

La franquicia española sigue ampliando mercados

El modelo de franquicia está dando respuesta a las necesidades laborales de muchos emprendedores, y también a los objetivos de expansión, tanto nacional como internacional, de numerosas firmas. En la esfera internacional, 285 marcas de franquicias españolas ya están presentes en un total de 127 mercados. Las previsiones del sector franquiciador apuntan además a que se mantendrá la tendencia positiva en este año 2015.

Área Internacional de Afi

La franquicia ha adquirido gran protagonismo en los últimos años, auspiciada por la coyuntura de crisis. Un entorno que favorece la expansión de modelos de negocio probados y con buen desempeño, bajo la que reside el concepto de franquicia. Ante la disminución del poder adquisitivo de la población, la actividad económica en ciertos sectores tiende a concentrarse, de tal modo que aquellas marcas menos consolidadas y de menor dimensión suelen ser las que registran un impacto más negativo. Asimismo, en un contexto de crisis las grandes empresas que operan en el mercado buscan ampliar su cuota de mercado tratando de minimizar sus desembolsos de capital. El deterioro de la demanda no garantiza la estabilidad y, sin embargo, han de mantener la retribución al accionista, por lo que el lanzamiento o aumento del número de establecimientos franquiciados permite dar soporte a estos condicionantes.

En el sector de la distribución el auge de la franquicia está siendo si cabe más destacado. Es una alternativa estratégica ampliamente seguida para hacer frente a la crisis, por la mayor rentabilidad relativa que representa en los procesos de apertura



de nuevos locales. Además, también se observa que el desarrollo de estrategias comerciales multicanal, incluyendo la venta *on-line*, lleva a las empresas a buscar nuevos puntos de venta de pequeña dimensión que, por un lado, refuercen la imagen de marca y, por otro, sirvan de puntos de entrega de las compras canalizadas a través del comercio electrónico.

Por otra parte, también ha resultado una coyuntura proclive para el auto-emprendimiento,

SEGUROS PARA EMPRESAS



¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Por momentos como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparte desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



ante un mercado laboral languidecido y la escasez de oportunidades de trabajo por cuenta ajena. Así, en 2014 se intensificó el número de emprendedores españoles que decidieron apostar por la fórmula de la franquicia: fueron un total de 4.529 los nuevos emprendedores (franquiados), de acuerdo con los datos de «La franquicia en cifras 2015», una publicación de Mundofranquicia Consulting. Con ello, el número de establecimientos franquiciados supera los 52.400 en nuestro país, habiéndose incrementado un 9,4% en relación con el censo de 2013. No en vano, su facturación (20.066 millones de euros) responde por un 9,36% del total de ventas del comercio al por menor en España, y por el 13,4% de los puestos de trabajo en ese sector (las franquicias dan empleo a más de 213.700 personas, habiendo aumentado un 1,7% respecto a 2013).

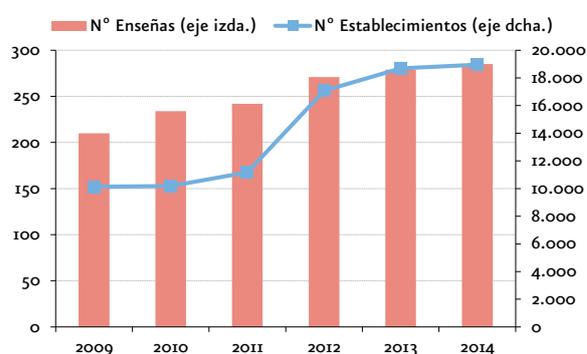
Un modo de hacer las cosas exitoso, la obtención de formación y asesoramiento específicos, la asistencia técnica, el acceso a proveedores en mejores condiciones de precios, la disponibilidad de publicidad y otras acciones de marketing ya planificadas, etc., son algunos de los ingredientes que alimentan las bondades de la opción de la franquicia para aquellos que deciden crear su negocio. Siempre es más fácil, y también más atractivo si se quieren limitar los riesgos, seguir un esquema de negocio ya probado y que funciona, contar con una marca reconocida en el mercado.

ÁMBITO INTERNACIONAL

El apetito por la franquicia y su expansión es asimismo trasladable a las marcas extranjeras que se establecen en España, y a la actividad internacional de las españolas. Las primeras, suman 142 marcas a cierre de 2014, procedentes de un total de 22 países, aunque predominan las de origen estadounidense, alemán, francés e italiano. Éstas, salvo las alemanas, también son las que han registrado un mayor crecimiento en nuestro país en el último año, de acuerdo con Mundofranquicias.

En cuanto a la expansión exterior de la franquicias españolas, hay que señalar que ya son 285 las marcas o enseñas de nuestro país que operan en un total de 127 mercados, a través de 18.957 establecimientos, según el informe estadístico 2014 de «La franquicia española en el mundo», editado por la Asociación Española de Franquiciadores (AFE). Desde esta organización, representativa del sector de la franquicia en España, se prevé además una continuidad de esta tendencia positiva durante este año 2015.

Evolución de la presencia internacional de la franquicia española



Fuente: Afi, a partir de AEF.

No obstante, a pesar de las buenas cifras globales, la mayoría de los establecimientos franquiciados pertenecen a un número reducido de marcas. En este sentido, tan sólo Mango, Grupo Inditex (Zara, Bershka, Pull&Bear, Massimo Dutti, Stradivarius, Zara Home, Oysho, Uterqüe y Kiddy's Class) y Grupo Cortefiel (Springfield, Women'secret, Cortefiel y Pedro del Hierro) poseen una amplia presencia en el exterior, como destaca el informe «La franquicia española en el mundo 2015», de Tormo Franchise Consulting. Es más, esas compañías, junto con DIA, Fotoprix, Naturhouse, No+Vello, MRW y Telepizza acaparan el 80% de los establecimientos de franquicias españolas fuera de nuestras fronteras.

SEGUROS PARA EMPRESAS



CUBRA
CASI
TODOS SUS
IMPREVISTOS

¿Quién no ha
derramado alguna vez
el café sobre la mesa?

Personas como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparte desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



En la cara opuesta, nos encontramos con el hecho de que 67 marcas tan sólo poseen un establecimiento fuera de España, mostrando un grado de internacionalización todavía muy incipiente.

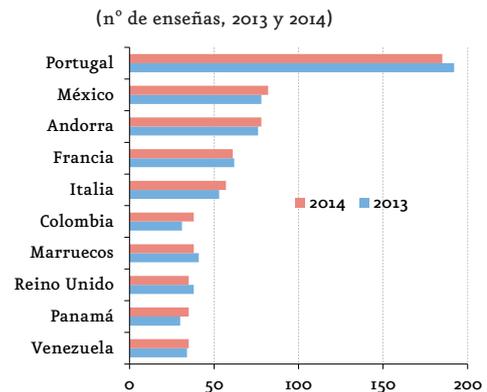
Esta concentración de las franquicias españolas en el exterior no se circunscribe solamente a las marcas, sino también tiene un perfil geográfico. Basta apuntar que el 65% de las marcas franquiciadoras están implantadas en Portugal, un mercado que lidera la atracción de franquicias de capital español. Un porcentaje muy cercano al mencionado también es representativo del número de establecimientos de franquicias de origen español en los diez principales países de mundo en los que están presentes todas nuestras franquicias.

En la vertiente sectorial vemos asimismo que más de la mitad del total de las marcas de franquicias que han salido fuera de España se circunscriben a tres actividades: moda (25,6% del total), hostelería y restauración (17,2%), y belleza y estética (11,6%).

PERFIL GEOGRÁFICO

Como se indicaba, Portugal goza de un peso preponderante (tanto por número de marcas como de establecimientos) en las estrategias de internacionalización seguidas por las franquicias de nuestro país. Si bien, éstas también han apostado por otros destinos geográfica y/o culturalmente próximos. Así en el decálogo de sus destinos preferidos nos encontramos, en términos de presencia de enseñas (marcas) españolas, con cinco países europeos (Andorra, Francia, Italia y Reino Unido, además de Portugal), cuatro latinoamericanos (México, Colombia, Panamá y Venezuela) y Marruecos. Entre ellos, cabe destacar los casos de Colombia y Panamá, al ser los que han registrado un mayor avance en el último año. Lo que les ha permitido entrar en 2014 en el top 10 de países con mayor presencia de marcas españolas, según datos de la AEF.

Top 10 - principales mercados de las marcas franquiciadoras españolas



Fuente: Afi, a partir de AEF.

En relación con el número de establecimientos, si bien la Unión Europea y Latinoamérica concentran a la mayoría de los principales destinos, entre los diez primeros también se hacen hueco China y Estados Unidos. En el mercado chino las marcas franquiciadoras españolas abrieron dos nuevos establecimientos y en el estadounidense cuatro. Y ambos mercados ofrecen todavía un amplio margen para aumentar la presencia de la franquicia española.

Tampoco se han alcanzado las cotas de implantación deseables en América Latina, y la apuesta por Asia podría ser más decidida, aunque entre 2013 y 2014 se incorporaron 228 establecimientos en este continente. Igualmente, el sector de la franquicia español está convencido de que otros mercados del Este y Sur de Europa (Bulgaria, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Rumanía y Turquía, entre otros) también presentan un elevado potencial para la expansión de este modelo de negocio.

En conjunto, en 2014 las franquicias pusieron su sello español en 127 países, habiendo conquistado cinco nuevos mercados (aunque han dejado de tener presencia en Mozambique, por lo que el saldo es de cuatro mercados adicionales). Tres de ellos son asiáticos: Kirguistán, Myanmar y Pakistán; y los otros dos son africanos: Guinea Ecuatorial y Tanzania.

SEGUROS PARA EMPRESAS



CUBRA
CASI
TODOS SUS
IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Personas como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparte desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



COMPORTAMIENTO SECTORIAL

Desde la perspectiva sectorial, persiste el liderazgo de los servicios. Un liderazgo que podría mantenerse en el tiempo, ya que cuentan con mejores expectativas de crecimiento.

Las marcas o enseñas que se han internacionalizado más recientemente pertenecen principalmente a los sectores de alimentación, y hostelería y restauración. Aunque también se han dado nuevas entradas en el negocio internacional en los casos de empresas de belleza y estética, servicios informáticos, de automoción y de transportes.

Ese comportamiento sectorial, sin embargo, no ha ido parejo con las cifras globales de apertura de establecimientos en el exterior. En este caso, existe un sector que lidera claramente la incorporación de más puntos de venta de franquicias fuera de España: es el sector de la moda, que en 2014 asistió a la apertura de más de 1.200 locales. Un censo similar, de 1.190 establecimientos, ha sido el que, sin embargo, ha perdido el sector de la alimentación. La hostelería y restauración también presenta datos negativos en este ámbito, al perder 48 establecimientos.

A su vez, las enseñas de venta de colchones, de deportes, ópticas, joyerías y prestatarias de servicios financieros muestran más rezago a la hora de expandir su formato de negocio en otros países.

En sus sectores de actividad tan sólo una o dos marcas españolas han dado el paso hasta ahora, según los registros de la AEF.

En cuanto a la diversificación geográfica de los distintos sectores, nuevamente las franquicias de moda españolas son las que están presentes en un mayor número de países: un total de 117 nacionalidades diferentes. Además, entre 2013 y 2014 han penetrado en cuatro nuevos mercados.

Otros de los sectores que muestran un elevado grado de cobertura geográfica, y que requieren igualmente una mención destacada, son, el de mobiliario y textil – hogar, presente en 72 países, y el de hostelería y restauración, que está llevando el sabor español a 55 mercados ::

SECTORES CON MAYOR NIVEL DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FRANQUICIAS ESPAÑOLAS (2014)

Sectores	Nº Enseñas	Nº Locales	Nº Países
Moda	73	8.411	117
Hostelería y Restauración	49	1.396	55
Belleza y Estética	33	1.276	32
Tiendas Especializadas	21	470	36
Mobiliario y Textil Hogar	13	532	72
Informática	11	176	18
Alimentación	10	3.188	8
Enseñanza y Formación	8	63	26
Tintorerías	7	468	28
Centros de Ocio	6	37	12

Fuente: Afi, a partir de AEF.

SEGUROS PARA EMPRESAS



CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Porrones como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

