



INFORME  
DE FERIAS

---

2018



# The Franchise Show

**Atlanta**

**9-10 de noviembre 2018**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Miami

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIAS

28 de noviembre de 2018  
Miami

Este estudio ha sido realizado por  
Florencia Núñez Villar

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Miami.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-044-9



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Otros datos de interés	6
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>7</b>
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	8
<b>3. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>9</b>
3.1. Tendencias en el sector de las franquicias	9
3.2. Novedades en The Franchise Expo 2018	10
<b>4. Valoración</b>	<b>12</b>
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. De la participación española y demás países	12
4.3. Recomendaciones	12
4.3.1. Para franquiciadores	12
4.3.2. Para posibles franquiciados	14
<b>5. Anexos</b>	<b>16</b>
5.1. Fotos del evento	16



# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

<b>Nombre:</b>	The Franchise Show
<b>Fecha:</b>	9 y 10 de noviembre de 2018
<b>Próxima edición:</b>	4 y 5 de octubre de 2019
<b>Frecuencia:</b>	Anual
<b>Lugar de celebración:</b>	Cobb Galleria (Hall C) 2 Galleria Parkway, Atlanta, Georgia 30339 Sitio web: <a href="http://www.franchiseshowinfo.com/atlanta">http://www.franchiseshowinfo.com/atlanta</a>
<b>Horario de la feria:</b>	De 9:00 a 17:00.
<b>Precios de entrada:</b>	El acceso al recinto para los dos días de duración de la feria es de 8\$ si se compran las entradas online, o 8\$ por día si se compran en la entrada.





## 1.2. Sectores y productos representados

La 13ª edición de The Franchise Show 2018 acogió a un total de 71 expositores de diferentes industrias. Los sectores de mayor representación fueron el de alimentación (19 expositores), productos y servicios a empresas (8) y construcción: materiales, servicios y remodelación (7).

Por sectores o tipos de productos, la clasificación de expositores participantes fue la siguiente:

Sector	Expositores
Alimentación	19
Restaurantes	9
Panadería y pastelería	4
Helados, Yogures y batidos	4
Especialidades	2
Construcción: materiales, servicios y remodelación	7
Consultoría para franquicias	3
Consultoría, asesoramiento y formación para empresas	1
Educación	2
Estética	1
Fitness	3
Lavado a presión	1
Mantenimiento, limpieza y saneamiento	4
Marketing	1
Mascotas	1
Materiales promocionales	2
Pintura	1
Productos y servicios a empresas	8
Publicaciones	1
Ropa y Calzado	1
Seguros	4
Servicios – Café	1
Servicios a la tercera edad	2
Servicios contables/fiscales	1
Servicios de jardinería	1



Servicios de salud	2
Servicios de transporte y logística	1
Servicios financieros	1
Servicios inmobiliarios	1
Telecomunicaciones	1

### 1.3. Otros datos de interés

La mayoría de las franquicias españolas en Estados Unidos se concentran en la costa Este y Oeste de Estados Unidos, principalmente en los estados de Florida, Nueva York y California. Existen también franquicias españolas establecidas en Puerto Rico.

Desde la Oficina Económica y Comercial de España en Miami se ha visitado la feria para valorar la conveniencia de promocionar la misma entre las empresas españolas franquiciadoras. Por otro lado, la asistencia permite a la Oficina estar al corriente de las nuevas tendencias en el mercado de la franquicia estadounidense y conocer cuáles son las opciones disponibles para los empresarios y emprendedores españoles.

Esta visita ha permitido además recabar documentación sectorial e informarse sobre las distintas estrategias a seguir en la creación o expansión de una cadena de franquicias en Estados Unidos. Igualmente, se han establecido contactos, tanto con expositores como con ponentes y empresas, que pueden resultar de utilidad para las empresas españolas.



## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización y expositores

El espacio expositivo en The Franchise Expo 2018 se dividió de la siguiente manera:

- Zona de exhibidores
- Sala para seminarios
- Cafetería

En cuanto a la configuración de los expositores, prácticamente la totalidad eran de tamaño estándar 3,05m x 3,05m, si bien, con una mayor contribución económica se podía optar a un stand de dimensiones superiores. En general, las empresas contaban con cartelería (desde posters a paneles) y una mesa o atril, donde se mostraban folletos informativos, material corporativo y propagandístico, así como muestras de producto.

Los stands más grandes, ofrecían muestras de producto más sofisticadas, así como también presentaciones y demostraciones en vivo de sus productos. Por ejemplo, empresas de pastelería y chocolaterías contaban con muestras para degustar sus productos; las de helados y distribución ambulante contaban con sus camiones o carritos de venta y ofrecían degustaciones; las de café contaban con máquinas expendedoras para realizar demostraciones, y las de fitness, por ejemplo, ofrecían la posibilidad de probar alguna de sus máquinas.

La feria ofrecía una amplia variedad de seminarios gratuitos:

- Use sus fondos de jubilación para iniciar un negocio con impuestos diferidos
- Las 5 lecciones que aprendí en mi primer año como propietario de un negocio pequeño
- Los 3 principales consejos relacionados con la reforma fiscal que afectan al negocio de las franquicias
- Los secretos de las franquicias exitosas
- 5 formas de generar ingresos en un negocio en 90 días
- ¿Es el negocio de las franquicias adecuado para usted?
- ¿Es el negocio de las franquicias adecuado para mí?
- Cómo comenzar con su propio negocio – Franquiciar vs. Pequeño negocio
- Marketing de *geofencing*: diríjase de manera local a los clientes de su competidor
- Cómo comprar una franquicia sin utilizar deuda para financiarse

Desde la oficina se acudió a varios seminarios, entre ellos al seminario “Los 3 principales consejos relacionados con la reforma fiscal que afectan al negocio de las franquicias”. Este seminario estaba



dirigido a propietarios de franquicias o personas interesadas en ser franquiciados, en el cual se comentaban los recientes cambios en materia fiscal aprobados por el gobierno que afectan al negocio de las franquicias, como por ejemplo las nuevas deducciones establecidas para empresas no sujetas al impuesto sobre la renta.

También se acudió al seminario de “Los secretos de las franquicias exitosas”, dirigido a franquiciadores y potenciales franquiciadores interesados en expandir su negocio de manera exitosa. Para poder penetrar con éxito en un mercado tan complejo como el de EE. UU. es necesario, según la ponente del seminario, la Sra. Aicha Bascaro, con gran experiencia en el sector de las franquicias, seguir siete pasos fundamentales:

1. Encontrar la marca adecuada
2. Asegurarse de contar con el capital suficiente
3. Encontrar el emplazamiento más adecuado
4. Seguir las instrucciones del franquiciador con exactitud
5. Implementar buenos sistemas de gerencia
6. Aprovechar todos los conocimientos transmitidos por el franquiciador
7. Nunca dejar de aprender y formarse

Durante la feria, se celebró también el taller de pago “Cómo franquiciar su negocio”, dedicado a aquellas personas que cuentan con una empresa que deseen franquiciar. El taller ofrecía las claves acerca de cómo realizar esta transición de modo correcto, cómo diseñar un buen “acuerdo de franquicia”, entre otros.

## 2.2. Datos estadísticos de participación

La edición de 2018 contó con un total de 71 expositores. En lo relativo al lugar de procedencia de los participantes franquiciadores, prácticamente la totalidad de las empresas eran estadounidenses, con intereses específicos en el estado de Georgia. La única participación extranjera fue de la empresa sueca Husse, de alimentos para mascotas.

La feria contó con una participación aproximada de 1.200 asistentes.

La mayor parte de los visitantes procedían de la ciudad de Atlanta, Georgia. La organización — National Event—, no se dedica a recabar ni publicitar datos de participación. Esto se debe tanto a la periodicidad mensual de este tipo de ferias, celebradas a lo largo de la geografía americana y canadiense, como al hecho de que, dado su enfoque local, la participación, tanto de exhibidores como de visitantes, suele mantener una cifra estándar.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

### 3.1. Tendencias en el sector de las franquicias

En la actualidad, el sector de franquicias en Estados Unidos está considerado como uno de los mercados de mayor madurez en el país. La industria de las franquicias tiene un impacto importante en la economía americana: existen más de 759.000 establecimientos, que generan un total de 8,1 millones de puestos de trabajo y que contribuyen al PIB de EE. UU. por un valor total de 451.400 millones de dólares, lo que representa aproximadamente un 2,34% del PIB del país<sup>1</sup>.

El FMI ha pronosticado que habrá un repunte en el crecimiento de Estados Unidos, pasando de un crecimiento del 2,3% en 2017 a un 2,9% en 2018. El crecimiento del gasto y de la confianza de los consumidores, el aumento del empleo, de la renta per cápita y de la inversión en el sector energético, así como la reducción de impuestos a las empresas, son algunos de los factores que motivan esta aceleración económica.

En Estados Unidos, el sector de las franquicias creció a un ritmo superior que el de su PIB en 2017, y continúa con esta tendencia en el año 2018. Según estimaciones, el número de franquicias se espera que crezca, en el cómputo global de 2018, un 1,9%, el número de empleos generados por este sector un 3,7%, y, en términos generales, que la industria de la franquicia en EE. UU. crezca un 6,1% en 2018 con respecto a 2017<sup>2</sup>.

Del conjunto de los estados que componen EE. UU., serán los del Sur y los del Oeste (*Sun Belt Regions*), los que lideren este crecimiento en el sector y el aumento del empleo en el mismo en 2018. Parte del crecimiento económico en ambas regiones se justifica en el aumento de los salarios y en el aumento de la población por encima de la media ocurrido en los últimos años en estos estados, así como en los flujos migratorios domésticos experimentados en dichas regiones.

La Asociación Internacional de Franquicias (IFA) establece más de 100 categorías para describir los distintos sectores de franquicias existentes. Los sectores más importantes, por número de puestos de trabajo son:

- Sector de la hostelería y restauración: genera el 74,8% del empleo en franquicias
  - 46,2% cadenas de comida rápida
  - 12,9% cadenas de restauración tradicionales
  - 7,8% hoteles y alojamientos

<sup>1</sup> Predicciones para 2018. IHS Global Insight, Franchise Business Economic Outlook for 2018.

<sup>2</sup> IHS Global Insight, Franchise Business Economic Outlook for 2018.

- 5,8% cadenas minoristas de alimentación
- Sector servicios: genera el 21,7% del empleo en franquicias
  - 8% servicios empresariales
  - 6,3% servicios de cuidado personal
  - 4,3% productos y comercio minorista
  - 3,1% servicios comerciales y residenciales
- Sector inmobiliario y automoción: general el 5,5% del empleo
  - 3,1% sector inmobiliario
  - 2,4% automoción

Los requisitos para invertir en una franquicia en Estados Unidos varían según el sector, el tipo de franquicia y dependiendo la necesidad de comprar o alquilar la propiedad para iniciar el negocio.

En el último año, los negocios de franquicias que han experimentado un mayor crecimiento en el número de establecimientos han sido: el de servicios de cuidado personal (+3%), cadenas de comida rápida (+2,1%) y cadenas de restaurantes tradicionales (+1,8%). Por su parte, las franquicias que han experimentado un mayor crecimiento en número de puestos de trabajo han sido servicios de cuidado personal (+5%), restaurantes de comida rápida (+4,5%) y las cadenas de restaurantes tradicionales (+3,8%).

Cada vez más, en el marco de la franquicia internacional, la repatriación de beneficios es un factor decisivo. Si existen restricciones a la hora de convertir o sacar los beneficios al exterior, el franquiciador puede que decida no abordar ese mercado. En este sentido, el Convenio para Evitar la Doble Imposición y Prevenir la Evasión Fiscal entre España y EE. UU. supone una mejora para las inversiones españolas en el país.

### 3.2. Novedades en The Franchise Expo 2018

The Franchise Expo es una feria de larga trayectoria. Se celebra prácticamente todos los meses del año en distintos puntos de la geografía americana, contando con ediciones en ciudades como Atlanta, Boston, Chicago, Columbus, Dallas, Fort Lauderdale, Houston, Las Vegas, Nueva York, Orlando, Philadelphia, San Diego, Tampa, Virginia, Washington D.C. y Canadá.

Aunque el sector estrella en el uso de franquicias es y ha sido tradicionalmente el de la restauración, también es importante resaltar la tendencia a la diversificación. Aparecen nuevos sectores, como el del fitness o empresas relacionadas con la cultura *healthy*. Asimismo, dentro del sector de la restauración, se observa un aumento de restaurantes especializados, con un gran cuidado del diseño, tales como establecimientos gourmet.

De manera general en esta edición podemos resaltar la presencia de:

- **Fitness:** se caracterizan por estar dirigidos a un nuevo cliente más urbano, muy preocupado por la estética y más sensible al precio. De ahí la gran expansión en franquicia de los gimnasios *low cost*, *fitness* y *wellness* que están copando el mercado con diferentes marcas. Basados en un concepto más tecnológico, muy preocupados por dar una atención personalizada y que basan su producto en herramientas y métodos avanzados tecnológicamente.
- **Servicios de salud y tercera edad:** con motivo del envejecimiento poblacional se ha experimentado un aumento de las franquicias destinadas al cuidado de personas mayores. El interés en este ámbito genera soluciones más rentables y más eficientes en el cuidado del adulto: cuidado médico, cuidado en casa, belleza, tratamientos para la piel y contra el envejecimiento, balnearios, mejora de estilo de vida y hostelería.
- **Educación y servicios formativos:** este tipo de franquicias (academias, empresas de educación online, etc.) está experimentando un auge importante.

Del mismo modo podemos mencionar una escasa presencia de franquicias de yogurt helado que venían siguiendo una tendencia de gran popularidad.

Estos datos corroboran los ofrecidos por Franchise Times que publica el Top 10 de las franquicias que más crecieron por número de unidades en 2018 respecto al año anterior:

Puesto	Empresa	Sector	Crecimiento
1.	Orangetheory Fitness	Fitness	47,7%
2.	Realty One Group	Real Estate	45,3%
3.	HomeVestors	Real Estate	27,1%
4.	Cirlice K	Ultramarinos	19,2%
5.	Freddy's Frozen Custard & Steakburguers	Restauración	19,1%
6.	Hand & Stone	Estética (spa)	17,6%
7.	Eye Level	Educación	16,6%
8.	Tropical Smoothie Café	Restauración	16,5%
9.	Planet Fitness	Fitness	15,6%
10.	Zone	Recreación	15,2%

## 4. Valoración

### 4.1. Del evento en su conjunto

La 13ª edición de The Franchise Expo Atlanta ofreció muchas posibilidades de desarrollo para empresas de cualquier tamaño. Por un lado, las pequeñas y medianas empresas que quieran iniciarse o crecer en el mundo de las franquicias encontraron un público receptivo a sus ofertas, enfocado principalmente a realizar inversiones de menor tamaño. Mientras que, las empresas más grandes y consolidadas atrajeron la atención de inversores que buscaban un modelo de negocio maduro y consolidado donde la inversión es mayor y el riesgo menor.

Asimismo, la asistencia a la feria también permite a las empresas conocer los diferentes conceptos de negocio que están proliferando en la industria de la franquicia y supone un gran escaparate de oportunidades para que los inversores encuentren una franquicia que se adapte a sus necesidades tanto de tamaño de inversión como de tipo de producto o servicio.

Además, los seminarios ofrecidos constituyen una gran herramienta, no sólo por el contenido formativo sino también por la oportunidad de *networking* que representan. Todas estas conferencias son impartidas por profesionales y expertos del sector que ofrecen una visión práctica y responden a las dudas planteadas.

### 4.2. De la participación española y demás países

La participación a dicha feria es de carácter muy local, por lo que no hubo presencia española, ni en pabellón oficial ni de manera individual.

En cuanto al resto de países, la única presencia internacional en la feria vino de mano de la empresa sueca de alimentos para mascotas, Husse.

La feria está dirigida a aquellas personas interesadas en franquiciar sus negocios o adquirir una franquicia en el área de Atlanta u otra ciudad del estado de Georgia.

### 4.3. Recomendaciones

#### 4.3.1. Para franquiciadores

La franquicia puede proporcionar una valiosa oportunidad para las empresas extranjeras que buscan expandirse en Estados Unidos, debido a la dificultad de manejar operaciones sin una sede



corporativa local. Los franquiciados locales pueden aprovechar el conocimiento que tienen con respecto a las preferencias y gustos del consumidor para ayudar a identificar los riesgos de la expansión en un mercado nuevo y desconocido para los franquiciadores.

Existen múltiples formas de entrada al mercado, siendo las más populares:

- a) **Franquicia directa:** a través de la venta de franquicias a empresarios americanos. Esta forma de entrada suele llevarse a cabo contando con una sucursal en Estados Unidos, aunque también se puede prescindir de ella.
- b) **Contratos de desarrollo:** permiten a un franquiciado operar una zona determinada, pudiendo abrir allí tantas franquicias como desee. El franquiciado tendrá que ser, él mismo, el dueño de todas las franquicias que decida abrir en su zona de operaciones. No puede subfranquiciar a terceros.
- c) **Máster franquicia:** la forma de entrada más utilizada por las franquicias extranjeras en los Estados Unidos. El máster franquiciado, actuando como socio local, se ocupará de desarrollar la zona que le corresponda, pudiendo subfranquiciar a terceros.
- d) **Joint venture:** es una empresa conjunta con un socio local desarrollando entre ambos la franquicia.

Cualquier empresa española que esté pensando en desarrollar una franquicia en EE. UU. Deberá estar en posesión del FDD o *Franchise Disclosure Document* (el equivalente en España a la Circular de Oferta de Franquicia). Este documento recoge toda la información relevante de la franquicia como precio, reglas, costes, lista de otros compradores, historial de los ejecutivos de la franquicia, etc. y deberá presentarse al futuro franquiciado para que pueda valorar los riesgos y futuras ganancias de su inversión.

El FDD no es un contrato (*franchise agreement*) sino un requerimiento informativo de la *Federal Trade Commission* para que el potencial franquiciado tenga toda la información relevante sobre el franquiciador antes de firmar un posible acuerdo de franquicia. Su coste puede oscilar entre los 5.000 y 40.000 dólares, dependiendo del asesoramiento que se escoja y de la preparación de la propia empresa.

13 estados requieren que los franquiciadores se registren y su FDD sea aprobado legalmente antes de comenzar cualquier actividad relacionada a la franquicia (llamados *Franchise Registration States*<sup>3</sup>): California, Hawaii, Illinois, Indiana, Maryland, Michigan, Minnesota, Nueva York, Dakota del Norte, Rhode Island, Virginia, Washington y Wisconsin. Por otro lado, existen 10 estados que regulan la oferta y demanda de franquicias a través de registros estatales y el pago de una tasa, pero no requieren aprobación administrativa del FDD: Connecticut, Florida, Kentucky, Maine, Nebraska, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Dakota del Sur, Texas y Utah. El resto de estados

<sup>3</sup> <http://www.franchisedirect.com/information/statesthatrequirefddregistrationorfiling/?r=5794>



no imponen requisitos especiales a las franquicias. No obstante, en todos los estados deberá presentarse el FDD a efectos informativos de la *Federal Trade Commission*.

Además de los requisitos legales y administrativos, a la hora de adentrarse en el mercado norteamericano hay que considerar:

- **Barreras del lenguaje:** traducción de los manuales operativos al inglés americano, que no siempre coincide con las traducciones del inglés británico, teniendo en cuenta todos los matices.
- **Barreras de marketing:** dependen de las diferencias culturales no sólo del país, sino del estado en que se quiere invertir. Una de las mejores estrategias para darse a conocer hoy en día es la asistencia a ferias internacionales del sector. En éstas se producen acciones de promoción y contacto, así como entrevistas entre las empresas e inversores extranjeros interesados en abrir centros en su país. Dado que la participación en las ferias no supone un coste excesivo en relación con el potencial retorno de las relaciones establecidas, resultan una apuesta rentable para las empresas que deseen franquiciar en Estados Unidos.
- **Acceso a materias primas y a recursos humanos:** No todos los estados ofrecen las mismas facilidades para tener acceso a determinadas materias primas ni se encuentran profesionales cualificados para los puestos necesarios.
- **Estructura del negocio:** la estructura corporativa que va a adoptar la franquicia internacional debe quedar bien determinada desde el inicio para evitar conflictos posteriores o impedimentos al crecimiento.
- **La elección del territorio** es fundamental en un país tan grande como Estados Unidos. El territorio ha de estudiarse en función del tipo de franquicia y el potencial de mercado correspondiente.
- **Propiedad intelectual y controles de calidad.** Es de suma importancia conseguir protección legal para la marca empresarial y para cualquier patente derivada de la actividad de la firma. Igualmente es necesario diseñar mecanismos de control, ya que es posible que la distancia entre la matriz y sus establecimientos en el extranjero dificulte el asegurar la consistencia de la calidad.

El registro de marca comercial puede realizarse en la Oficina de Patentes y Marcas de EE. UU., ([www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)). El proceso puede llevar hasta un año, sin embargo, una vez aprobado el registro, éste se hará efectivo desde la fecha de presentación del documento en la que se efectuó el registro.

#### 4.3.2. Para posibles franquiciados

Las ferias de franquicias son un escaparate único para la comparación de opciones de inversión. Igualmente, los seminarios y simposios impartidos constituyen una buena oportunidad para conocer las experiencias de otros y orientarse entre la multitud de ofertas disponibles de la mano de especialistas en el sector.

Existe un gran número de publicaciones de prensa especializadas en franquicias, entre ellas la Franchise Times y la revista Entrepreneur. Cada año, Entrepreneur clasifica las mejores oportunidades de franquicias en Estados Unidos en base a los costes de propiedad, la tasa de crecimiento, el tamaño del sistema y la solidez financiera. La mayoría de los principales puestos suelen estar ocupados por empresas de servicios de alimentos. En 2018, las seleccionadas han sido:

Rank	Franquicia	Coste inicial (USD)	Sector
1	McDonalds's	1.000.000 - 2.000.000	Restauración
2	7-Eleven Inc.	47.000 - 1.200.000	Comercio minorista
3	Dunkin' Donuts	229.000 - 1.700.000	Restauración
4	The UPS Store	169.000 - 398.000	Mensajería
5	RE/MAX LLC	40.000 - 231.000	Agentes Inmobiliarios
6	Sonic Drive-In	865.000 - 3.600.000	Restauración
7	Great Clips	137.000 - 258.000	Peluquería
8	Taco Bell	525.000 - 2.600.000	Restauración
9	Hardee's Restaurants LLC	1.500.000 - 2.000.000	Restauración
10	Sport Clips	205.000 - 368.000	Peluquería

Fuente: Entrepreneur.

Aunque la inversión en una franquicia es una inversión de riesgo más reducido (pues se trata de un modelo de negocio probado) existen amplias variaciones entre las diferentes opciones: dimensión, experiencia del franquiciador, número de otros franquiciados en la misma cadena, condiciones de derechos y tasas, obligación de compra al franquiciador, etc.

Por ello, es importante destacar la necesidad de consultar con un abogado especializado antes de cerrar cualquier tipo de acuerdo.



# 5. Anexos

## 5.1. Fotos del evento



The Franchise Show		Allstate SEMINAR ROOM	
FRIDAY		SATURDAY	
12:00 pm	Use Your Retirement Funds To Start a Business Tax Incentives & Penalty Free Cliff Nonnenmacher Franchise	12:00 pm	Is Franchise Ownership Right For You Troy Bradham The Entrepreneur's Source
12:45 pm	5 Lessons I Learned in My First Year as a Small Business Owner Vince Green Allstate Insurance Company	12:45 pm	Use Your Retirement Funds To Start A Business Tax Deferred & Penalty Free Cliff Nonnenmacher Franchise
1:30 pm	Top 3 Tax Reform Tips for Franchise Businesses Tony Perricelli, CPA Scott and Company LLC	1:30 pm	Is Franchising Right For Me? Stephen Meeker Franchise
2:15 pm	Stories of Successful Franchisees Alicia Baicard American Restaurant Academy	2:15 pm	How to Start Your Own Business - Franchising vs. Small Business Start Up Chris Conner Franchise Marketing Systems
3:00 pm	5 Ways to Generate Business Revenue in the Next 90 Days Carl Ousek T Shop Advisors	3:00 pm	Geotargeting Marketing: Hyper Locally Target Your Competitor's Customers Aurélien Oudon Proprietor Media
		3:45 pm	How to Purchase a Franchise Without Using "Debt Financing" Dr. David Anderson Sr. The First Estate Group Practice



# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece  
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar  
la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones