
LA FRANQUICIA VISIÓN 2008 - 2015

Servicio de análisis y estudios de Tormo Franquicias Consulting

Este informe es el resumen y el análisis de un largo tiempo transcurrido en el sistema de franquicia desde el inicio de la crisis hasta la actualidad. En concreto, el periodo que discurre entre los años 2008 y 2015. Aporta una perspectiva suficientemente amplia, ajena a movimientos puntuales, como para darnos las claves generales y el comportamiento de esta forma de hacer negocios a lo largo de este tiempo.

Los datos que presentamos coinciden con el inicio de la época de crisis que nos ha tocado vivir y abarcan hasta el cierre de 2015. Presentan un recorrido suficientemente amplio que permite tener una amplia perspectiva del comportamiento del sector a lo largo de este tiempo.

A continuación, destacamos los aspectos más singulares de este periodo en cada una de sus variantes analizadas.

Vuelve el crecimiento

En el periodo 2008-2015, analizado en su conjunto, pueden destacarse dos fases claramente diferenciadas que afectan de forma desigual a cada uno de los factores analizados.

Una primera etapa de sostenibilidad entre los ejercicios 2008 y 2011 donde tras una caída inicial el sector, no presenta crecimiento pero tampoco presenta retroceso gracias a las nuevas incorporaciones que no dejan de producirse, hasta llegar al ejercicio 2012 donde se produce una importante caída que viene producida por la pérdida acumulada de 17.170 unidades y más de 70.000 empleos.

Si bien es cierto que durante todos estos años se han venido produciendo múltiples cierres, estos han sido compensados por las nuevas incorporaciones producidas y que estos datos que presentamos responden al equilibrio compensado entre ambos.

La segunda etapa se inicia en el 2013, año en el que se estabiliza la situación y las perspectivas empiezan a ser positivas para iniciar de nuevo la senda del crecimiento en 2014 y 2015 con la creación de más de 4.000 nuevas unidades franquiciadas en cada uno de estos dos últimos ejercicios y un incremento en la inversión y facturación anual.

En paralelo, la creación de nuevas redes no ha dejado de ser una constante a lo largo de todos estos años, con la única excepción del 2012 donde se perdieron 227 enseñas. Con la excepción de dicho ejercicio, en cada uno de estos años su número ha sido creciente hasta alcanzar las 1.114 redes actuales lo cual indica la confianza del sistema empresarial hacia esta fórmula de negocio.

En consecuencia, este es un sistema que ha resistido las adversidades económicas y que no ha dejado de revitalizarse de forma constante y continuada, una tendencia que se mantendrá de forma creciente en los próximos años.

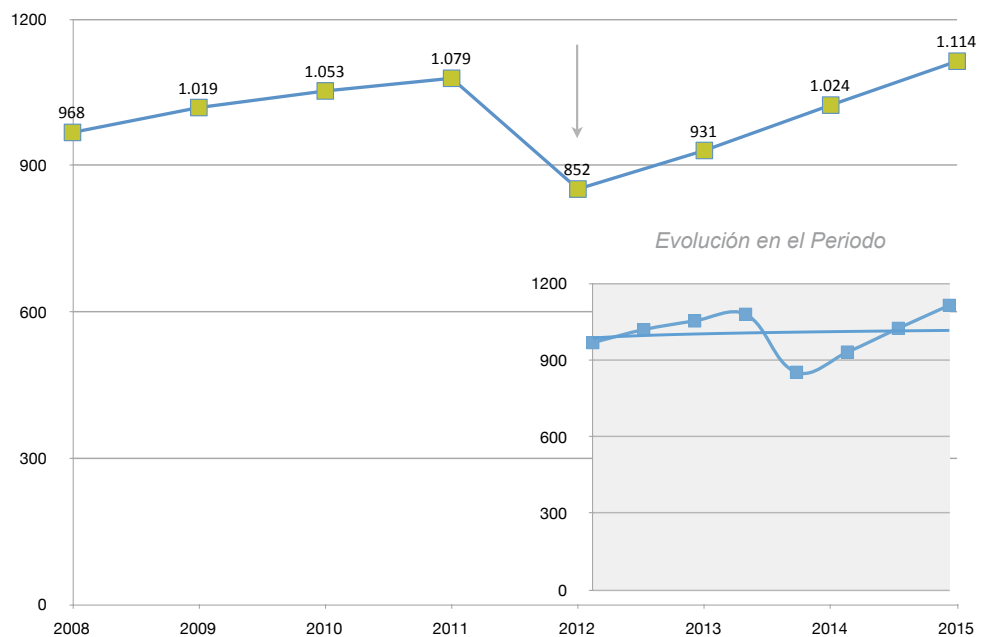
REDES: aspectos principales

A lo largo del periodo considerado asistimos a una incorporación anual que oscila entre las 120 y 180 redes anuales, destacando el ejercicio 2014 con 204 nuevas redes. También es cierto que todos los años discontinúan un número significativo de cadenas iniciadas en ejercicios anteriores.

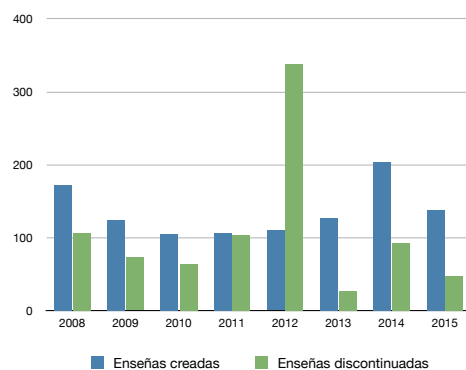
No obstante, el saldo anual es siempre positivo, con la excepción de 2012 donde se perdieron 338 redes que abandonaron su actividad. Sí es de destacar que de nuevo será necesario aplicar criterios más restrictivos que impidan la presencia de un número creciente de modelos de negocios con escasa validez que tratan de incorporarse en el mercado.

Es un hecho que el número de redes de franquicia seguirá creciendo. También es un hecho que el censo seguirá renovándose como lo ha hecho hasta la fecha y que no será inmune al factor moda como ya ha ocurrido en diferentes ámbitos. De igual forma, son todavía muchos los sectores por descubrir que irán apareciendo en el mercado y también son muchas las empresas, de todo tipo y tamaño, las que se incorporarán al sistema ante las oportunidades que éste ofrece.

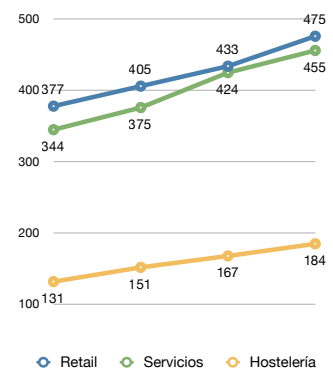
Evolución anual número de Redes



Creación anual número unidades



Redes por sector



UNIDADES: sin franquiciados no hay franquicia

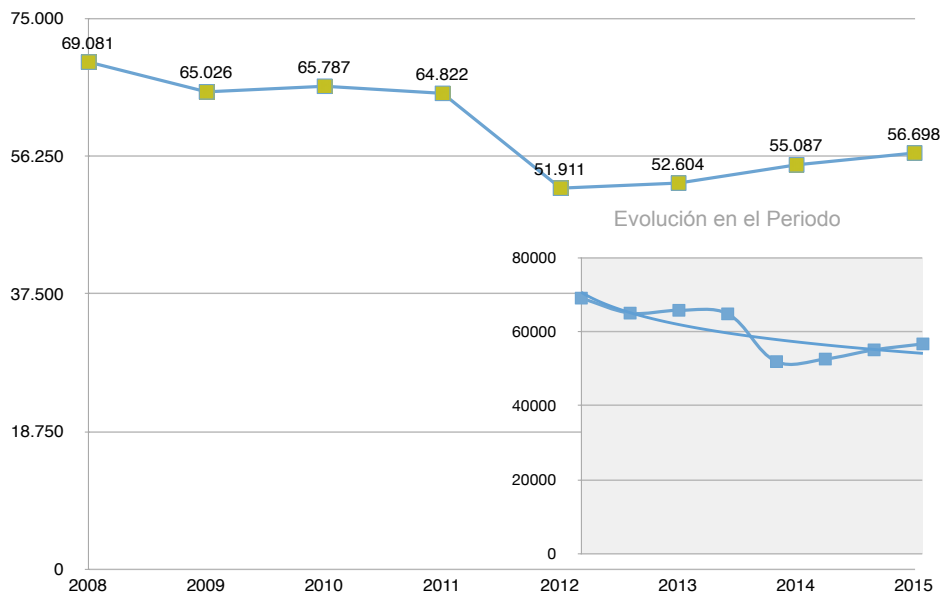
El auténtico termómetro de la franquicia. Sin franquiciados, no hay franquicia. Sin emprendedores, no hay sistema y sin inversores, no se crece. Durante el periodo analizado, el sistema se ha asentado establemente.

De las cerca de 70.000 unidades que operaban en 2008, se descendió hasta las 51.911 en 2012 para retomar de nuevo la senda del crecimiento en este 2013 hasta la fecha.

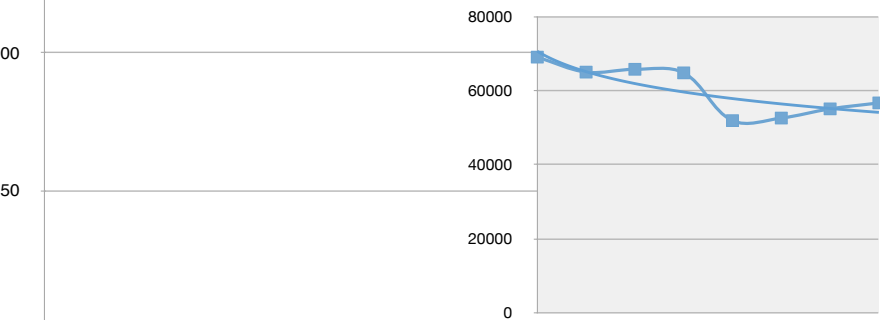
Hemos vuelto a crear anualmente más de 4.000 nuevas unidades de negocio y esta es una tendencia que no solo se mantendrá, sino que irá creciendo paulatinamente. Incluso en los de peores momentos no han dejado de abrirse nuevas franquicias. Puede cambiar el perfil de franquiciado, los sectores más influyentes, los rangos de inversión pero lo que es indudable es la fuerza de creación de nuevos negocios que genera el sistema.

El futuro inmediato se orienta principalmente hacia un crecimiento continuo en el ámbito de los sectores tradicionales: retail, restauración, alimentación y servicios especializados, con un crecimiento que también se reflejará en los modelos de negocio de nicho claramente desarrollados. En paralelo, los sectores tradicionales seguirán manteniendo su crecimiento y continuo asentamiento.

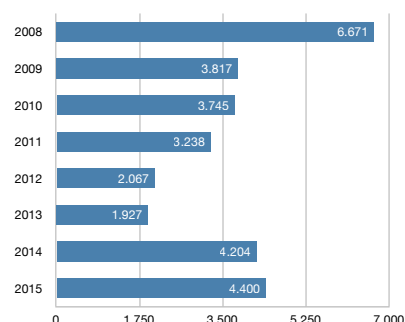
Evolución anual número de Unidades



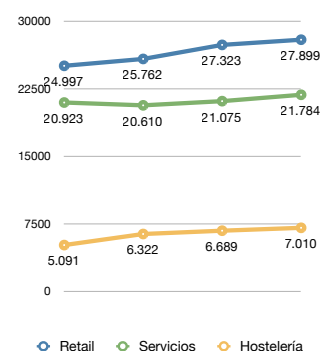
Evolución en el Periodo



Creación anual número unidades



Unidades por sector

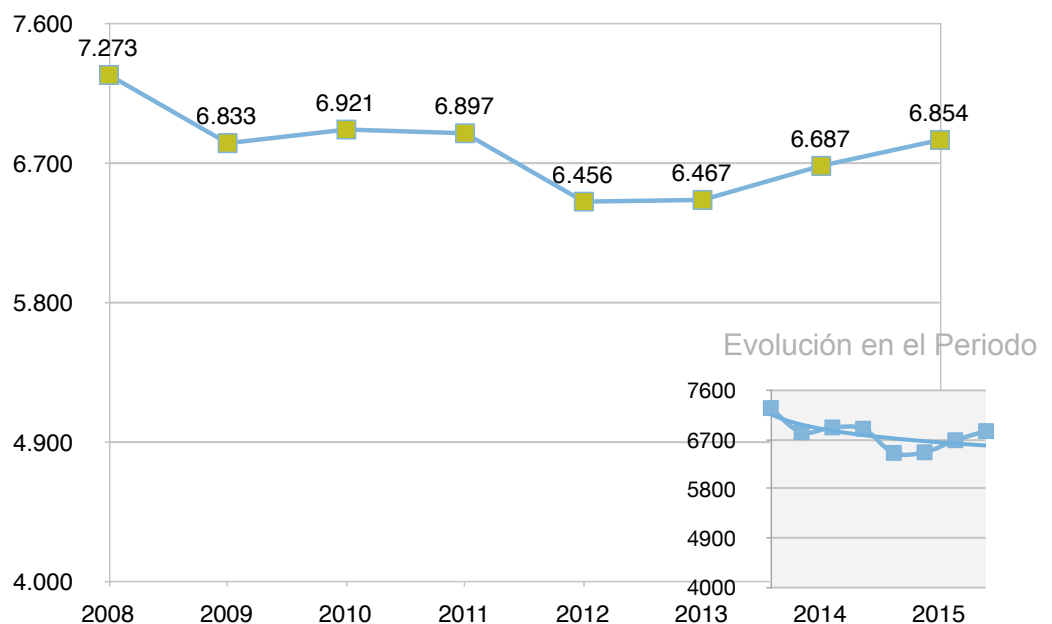


INVERSIÓN: una necesidad y una constante

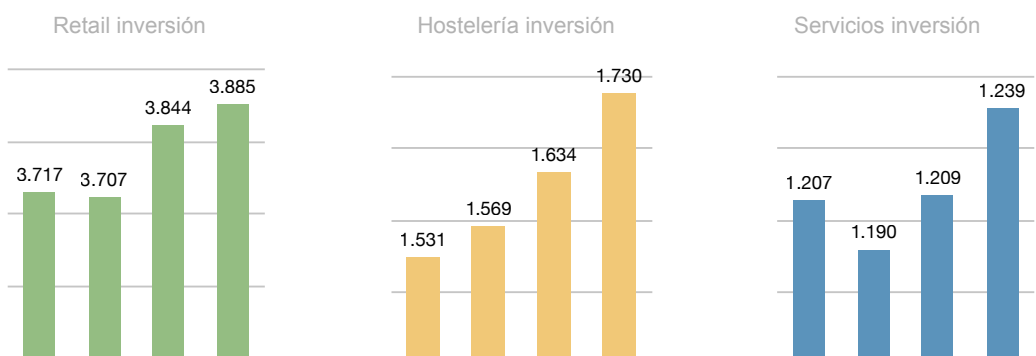
La inversión en general se ha visto afectada en diferentes momentos a lo largo de este periodo. Presenta fuertes decrecimientos en 2009 y 2012. En estos momentos vuelve paulatinamente a recuperarse de forma gradual y continuada. Hay que destacar en este apartado la significativa reducción de las barreras de entrada por parte de las empresas franquiciadoras en pos de facilitar el acceso de nuevos emprendedores y franquiciados. Ello redundará en un crecimiento mucho más moderado de lo que corresponde a los incrementos generados en el sector.

No obstante, la inversión seguirá incrementándose y se iniciará de nuevo la entrada progresiva de inversión especializada que irá en aumento y facilitará el desarrollo de aquellas marcas que seleccionen.

Evolución anual de la Inversión



Evolución sectorial inversión

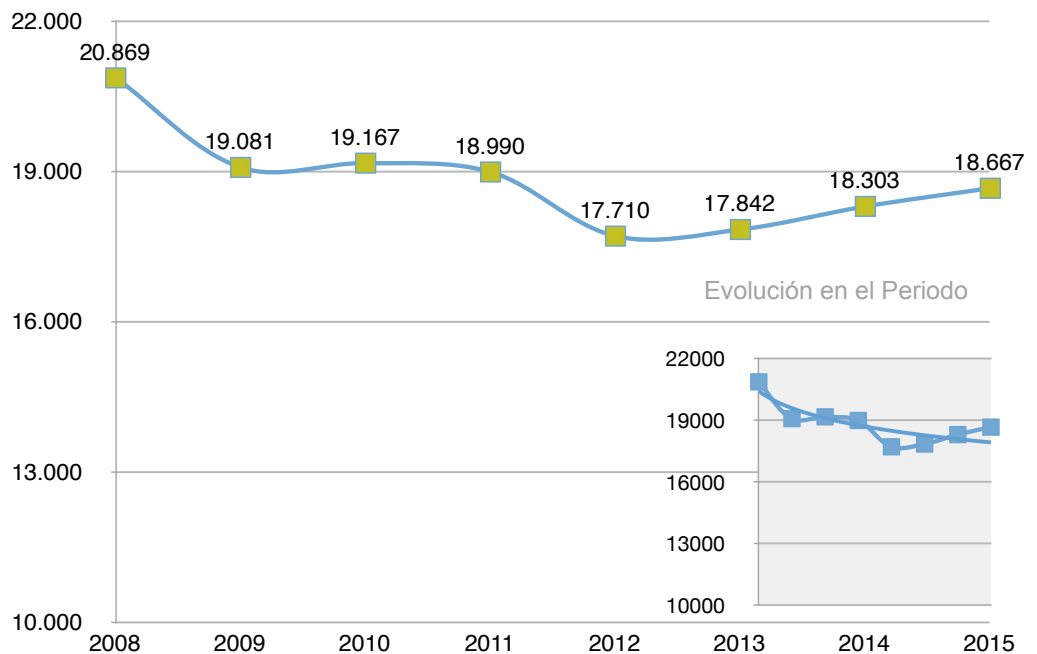


FACTURACIÓN: crece de nuevo y se recupera

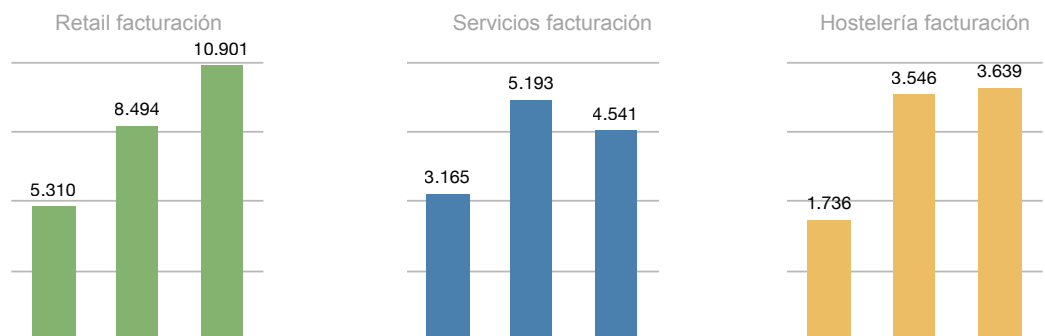
En este apartado, la facturación global del sector, que se duplicó en tan solo siete años en el periodo 2003-2010 alcanzando los 21.000 millones de euros, vuelve a recuperarse tras su decrecimiento hasta los 17.710 millones de euros del ejercicio 2012.

Se pone de manifiesto un importante incremento en el sector Retail que acumula 11.137 millones de euros como resultado del asentamiento de muchas de las marcas presentes en el mercado y también de la aparición de nuevos operadores. Le sigue Restauración con 3.805 millones de euros que mantiene cifras crecientes tras recuperarse del cierre de unidades que actualmente vuelve a recuperar y consolidar y que no dejarán de ir creciendo. En este sector se dan cita los grupos empresariales que aglutinan múltiples marcas. Por su parte, el sector Servicios con 3.725 millones de euros, no logra recuperar las cifras de antaño y tan solo logra mantenerse.

Evolución anual de la facturación



Evolución sectorial facturación



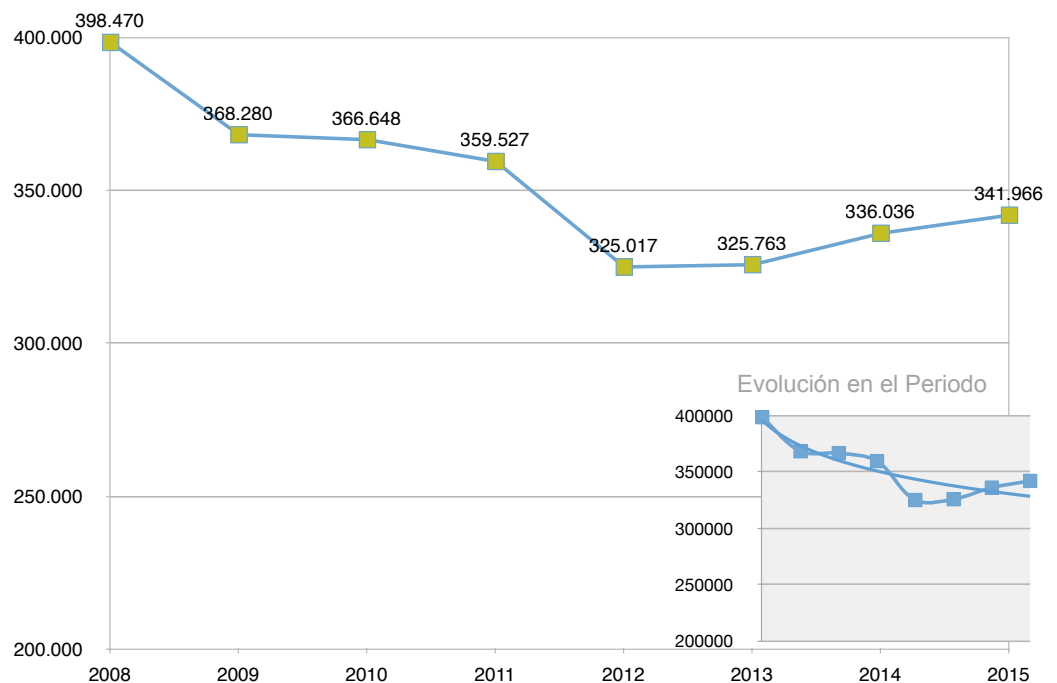
EMPLEO: lejos de lo esperado

El empleo en la franquicia ha sido el gran penalizado. En tan solo 4 años se perdieron cerca del 20% de empleos como consecuencia del cierre de un importante número de unidades. Los 400.000 empleos que generaba el sistema de franquicia se vieron reducidos a 325.000 empleos en este mismo periodo.

La senda del crecimiento está siendo más lenta de lo esperado. En estos momentos el sistema en su conjunto emplea 341.966 personas y la tendencia de su evolución, siendo positiva, es inferior a la esperada, tal y como muestra el último ejercicio analizado, donde su crecimiento es de un 1,8%, muy por debajo de lo esperado.

Este es un sistema que debe ser un motor en la generación de empleo y precisa todos los apoyos que sean necesarios para su reactivación.

Evolución anual del Empleo



La Franquicia crece por encima de otros sectores

Comparando los índices de crecimiento interanuales con el resto de sectores productivos de la economía española, se nota un sustancial incremento y aceleración en todo el periodo considerado.

El sistema de franquicia ha crecido muy por encima de cualesquiera otros sectores en el conjunto 2008-2015.

Ello afecta a la creación de nuevas redes, al número de unidades franquiciadas, a la facturación total del sector, a las inversiones producidas en el mismo así como al empleo generado. Por otro lado, las expectativas actuales son las de un crecimiento exponencial que superará cualesquiera otros índices.

El paraíso de las pymes

En pocos entornos empresariales se sienten tan cómodas las pequeñas y medianas empresas. La franquicia se ha evidenciado como el único sistema que permite crecer a una empresa desde la base de un pequeño negocio exitoso o también una idea empresarial y proyectarla hasta el infinito.

Todas las marcas que hoy conocemos son en su mayoría pequeñas, muy pequeñas empresas, que se iniciaron con muy poco, partiendo de escasos recursos y se han encontrado inmersas en un sector que les ha brindado la posibilidad de crecer y alcanzar posiciones casi insospechadas por sus impulsores.

Ser franquiciadores les ha permitido concentrarse en lo que de verdad saben hacer. Todos ellos se han especializado en nichos de mercado, consiguiendo diferenciarlos y diferenciarse a la vez en ellos con ofertas que se han encontrado directamente con las necesidades de los clientes. A la vez, han sido capaces de mostrarse a los emprendedores e inversores que se han sentido atraídos por ellos. El resultado ha sido que, operando en nichos de mercado en muchas ocasiones reducidos, se han hecho grandes como empresas y se han hecho grandes en los mismos. Han capitalizado un importante mercado hacia sí y han desplazado a cualquier otro competidor que no operara bajo el régimen de franquicia o estuviera consolidado en cadena.

También es evidente que son sus empresas las que mejor se han adaptado en estos tiempos a las demandas de los consumidores y mejor se encuentran con las necesidades de los clientes aportando flexibilidad, modernidad e innovación.

CONCLUSIÓN Y TENDENCIAS

Consolidación y crecimiento

El aspecto más relevante que se desprende de este Informe es la consolidación del crecimiento y recuperación del sector franquicia tras el periodo analizado.

Se consolida la etapa de crecimiento iniciada de un tiempo a esta parte. Si el ejercicio anterior pudo definirse como el año donde tanto las empresas como los nuevos emprendedores confiaban en el sistema de franquicia, este ejercicio 2015 puede ser definido como el de la consolidación de la nueva etapa de crecimiento iniciada. Todas y cada una de las principales variables presentadas en este Informe muestran la consolidación de un crecimiento al alza, muy por encima de nuevo de los indicadores de nuestra economía que hacen prever un 2016 y posteriores altamente positivos.

Crecimiento más acelerado

Son múltiples las oportunidades de crecimiento para las empresas franquiciadoras en todos los ámbitos de actividad. Como aspectos principales destacarán: una demanda creciente de sus marcas por parte del mercado, inversiones más accesibles para el emprendedor y un número importante de emprendedores e inversores que seguirán accediendo de forma creciente a la franquicia.

A todo ello debe añadirse la esperada irrupción de una mayor accesibilidad al crédito proporcionado por las entidades financieras y que ya ha empezado a ser notorio.

Aparición continua de nuevas marcas y nuevos sectores de actividad

Seguirán creándose sectores de rápido crecimiento en consonancia con las nuevas tendencias y demanda del consumidor. En este ejercicio hemos asistido a la irrupción de: modelos de negocio online que han dado el salto a la franquicia; modelos de autoservicio como ha ocurrido en el caso de las lavanderías; una amplia variedad de nuevos modelos de restauración; alimentación especializada; cuidado personal y la consolidación de modelos de negocio low cost como ha ocurrido, entre otros, en el ámbito de perfumería y moda femenina.

Internacionalización de nuestras marcas

Si bien en estos momentos el día a día ha impedido a muchas redes proseguir sus procesos de expansión internacional, no hay duda de que con el apoyo o sin el apoyo de nuestras Administraciones Públicas, este es un camino que volverá a retomarse.