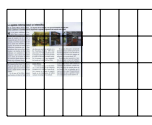
		Tirada: 12.977	Sección: -	
		Difusión: 5.049 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 277	
Audiencia: 17.671	Ocupación (%): 51%	Valor (€): 1.230,80		
Nacional Franquicias Mensual	01/11/2009	Valor Pág. (€): 2.400,00	Página: 24	

La agenda internacional se intensifica

Rio de Janeiro, México, Brasil, Moscú... son algunos de los destinos a los que las franquicias acuden para iniciar o potenciar su actividad exterior. Repasamos la agenda de algunas de las marcas más activas.

Hay que ganar visibilidad en el exterior. Darse a conocer es imprescindible para conseguir que salte la chispa de contacto con el inversor o franquiciado que abra las puertas a otro mercado, y las ferias siguen siendo uno de los canales más utilizados para conseguirlo. En este año son muchas las informaciones distribuidas por los franquiciadores sobre sus acciones internacionales y en muchas de ellas se hace referencia a la asistencia a ferias de franquicia u otros salones relacionados con su sector. Es un hecho: los mercados exteriores ganan adeptos frente a la atonía de la coyuntura interior.

Así, Charanga, que asistió a la Feria de Franquicias Buy Brand'09 de Moscú. "Todo un éxito para la marca, que ya disfruta de gran reconocimiento internacional", señalan desde la cadena de ropa infantil.

En el caso de No+Vello, mantener una frenética actividad en España no ha



sido óbice para acudir por primera vez a Rio Franchising Business 2009. Hace unos meses, No+Vello concedió un máster franquicia para Brasil con la previsión de contar con 60 centros a finales de año. Por el momento, ya se han inaugurado dos locales en la ciudad de Sao Paulo.

Destino México

En el mismo sector, y con la asistencia a la feria El Salón de la Franquicia de México D.F, Vellissimo Center ha dado a conocer su concepto de negocio basado en los tratamientos de belleza mediante tecnología de luz pulsada.

Por su parte, Sensualove, la marca de productos eróticos también apostó por la internacionalización a través de feria Venus de Berlín. Se trata del certamen de referencia en su sector desde 1997.

Por séptimo año consecutivo, y también en este país, la marca de mobiliario de cocina alemán The Singular Kitchen acudió a Haus Messe 2009. Durante la celebración del certamen, la firma celebró la entrega de la segunda edición de los Premios Chef, un galardón que la marca concede a aquel franquiciado que haya destacado por su gestión de negocio y resultados en el año anterior. □