY**
- Suministro garantizado de los productos y materiales más competitivos.
- Especificaciones comerciales y técnicas de los servicios.
- Programa de cursos de formación permanente y reciclaje del personal del establecimiento.
- Canales de comunicación permanente con los miembros para informarles del grupo y del sector.
- Acuerdos con los proveedores para asegurar el servicio técnico y de cobertura de garantías de productos y servicios, mediante los protocolos necesarios.

En cualquier caso, la franquicia es un sector donde vienen añadidos unos factores que disminuyen el riesgo, por lo que se convierte en un sistema de negocio más que interesante para las entidades financieras. Algunos de estos factores son: asesoramiento en selección de local, producto con éxito demostrado, selección de franquiciados, análisis previo de viabilidad, cesión de la imagen de marca y del "saberhacer" del franquiciador, beneficio por economía de escala, etc.

## Nuestras ventajas

- Control de calidad.
- Plan de **"Calidad Asegurada"** para cada instalación y franquiciado, con la asignación de un **"tutor de franquicia"** con disponibilidad permanente para cada franquiciado.



- Soporte permanente de un equipo de especialistas en la materia para ofrecer los mejores servicios a óptimos precios.
  - Una central de compras para la adquisición de materiales y equipos que le proporcionan unas importantes ventajas respecto a los precios normales de mercado.
  - Firma de acuerdos comerciales con empresas a nivel nacional para captar nuevos socios.
  - Un modelo de gestión de negocio que está funcionando con buenos y excelentes resultados.
- Creación y pertenencia a un Comité de Franquiciados.
  - Un apoyo comercial permanente y la promoción de campañas periódicas y específicas de Publicación, Comunicación y Relaciones Públicas.
  - Reuniones periódicas con los Franquiciados para tratar temas importantes en la gestión diaria de cada centro.

## Nuestra gestión

## Tecnología de vanguardia



Integración permanente de las nuevas tecnologías y técnicas deportivas.

Una gestión optimizada y conjunta de los gimnasios **BODYFACTORY** nos permite crear y mejorar permanentemente los siguientes puntos:

- Imagen **BODYFACTORY** a nivel local, nacional e internacional.
- Unificación de imagen tanto externa como interna.
- Calidad de servicios.
- Integración y adaptación permanente tanto de las nuevas tecnologías como de los profesionales del sector.
- Optimización de los servicios comunes para todos los centros.

## Puntos fuertes

- INDEPENDENCIA
  - Capital de la sociedad propio.
  - Confidencialidad de nuestros proyectos y gestión.
  - Transparencia absoluta en las relaciones con nuestros franquiciados.
- ESCUELA DEPORTIVA PROPIA
  - **ORTHOS**  
Formación y salud
  - ORTHOS (con bolsa de trabajo a nivel nacional).
- SOLIDEZ FINANCIERA.
- GRAN CAPACIDAD DE ACOMETER FUTUROS PROYECTOS.
- GRAN CAPACIDAD DE INVERSIÓN.

## 6.- ESTRUCTURA Y EXTENSIÓN DE LA RED EN ESPAÑA

Body Factory Franquicias  
Pozuelo de Alarcón (MADRID)

EXPANSIÓN / ADMINISTRACIÓN /  
PUBLICIDAD / LOGÍSTICA

Dpto. Jurídico

Dpto. Técnico

Dpto. Personal

Escuela  
Deportiva

### Franquicias

**Madrid** C/Santa Rita, C/Arturo Soria, C/Luis Mitjans, C/Peñuelas., C/Valle de Enmedio (Mirasierra), c/ Malagón (Gran Vía de Hortaleza), Pza.Villafranca de los Barros (Vaguada) Pza. Tudescos (Callao), C/Fuenterrabía (Retiro Sur), C/Nicolasa Gómez (Arcentales), C/ Dulcinea (Raimundo Fdez. Villaverde), Pozuelo de Alarcón, San Sebastián de los Reyes, Torrejón de Ardoz, Alcalá de Henares, Valdemoro, Pinto.

**España** León, Málaga, Toro (Zamora), Valencia-Campanar, Valencia-Manuel Candela, Paterna (Valencia), Castellón, Valladolid, Zaragoza-Montecanal, Zaragoza-Almozara, Santander, Torrelavega (Cantabria), Albacete, Elche (Alicante), Cádiz, Tenerife, Las Palmas, Puerto de Santa María, (Cádiz) Santander.

**Extranjero**, Buenos Aires e Italia

## 7.- ELEMENTOS ESENCIALES DEL ACUERDO O CONTRATO DE FRANQUICIA

### 7.1.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES

#### OBLIGACIONES DE LA FRANQUICIA:

- Comunicar y transmitir al Franquiciado el "Know-How".
- Asesorar sobre la exhibición y distribución del establecimiento, decoración y letreros.
- Respetar la zona de exclusividad.
- Informar de las operaciones realizadas a cargo del fondo de publicidad, marketing y relaciones públicas en el ejercicio actual.
- Formar de manera constante, y puntual siempre que así se requiera, a todos los empleados de los centros Body Factory.
- Asesorar sobre la evolución del sector y las nuevas tendencias del mercado.
- Poner a disposición del Franquiciado un tutor personal que siga la evolución constante de cada centro y oriente en la toma de decisiones estratégicas

#### OBLIGACIONES DEL FRANQUICIAO:

- Disponer de un establecimiento propio o bajo contrato de arrendamiento con una superficie mínima de 800m<sup>2</sup>.
- Ajustarse en todo momento a las normas que se establecen en los manuales con respecto a los productos, servicios y actividad



- Asegurar que todo el personal que trabaja en el negocio recibe una formación adecuada así como obtener que todo el personal mantenga los niveles más altos en cuanto a indumentaria, conducta, cortesía, y servicio.

- Cumplir los estatutos, normativas y reglamentos pertinentes nacionales y municipales.

- Dirigir sus esfuerzos personales para desarrollar y maximizar la buena marcha de la franquicia.

- Cumplir con todas las especificaciones contenidas en los manuales y sus modificaciones o actualizaciones que le sean facilitados por el Franquiciador.

- No realizará copia ni duplicado alguno del material entregado por el Franquiciador sin expreso consentimiento de éste.

- Mantener el local, mobiliario y equipo, en perfecto estado de limpieza, presentación y conservación.

- Cumplir todas las normas referentes a sanidad, seguridad, empleo y en general todas aquellas que afecten el desarrollo del negocio **BODYFACTORY**.

- Respetar los horarios y actividades establecidos dentro del margen determinado por el Franquiciador.

## **7.2.- DURACIÓN DEL CONTRATO Y CONDICIONES DE RENOVACIÓN**

- El contrato de franquicia tiene una duración de 15 años, renovables por periodos adicionales de 15 años si ninguna de las partes lo denuncia durante el año anterior a la expiración del periodo vigente.

### **7.3.- CONTRAPESTACIÓN ECONÓMICA**

El Franquiciado abonará al Franquiciador un único pago en concepto de canon de entrada, así como un Royalty fijo mensual y un canon de publicidad a lo largo del periodo de vigencia del contrato.

Tanto el canon de entrada como el Royalty se calcularán en base a los metros cuadrados de explotación.

### **7.4.- PACTOS DE EXCLUSIVIDAD:**

El Franquiciador se obliga a o no otorgar ninguna otra franquicia en la zona conforme el plano que confeccionarán ambas partes, y en su defecto en una circunferencia que tenga el centro de la misma en el local del gimnasio, y que contenga dentro de la circunferencia una población aproximada de 40.000 a 50.000 habitantes.



## 8.- REFERENCIAS

### ENTIDADES:

- Banco de Sabadell.
- Banco Popular.
- Halifax Hispania.
- Caja de Madrid.
- Banco Espirito Santo.
- BBVA.
- Banco de Andalucía.



Los bancos ven en la franquicia un sistema de distribución exitosa, ya que representa el futuro del comercio minorista, cuyas posibilidades de negocio y de crecimiento siguen aumentando, al igual que el apoyo de las entidades financieras.



## 9.- CUENTA DE EXPLOTACIÓN

	<u>Año I</u>	<u>Año II</u>
<b>Ingresos .....</b>	<b>405.000,00</b>	<b>515.536,00</b>
<b>Coste de ventas</b>		
Personal + Seguros Sociales	112.300,00	115.669,00
Integral Fit	1.442,40	1.485,67
<b>Gastos Generales</b>		
* <i>Alquiler .....</i>	66.799,90	68.803,90
* <i>Suministros .....</i> agua, luz, teléfono, etc	37.600,00	38.728,00
* <i>Merchandising .....</i>	6.960,00	7.168,80
* <i>Publicidad Interna .....</i>	16.700,00	17.201,00
* <i>Royalty .....</i>	13.804,05	14.218,17
* <i>Canon Publicidad.....</i>	6.274,58	6.462,82
* <i>Varios .....</i> Musicam, Canal Digital, Asomed, Gestoría, varios.	36.000,00	37.080,00
<b>Total Gastos</b>	<b>297.880,93</b>	<b>306.817,36</b>
<b>Ganancia Operativa</b>	<b>107.119,07</b>	<b>208.718,64</b>

**Nota:** las cifras que aquí se expresan están basadas en la experiencia de centros BODY FACTORY, sin que ello constituya compromiso alguno para el Franquiciador y siempre que se realicen todas las acciones que indique el Franquiciador. No se preveen las amortizaciones pertinentes según cada caso, ni los gastos financieros, ni los salarios del director.

- *Todas las cantidades con IVA incluido*
- *Cuenta orientativa para una instalación de 800 m2*

## 10.- INVERSIÓN (800 m2)

<b>Equipamiento y Acondicionamiento</b>	171.737,73
<b>Obras y Decoración</b>	199.680,00
<b>Mobiliario Diverso</b>	13.760,00
<b>Gastos de Apertura:</b>	
Licencias, Fianza y Publicidad	33.600,00
Canon de Entrada	18.000,00
<b>Inversión Total</b>	<b>436.777,73 €</b>

**Nota:** estos precios están basados en presupuestos obtenidos en enero de 2009 (NO INCLUYEN I.V.A.) basándonos en los descuentos especiales que BODY FACTORY obtiene de los diferentes fabricantes vinculados al grupo y para un local de **800 m<sub>2</sub>** en condiciones normales y que no requiera gastos extras de restauración. (exceso de fachada, zonas de agua, centro de transformación, zanjas, demoliciones, edificaciones estructurales, entreplantas o huecos en las ya existentes, etc....)

