

Esta web utiliza 'cookies' propias y de terceros para ofrecerte una mejor experiencia y servicio. Al navegar o utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las 'cookies'. Sin embargo, puedes cambiar la configuración de 'cookies' en cualquier momento.

Acepto Más información

endesa one^{Gas}

9%
dto.

sobre el total de tu
factura para siempre

Pásate a One

www.endesaone.com

CINTURONES TRENZADOS



el Periódico

TENDENCIAS COMERCIALES

El asombroso 'boom' de las colchonerías en Barcelona

Tiendas de colchones, lavanderías y degustaciones se extienden por los barrios, mientras que moda y restauración mandan en los ejes comerciales

La nueva hornada de establecimientos en la capital catalana releva al anterior auge de compraventa de oro, fruterías y servicios de estética

130

COMENTARIOS 17



ELISENDA PONS

Uno de los establecimientos del Gigante del Colchón en la calle de Aragón.

PATRICIA CASTÁN / BARCELONA

LUNES, 13 DE MARZO DEL 2017 - 16:54 CET

Cada vez que en **Barcelona** florece un tipo de negocio muy concreto cabe pensar en modas, pero también en situaciones coyunturales. Un empuje que en esta ciudad, más turística e internacional, se traduce en los últimos tiempos en un alud de servicios y tiendas que a veces parecen pensados para el foráneo pero que acaban siendo para muchos públicos, según su ubicación. Los estrenos comerciales en los ejes más céntricos siguen cimentados en la moda y complementos y en la restauración, pero en los barrios brotan sin tregua algunas tipologías muy concretas y llamativas, como **grandes colchonerías, lavanderías de autoservicio, alimentación o panaderías con degustación, inmobiliarias, colmados de horario nocturno y tiendas de alimentos ecológicos o de proximidad**, principalmente. El auge de las franquicias contribuye a la expansión de alguno de estos fenómenos.

PUBLICIDAD



Si el cénit de la **crisis** estuvo marcado por la irrupción de **comercios oportunistas** como los de compra-venta de joyas, las fruterías (por la baja inversión) o los servicios de estética, donde muchos desempleados buscaban abrirse paso como emprendedores, el inicio de la recuperación económica está marcado por la hiperespecialización. Así, la debacle de la construcción hizo temblar a muchos comercios de mobiliario, pero por contra ha propulsado un subgénero de estos: las **colchonerías**.

Es **asombroso** ver cómo en poco más de un año este negocio, antes reducido en el entorno urbano y con operadores de barrio de toda la vida, ha dado paso a un desembarco de marcas que se despliegan por la ciudad. Fuentes del sector más tradicional mantienen que el colchón es el elemento con más renovación y más necesario del mobiliario doméstico, por lo que muchos operadores han puesto la vista en él. **Cualquier familia necesita varios** y el marketing juega de su parte, con la nueva era de la viscolástica y otros materiales y sus aparentes prestaciones, que incitan al recambio.

En muchas ocasiones son fabricantes que venden su producto sin franquicias ni intermediarios. Dormity, por ejemplo, tiene 14 de sus 48 tiendas en Barcelona. Edita folletos donde se detallan las prestaciones de cada modelo y sus propiedades, una elección que cada vez parece más complicada para el consumidor ante el **alud de propuestas**.

Aunque la tecnología parece muy sofisticada, en general la fabricación es mucho más ágil que antaño y suele proceder de la comunidad valenciana. Pero por la capital catalana afloran propuestas de distinto sello. El Gigante del Colchón, adquirido en el 2005 por el grupo holandés Beter Bed Holding, se basa en la gestión directa y de sus 50 establecimientos, 11 están en la ciudad, con la promesa de precios razonables y buen asesoramiento. También Factory Descans cuenta con una decena, Sueños se ha implantado en varios barrios y en el área metropolitana..., entre una larga lista.

LAVANDERÍAS PARA TODOS

Si los 9.706 pisos turísticos legales (y los miles de ilegales) han generado sin duda una inyección de clientes a las colchonerías, también son clientes habituales de las nuevas lavanderías autoservicio, aunque el fenómeno va mucho más allá. Hace un par de años este diario recogió la **apertura de unas 40 en poco tiempo**, ahora son muchísimas más aunque no hay un censo oficial porque el ayuntamiento no contabiliza las tipologías comerciales totales. Solo el sello La Wash, creado en la capital catalana en el 2012, suma ya 35 tiendas en Barcelona (más tres en preparación) y 25 en el área metropolitana, aunque tiene vocación internacional, explica su gerente, Javier Llacuna. La mayoría son en **régimen de franquicia**, pero presumen de acompañar como marca a los emprendedores (desde inversores hasta los que buscan autoempleo) y primar el "servicio de barrio".

De la evolución del concepto da fe su nueva 'app' que permite pagar con el móvil y recoger la colada cuando está lista. Una opción que **atrae tanto a residentes temporales sin lavadora como a familias numerosas** (hay lavadoras de hasta 19 kilos de carga) personas que prefieren lavar así piezas grandes, en vez de llevarlas a la tintorería.

En Fresh Laundry, impulsada por Roberto Haboba y con 41 establecimientos a la espalda (más de una docena en Barcelona) han llegado a calcular que para una familia media las lavanderías pueden suponer **un ahorro anual de mil euros** entre electricidad, agua y productos de limpieza. Posiblemente ese argumento llene sus sedes de un público cada vez más variado y donde además la mitad de los franquiciados repiten. En su opinión la saturación está lejanda porque este mercado emergente **aún dista mucho de las cifras de EEUU o Francia**, por ejemplo. Y como negocio, la franquicia implica la adquisición de una maquinaria industrial y la gestión autoservicio, donde se abre y cierra cada día desde el móvil. La consigna es la rapidez (45 minutos para lavar y secar hasta 17 kilos de vez) y existe hasta servicio para ropa de mascotas.

Ese final del túnel de la crisis se ha saldado en poco más de un año con la **apertura de un millar de inmobiliarias**, como informó este diario el pasado mes. El repunte de venta de viviendas y el incremento de precios de compra y de alquiler han puesto en efervescencia de nuevo al sector, que ahora ofrece un aspecto renovado, con escaparates con pantallas informativas que diseccionan la oferta. Lo llamativo es que algunas tienen más demanda que oferta real de inmuebles. Pero la mínima estructura e inversión favorece su proliferación.

Las aperturas en boga también tienen a los **alimentos saludables** por protagonistas, con productos de dietética y ecológicos cada vez más demandados entre los consumidores concienciados con lo que comen. No obstante, su presencia aún es menor que la de colmados regentados por inmigrantes, de los que ya hay 1.100 en toda la ciudad. Las nuevas tiendas 'sanas' son más grandes y tienden a incluir tanto envasados como frutas y verduras, aunque encajan sobre todo en los distritos con mayores rentas.

Otros negocios son más territoriales. En Ciutat Vella ha habido una gran proliferación de nuevos servicios vinculados al turista (como alquiler de bicicletas y segways por horas), destacan desde el observatorio económico Eixos.

TEMAS

[Comercio](#) [Franquicias](#) [Tendencias](#)

130

COMENTARIOS 17

Te recomendamos

Te recomendamos



La tragedia del 'Deluxe'
El Periódico Vídeos



Descubre los regalos
más deportivos para el
Día del Padre
Sport.es



Alves: "La independencia de
Catalunya sería un...
Sport.es



¿Qué fue de... Clos? Héroe por
accidente en el Barça de los
ochenta
Sport.es

Contenido patrocinado



Ex Asesor de Trump predice el Fin
de España
Inversor Global



Los expertos están en shock. Este
curioso truco online permite
conseguir gangas en España
RinconRed



El Parlamento británico condena la
sentencia de inhabilitación a Mas,
Ortega y Rigau
Bolsamanía



BBVA lanza la 9ª edición de BBVA
Open Talent, la principal
competición 'fintech' del mundo
BBVA

recomendado por

Powered by Livefyre

Normas de participación