

FARMATURAL®

La singularidad en franquicias de parafarmacia

FARMATURAL® se fundó en el año 2003 a iniciativa de un grupo de farmacéuticos con amplia formación y experiencia en el mundo empresarial que, analizando la evolución y expectativas del modelo de comercios en régimen de franquicias en España y extranjero, deciden diseñar una fórmula de comercialización de artículos de parafarmacia, dietética y herbolario alternativa a la del canal tradicional de farmacias, con un estilo e imagen propio y diferenciado, pero sin perder el rigor profesional farmacéutico.

Pasados casi 3 años de rodaje con éxito del Centro Piloto **FARMATURAL®** en Madrid y una vez desarrolladas las herramientas y los manuales con la base de formación necesarias para la explotación rentable del negocio, se inicia a finales de 2005 la expansión del modelo por medio de franquicias.

Su fórmula permite al franquiciado establecerse en un negocio muy atractivo pero complejo especialmente en sus inicios, en un tiempo record y con una inversión inicial muy ajustada.

En estos momentos, **FARMATURAL®** ofrece a sus clientes una amplia selección de productos de primeras firmas del sector de parafarmacia, dietética y herbolario y también incluye en su catálogo artículos de marca propia **FARMATURAL®** que están teniendo gran aceptación, teniendo en cuenta que en este sector, donde existe una grandísima diversidad de oferta, el saber realizar una amplia pero selecta elección de artículos con éxito es un valor diferencial para los franquiciados.

Para acometer su labor, **FARMATURAL®** cuenta con un equipo multidisciplinar de profesionales con amplia experiencia en este sector y en gestión empresarial, y también con alianzas con diversas empresas que colaboran en diferentes aspectos del negocio.

FARMATURAL®

Centro Comercial Colombia (Av. Bucaramarga, 2)
28033 Madrid
Tel. y Fax 91 381 33 13
www.farmatural.com - info@farmatural.com



Hablamos con **Marco Vicario** director de expansión **FARMATURAL®**

“Al frente de un establecimiento **FARMATURAL®** debe haber un titular con la formación adecuada”

¿Quién es el target y consumidor final de sus productos?

Al trabajar con un conjunto tan amplio de referencias de consumo muy difundido y demanda creciente, prácticamente toda la población es un cliente potencial.

¿Cómo describiría su Red y política de franquicias?

Actualmente la red cuenta con un total de 12 franquicias repartidas en toda la geografía española. Las expectativas para el 2007 es llegar a un total de 18 a finales de año.

El franquiciado **FARMATURAL®** cuenta con un asesoramiento muy estrecho, especialmente durante las primeras etapas de arranque de su negocio, en todo lo relativo al diseño del local, proyecto de mobiliario, distribución de espacios, formación teórica y práctica, merchandising, técnicas de venta, aspectos legales, contables y fiscales del negocio, acceso a web privada de franquiciados, incluso la posibilidad de contar con su propia tienda on-line.

Todo ello sin perder el amplio margen de autonomía que se requiere para gestionar el negocio propio con agilidad y plena motivación, lo que consideramos una de las principales claves de éxito.

¿Qué les diferencia a Uds. como empresa?

Una de nuestras principales características diferenciales es que al frente de un establecimiento **FARMATURAL®** debe haber un titular con la formación adecuada. Consideramos la formación como uno de los pilares básicos para lograr éxito y fidelización con la clientela.

Por ello, el perfil ideal de franquiciado es el de profesionales formados en áreas del cuidado de la salud o personas con gran interés en desarrollar su carrera en este campo, para lo cual, **FARMATURAL®** aporta a sus franquiciados material de formación específica y software para seguimiento de su proceso de aprendizaje.

Respecto a la gestión del negocio, los establecimientos **FARMATURAL®** se equipan con un Software exclusivo especialmente diseñado para optimizar las funciones principales del negocio.

Tratamos siempre de integrar al máximo el empleo de las últimas tecnologías para facilitar la operativa diaria.

En lo estético, los centros **FARMATURAL®** cuentan con un diseño que causa una magnífica aceptación en la clientela. Su imagen corporativa es fácilmente recordada y se asocia de inmediato con la actividad que se desarrolla.



¿Cuáles son sus objetivos de futuro?

En el futuro inmediato pretendemos ampliar el catálogo de marca propia **FARMATURAL®** que está logrando mucho éxito y fidelidad en la clientela.

Pretendemos también incrementar las herramientas para la formación de nuestros franquiciados, especialmente en temas de asesoramiento dermofarmacéutico y herbodietético. Queremos desarrollar el Punto de Atención al Cliente **FARMATURAL®**, como un espacio dentro de la tienda, donde el cliente puede recibir consejos y orientaciones sobre el uso de los productos de una forma muy personalizada.

Respecto a la expansión, proyectamos en el 2007 consolidar más la red nacional y preparar la extensión a otros mercados en el 2008.