

La Expansión y Comercialización de Franquicias

Cómo están gestionando las empresas franquiciadoras sus procesos de expansión

Presentamos el informe **La Expansión y Comercialización de Franquicias** en el que se aborda la forma en que están gestionando las empresas franquiciadoras sus procesos de expansión.

El principal objetivo del mismo es conocer las principales estrategias de expansión llevadas a término por las empresas franquiciadoras, conocer con exactitud que están haciendo hoy sus equipos, sus responsables y cómo logran sus resultados de expansión en un mercado en cambio constante.

Este es un documento dirigido por igual a los empresarios franquiciadores, a todas aquellas empresas que quieren formar parte de este sistema, y a todos los directores y responsables de expansión de cada una de las empresas del sector.

Ha sido elaborado por un experimentado equipo de trabajo formado por nuestros consultores de franquicia, junto con el apoyo indiscutible de nuestro equipo de expansión.

Acerca de Tormo Franquicias Consulting

Tormo Franquicias Consulting es una de las principales empresas consultoras en franquicia en nuestro país. Su equipo acumula una amplia experiencia, tras haber participado en la creación y desarrollo de proyectos para más de 800 empresas franquiciadoras, ayudando a más de 3.000 personas a integrarse en redes de franquicia.

Sus servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Para obtener más información puede ponerse en contacto con:

Laura Acosta

Directora de Marketing y Desarrollo de Negocio
Tormo Franquicias Consulting

lacosta@tormofranquicias.es

A photograph showing a close-up of a business meeting. A person's hand is pointing at a laptop screen, while another person's hand holds a tablet. A third person's hand is holding a pen over the laptop. The scene is set on a dark wooden desk.

SOBRE ESTE INFORME

La Expansión y Comercialización de Franquicias es el resultado del trabajo de investigación y análisis realizado por Tormo Franquicias Consulting. El mismo, recoge desde la opinión de los empresarios y responsables de expansión de las empresas franquiciadoras, su situación general en este apartado fundamental que implica su propio crecimiento y el desarrollo de las mismas.

En este informe han participado 114 empresarios y responsables de expansión pertenecientes a cerca de 20 sectores diferentes de actividad y de distintas comunidades autónomas. El informe ha sido realizado entre finales del mes de mayo y mediados del mes de julio, por lo que refleja la realidad más cercana que puede ser presentada en estos momentos.

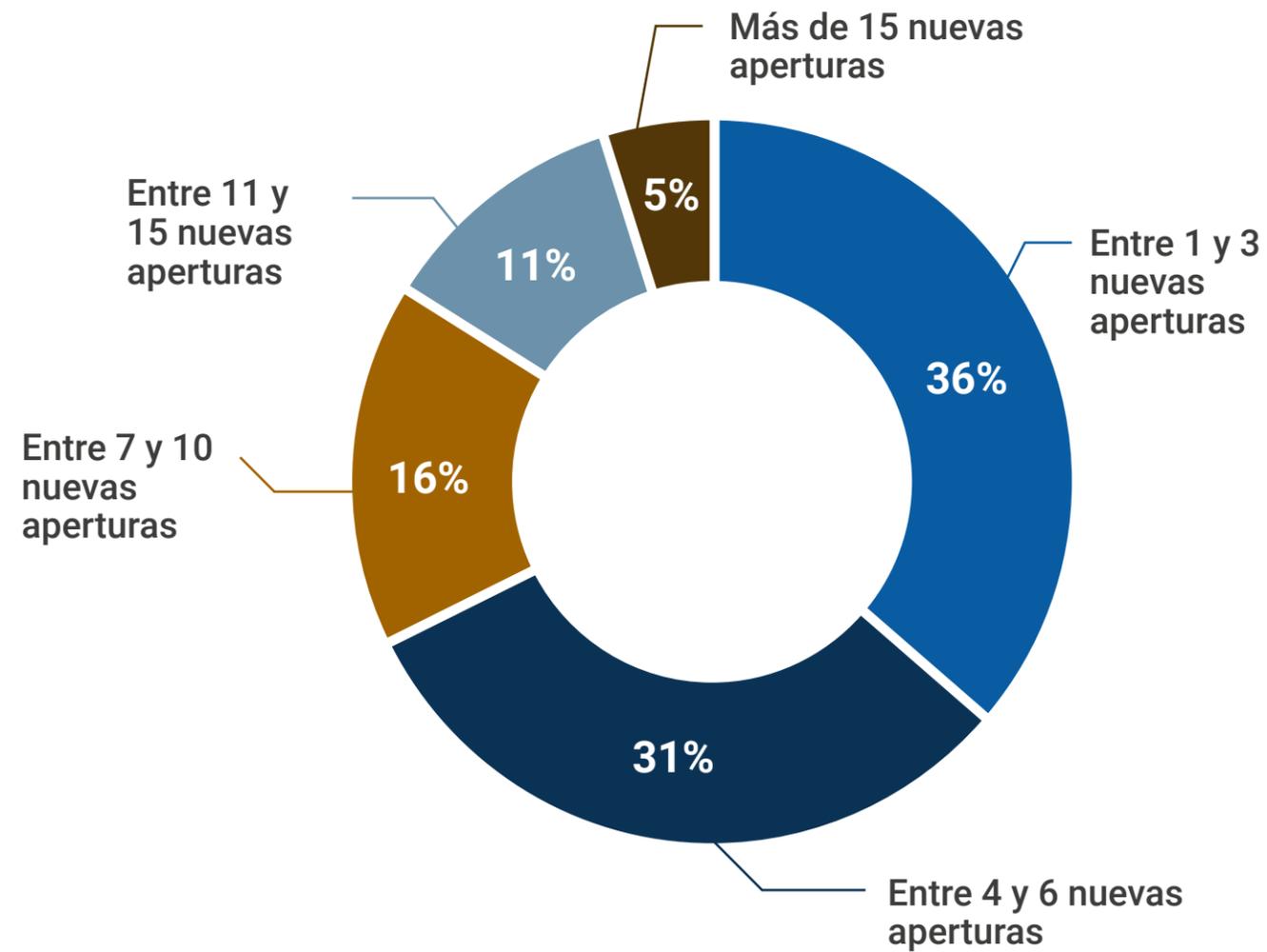
Este informe **La Expansión y Comercialización de Franquicias** muestra una visión realista de los fundadores y responsables de expansión de todas las empresas que franquician.

Tormo Franquicias Consulting, ha elaborado este informe sobre La Expansión y Comercialización de Franquicias dirigido a todo el sector. El mismo ha sido realizado a través de encuestas directas, telefónicas y entrevistas personales. A continuación se muestran los resultados del mismo.

LA EXPANSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRANQUICIAS

1. ¿Cuál es el número de firmas de contratos y/o nuevas aperturas previsto en este 2023?	5
2. ¿Están en el camino correcto para conseguirlas?	6
3. ¿Cómo tiene organizada la estructura de expansión?	7
4. Ha mantenido el mismo equipo de expansión en los últimos tres ejercicios	7
5. ¿Número de referencias y/o candidatos gestionados cada mes?	8
6. Tiempo medio de respuesta	9
7. Nivel de satisfacción en la expansión de su franquicia (valorado 1-10)	9
8. Acciones principales que están realizando para la captación de candidatos	10
9. Presupuesto mensual dedicado a la captación de franquiciados	11
10. ¿Qué próximos pasos y acciones tienen previsto para agilizar y incrementar el número de aperturas?	12
11. Para finalizar ¿cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta en la expansión y comercialización de su enseña?	13
CONCLUSIONES	14
DATOS Y METODOLOGÍA	15
INFORMACIÓN SOBRE TORMO FRANQUICIAS CONSULTING	16

1. ¿Cuál es el número de firmas de contratos y/o nuevas aperturas previsto en este 2023?



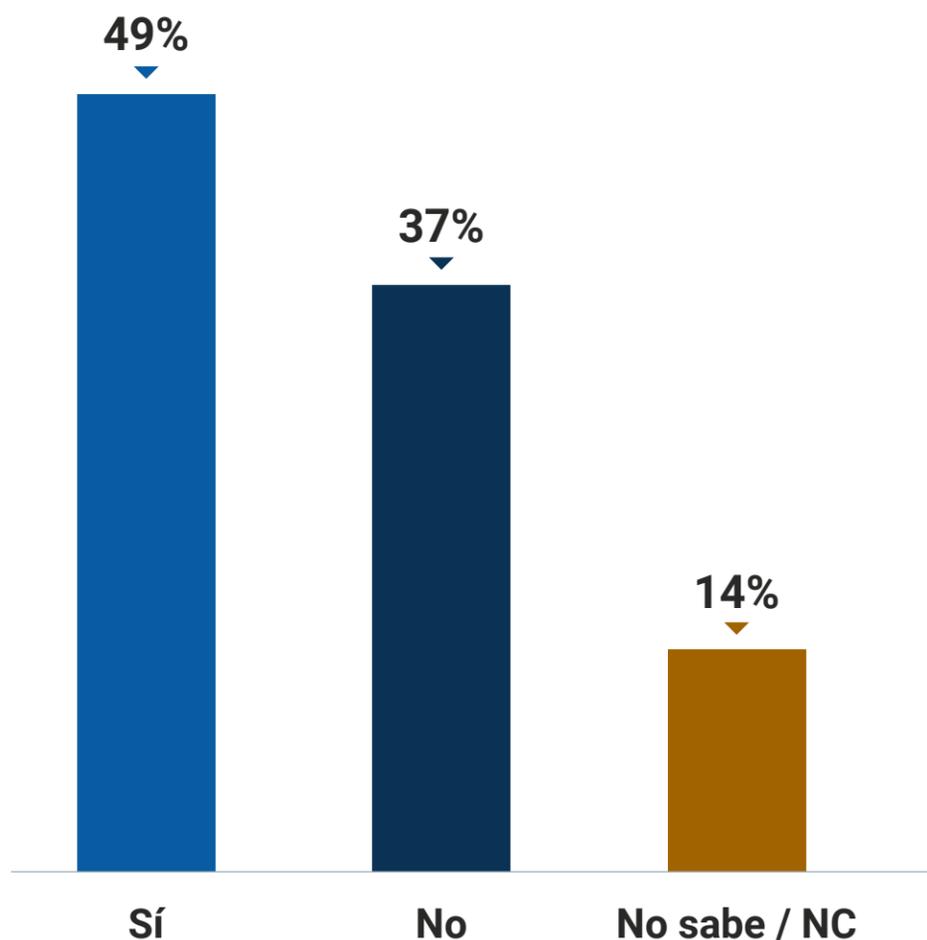
Nuevas firmas de contratos
(nuevas aperturas)

Un 36% de las empresas no tienen previsto superar las 3 firmas de contratos anuales y en conjunto un 67% no llegarán a seis.

Este es un dato significativo y que muestra una realidad que se mueve en dos direcciones: unas pocas empresas que logran múltiples aperturas y crecimientos más que significativos, frente a un importante número de empresas que crecen lentamente y que presumiblemente no conseguirán las suficientes economías de escala que les permitan ser competitivos en un futuro inmediato.

Tan solo un 11% de las empresas encuestadas tendrá más de 10 aperturas en este ejercicio y un 5% de ellas más de 15.

2. ¿Están en el camino correcto para conseguirlas?



Consecución de resultados

(en términos de aperturas)

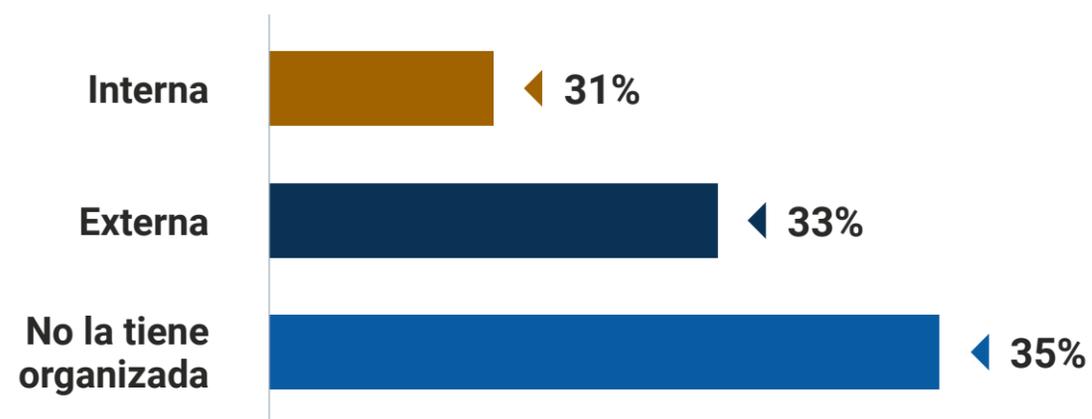
Un 49% de las empresas indica estar en el camino correcto para conseguir las aperturas previstas.

Las empresas que tienen previsto un mayor número de aperturas, en su amplia mayoría se encuentran en el camino para lograr e incluso superar sus expectativas de crecimiento en el área de expansión.

Sorprende que aquellas empresas con menores previsiones de aperturas son las que se encuentran en una situación más distante para poder conseguir sus objetivos.

En cualquier caso, un más que significativo número de empresas se encuentra muy lejos de conseguir sus objetivos.

3. ¿Cómo tiene organizada la estructura de expansión?



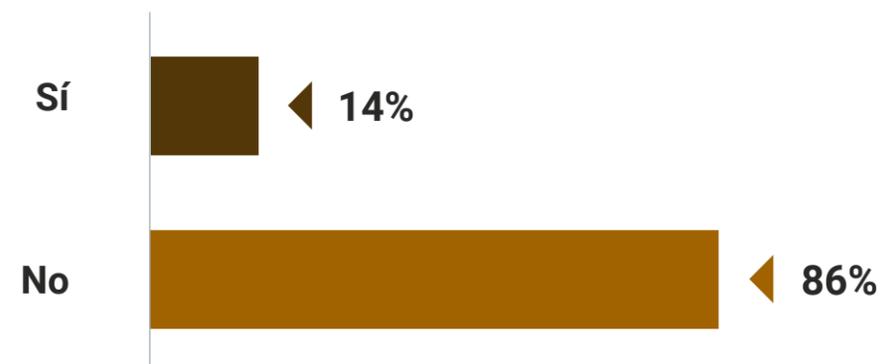
Un 31% de las empresas se organiza internamente en los procesos de expansión, mientras que un 33% confía su expansión en terceros.

Es más frecuente encontrar al equipo fundador ejerciendo las labores de expansión en empresas en fases de inicio, mientras que en aquellas más dimensionadas y/o a la vez más comerciales es habitual la figura de un director o responsable de expansión.

Adquiere cada vez más relevancia la presencia de empresas consultoras gestionando y responsabilizándose de los procesos de expansión de las empresas. Esta es una tendencia cada vez mayor y que bien entendida genera excelentes resultados.

Por último no deja de ser significativo el hecho de que un 35% de las empresas no tenga organizados sus procesos de expansión.

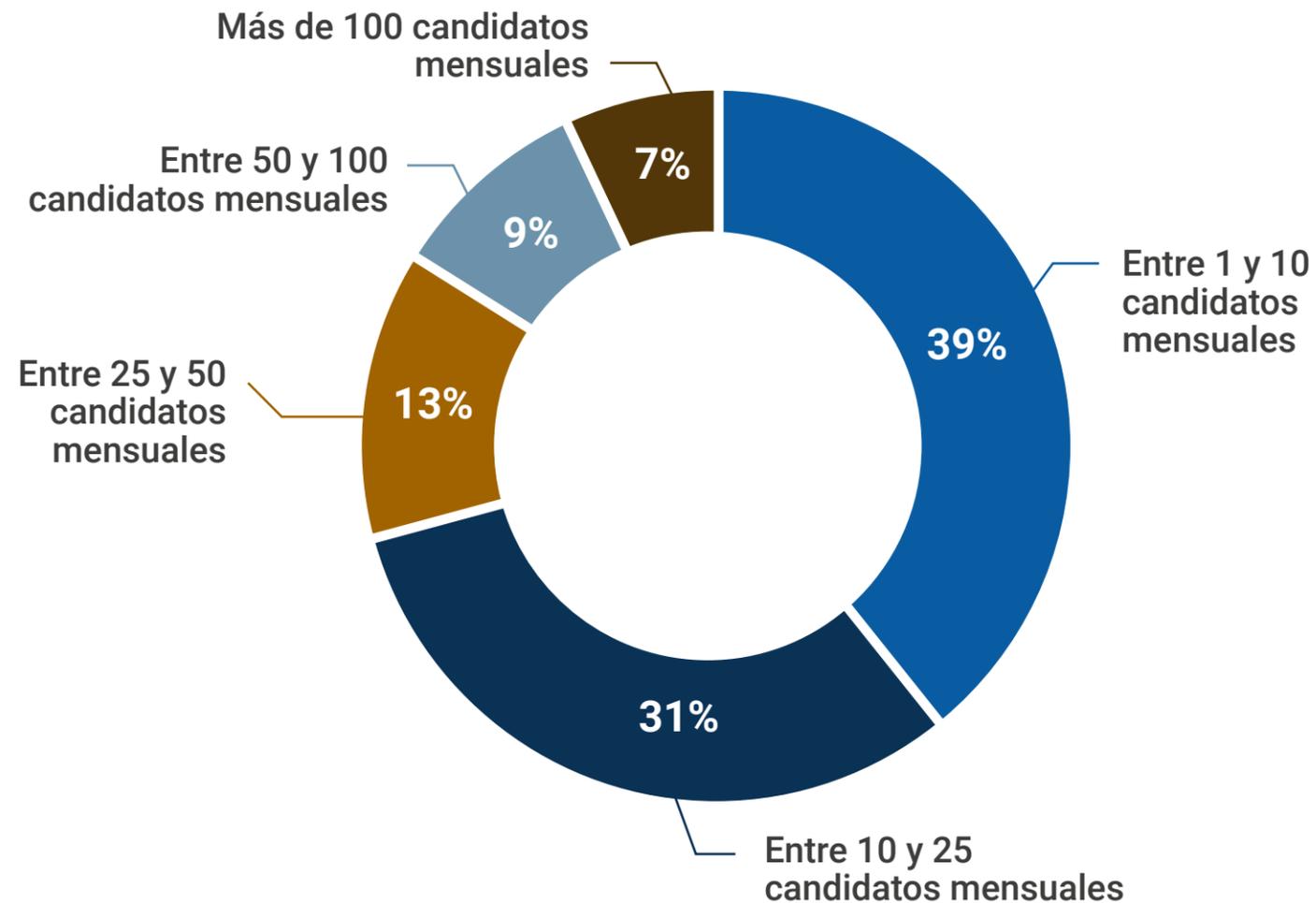
4. Ha mantenido el mismo equipo de expansión en los últimos tres ejercicios



Tan solo un 14% de las empresas que franquician mantienen la estabilidad del equipo de expansión.

Es evidente que existe una elevada rotación en las estructuras de expansión. Las causas son múltiples, pero este no es un buen indicador.

5. ¿Número de referencias y/o candidatos gestionados cada mes?



Candidatos mensuales

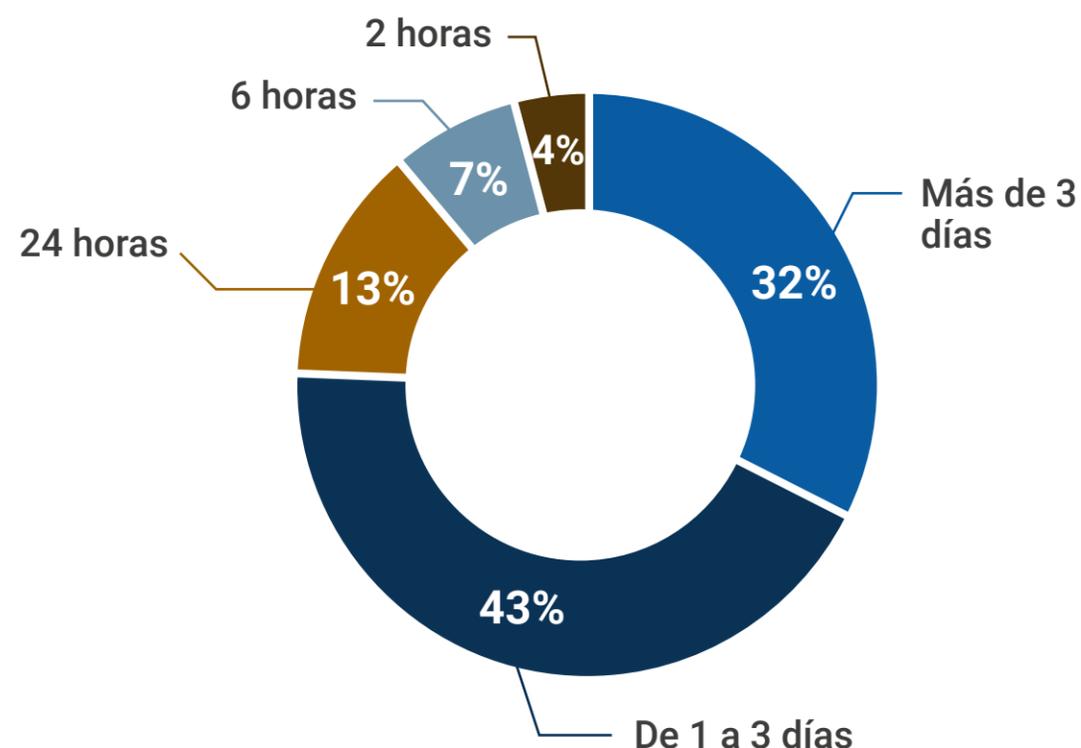
(número de referencias obtenidas)

Esta es una de las partes más importantes en los procesos de expansión. A mayor número de referencias de candidatos recibidas, más posibilidades de firmar contratos existen.

Es evidente que tan solo un 16% de las empresas tienen bien encarrilados sus procesos de expansión al generar un número superior a 50 referencias de candidatos mensuales. Un 13% se encuentra entre 25 y 50. El 70% restante de las empresas no alcanza la gestión de 25 interesados mes y un 39% de los mismos no llega a 10.

Posiblemente, sea este uno de los principales problemas de los departamentos de expansión: la falta de obtención de referencias para poder gestionar suficientes candidatos cualificados.

6. Tiempo medio de respuesta

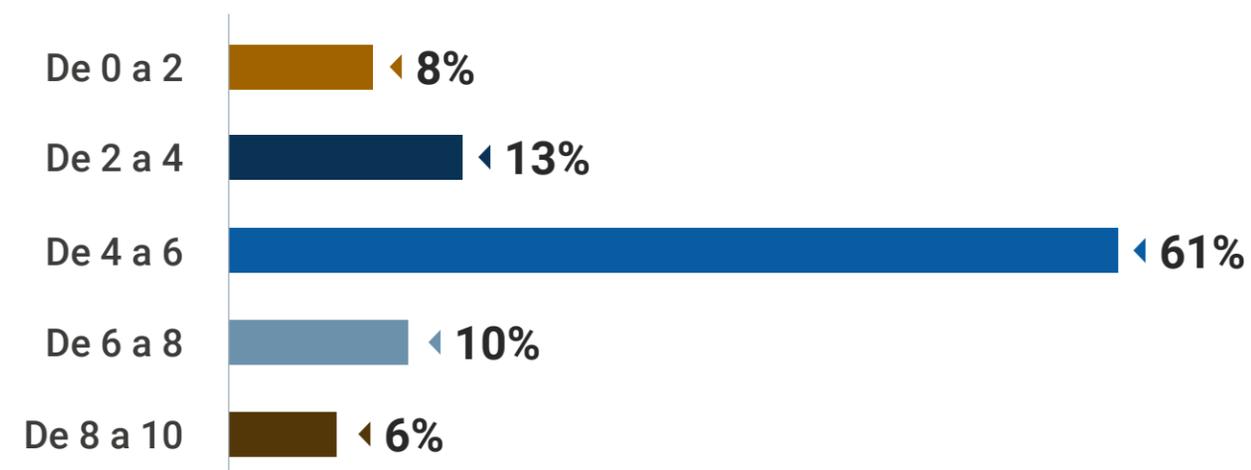


Tan solo el 11% de las empresas dan respuesta en tiempos razonables.

Hemos querido introducir en este informe los tiempos medios de respuesta siendo conocedores de la importancia de los mismos. Presumíamos estos datos, aún y así no dejan de sorprendernos.

El tiempo medio de respuesta a un candidato es fundamental en los procesos de expansión. Tan solo el 11% de las empresas franquiciadoras da una respuesta satisfactoria a los mismos.

7. Nivel de satisfacción en la expansión de su franquicia (valorado 1-10)

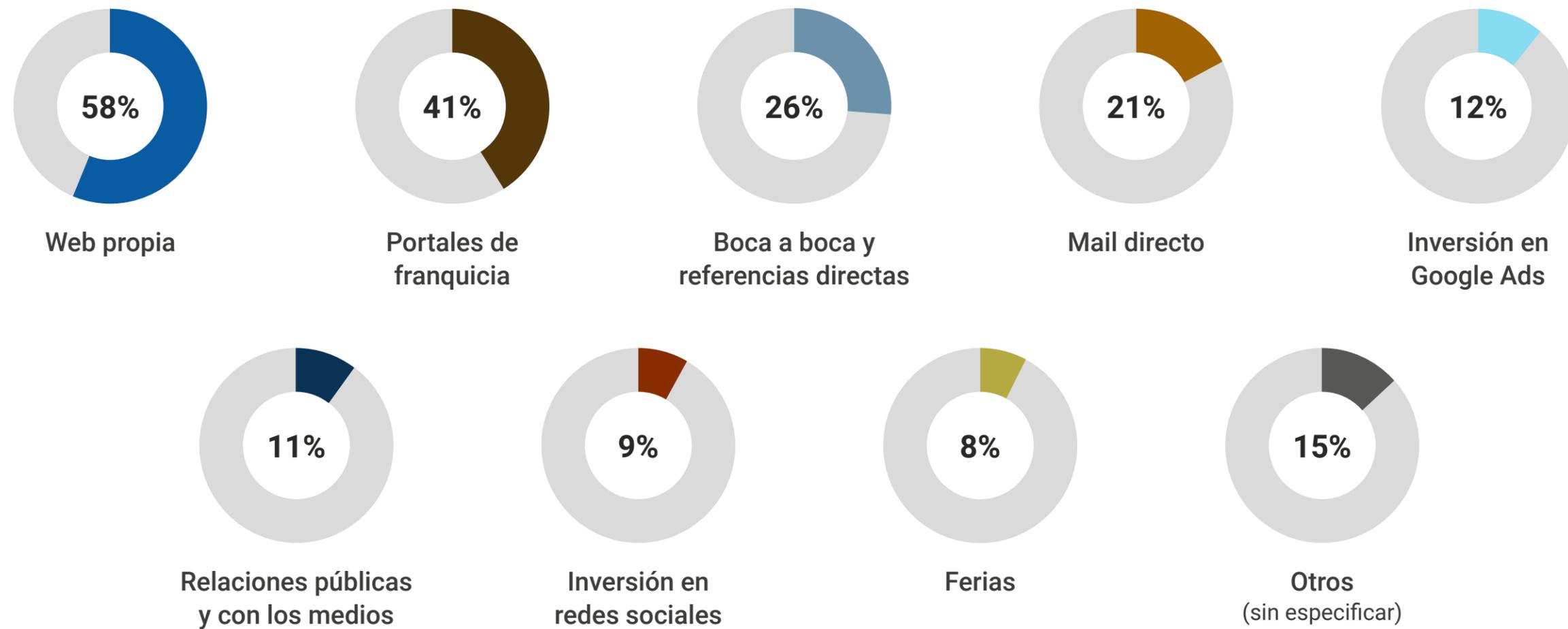


El 61% de las empresas franquiciadoras muestra un nivel aceptable de satisfacción con la consecución de sus resultados.

Este es un dato que contrasta significativamente con la dificultad expresada por parte de un importante número de empresas en lograr sus objetivos en términos de nuevas aperturas y firmas de contratos de nuevas franquicias.

En los extremos, un 21% se encuentran muy insatisfechas, mientras que un 16% están altamente satisfechas.

8. Acciones principales que están realizando para la captación de candidatos

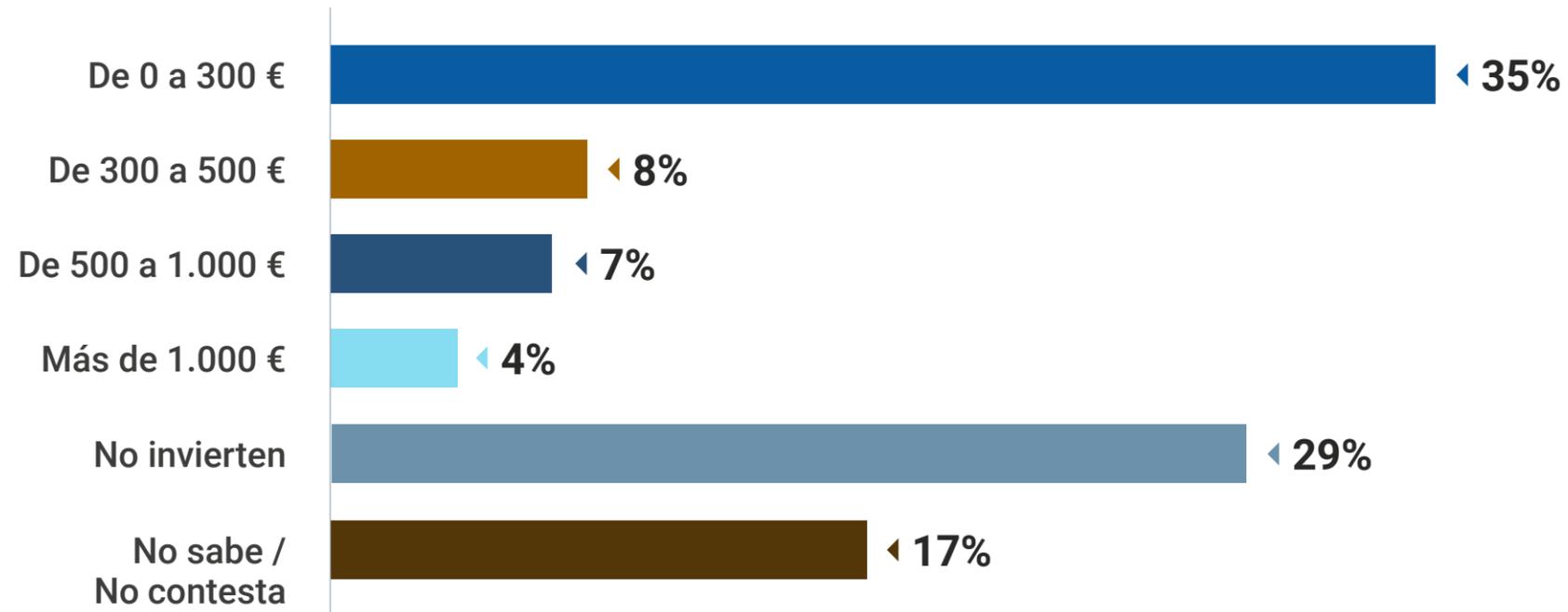


Web propia, portales de franquicia y boca a boca, son las acciones principales donde se orientan las empresas franquiciadoras para darse a conocer frente a sus candidatos potenciales.

Se evidencia en los datos mostrados en este informe la ausencia generalizada de multiplicidad de acciones que permitan dar a conocer la marca y que se hace evidente en el escaso presupuesto dedicado a las acciones para captación de franquiciados.

Estos datos, contrastan con las inversiones y multiplicidad de acciones realizadas en otros países de nuestro entorno, que sin duda favorecen crecimientos más acelerados en las redes de franquicia.

9. Presupuesto mensual dedicado a la captación de franquiciados

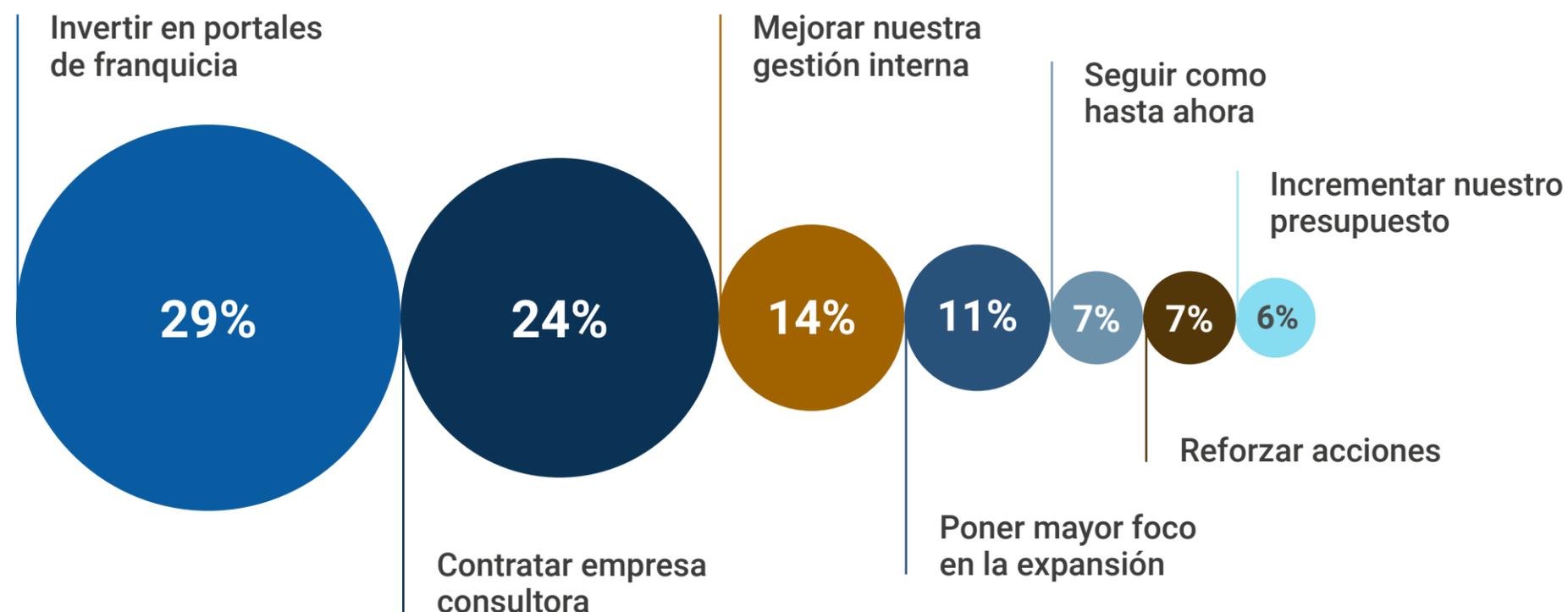


El 11% de las empresas franquiciadoras invierten adecuadamente en sus procesos de expansión mientras que el 89% de las mismas no invierte suficientemente o directamente no invierte en sus procesos de expansión.

La evidencia de estos datos es que es necesario un mayor esfuerzo por parte de las centrales de franquicia, que sin duda repercutirá en unos mejores resultados para las mismas. Es mucho lo que se evidencia que se puede hacer.

Presupuesto mensual invertido en expansión (captación de franquicias)

10. ¿Qué próximos pasos y acciones tienen previsto para agilizar e incrementar el número de aperturas?



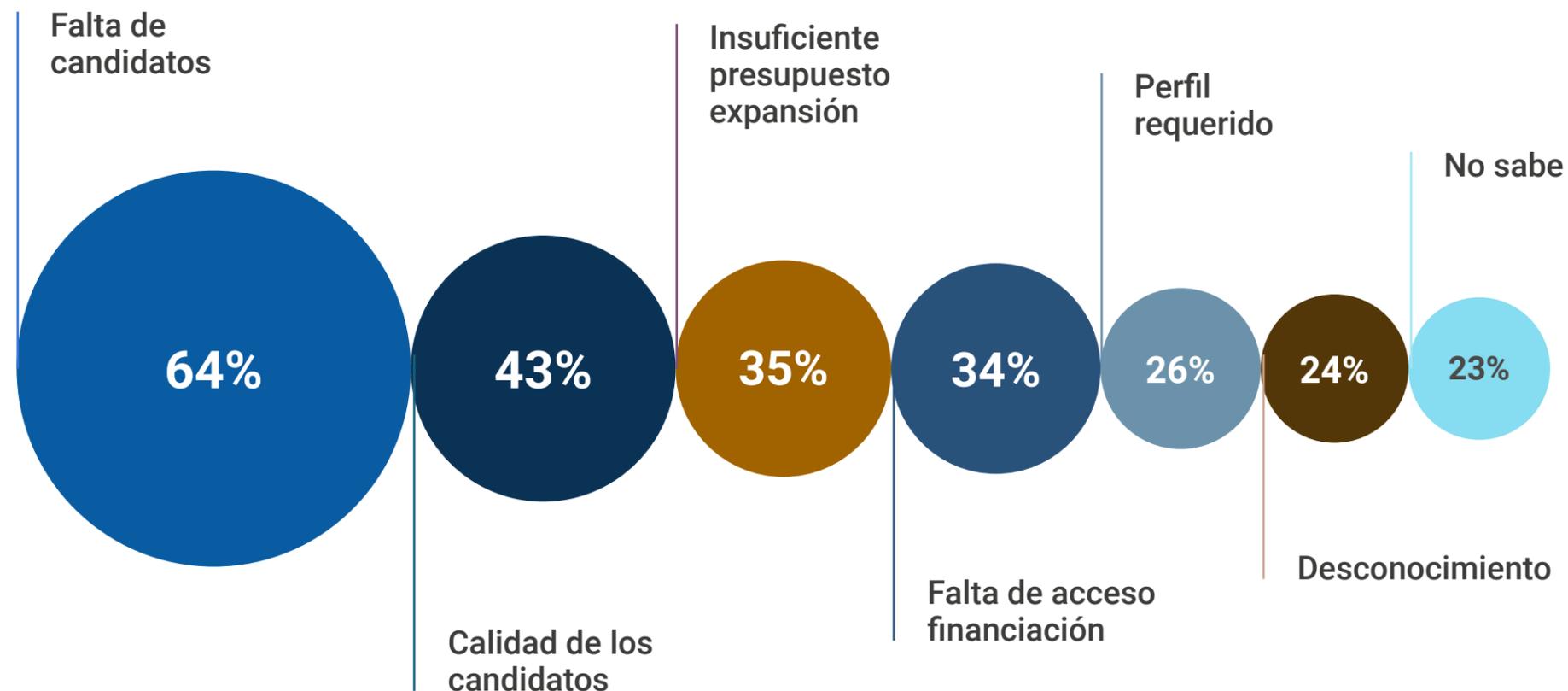
Las centrales de franquicia son conscientes de dar un paso al frente en su expansión.

Los portales de franquicia (pese a determinadas observaciones contradictorias en relación a la calidad de sus contactos) se consolidan sin duda, como el principal medio de promoción para las empresas franquiciadoras, que tras haber experimentado con otros medios y acciones, vuelven a los mismos. Es de destacar, la consolidación cada vez mayor de unos muy pocos portales de franquicia con gran aceptación por parte de las empresas franquiciadoras, en contraste con la amplitud de la oferta existente.

Por otro lado, existe un convencimiento cada vez mayor de profesionalizar externamente a través de empresas consultoras especializadas la gestión de la expansión.

Aspectos destacados tales como, mejora de la gestión interna, poner un mayor foco en la expansión y reforzar las acciones realizadas, evidencian una toma de conciencia en la importancia de todo este proceso.

11. Para finalizar ¿cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta en la expansión y comercialización de su enseña?



La falta de candidatos cualificados es el principal problema al que se enfrentan las empresas franquiciadoras encuestadas.

Según nuestra apreciación en la elaboración de este informe, la mayor parte de los problemas a los que se enfrentan las empresas franquiciadoras en sus procesos de expansión, vienen derivados de muchos de los aspectos referidos en los apartados anteriores.

El área de expansión es para muchas empresas franquiciadoras una asignatura difícil y con la que no logran hacerse fácilmente.

La presentación de este informe deja en evidencia una realidad: unas pocas empresas logran sus objetivos con facilidad y crecen continuamente, mientras que otras muchas tienen verdaderas dificultades en lograr sus objetivos.

Los aspectos que más nos han sorprendido en la elaboración del mismo son tres: unos objetivos de crecimiento excesivamente conservadores en muchas empresas, lo que las aleja de ser verdaderamente competitivas; una escasa obtención de referencias que evidentemente dificulta y mucho la gestión de la expansión y, por último, el desconocimiento de las acciones, medios y recursos que son necesarios para poder obtener unos resultados satisfactorios.

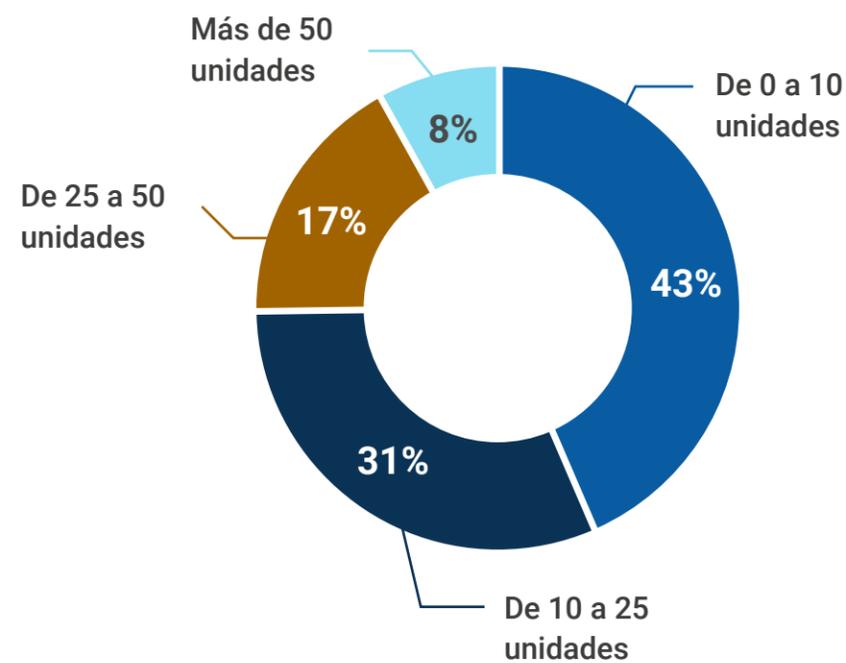
- En el primer apartado, el 67% de las empresas crecerán muy poco, lo que genera dificultades, resta recursos y, en definitiva, aleja a las empresas de sus competidores.
- En el segundo apartado, la escasa obtención de referencias y candidatos evidencia una falta de dar a conocer la marca e invertir mínimamente para lograrlo. Sorprende como el 89% de las empresas invierte muy por debajo de lo mínimamente necesario y un 29% de las mismas no realiza ninguna inversión.
- En el tercer apartado, sorprende el hecho de que un 35% de las empresas no tenga organizados sus procesos de expansión, junto con la alta rotación de muchos de sus responsables de expansión, en el caso de aquellas empresas que han optado por esta figura.

Algunos de los aspectos señalados son, la mejora en la gestión interna y poner un mayor foco en la expansión, mientras que un significativo número de empresas, un 24%, apuntan la contratación de empresas consultoras que gestionen sus procesos de expansión. Por último, también se apunta hacia una mayor inversión principalmente en portales de franquicia.

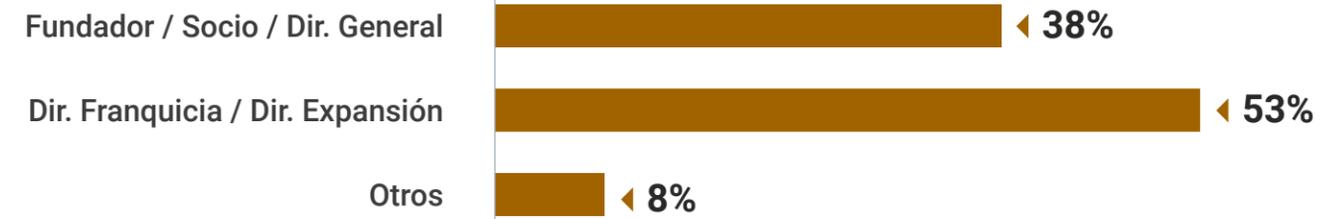
La **Expansión y Comercialización de Franquicias** es un informe que ha sido realizado por **Tormo Franquicias Consulting**.

Han participado en el mismo 114 empresarios y responsables de expansión pertenecientes a cerca de 20 sectores diferentes de actividad y de distintas comunidades autónomas. El informe ha sido realizado entre finales del mes de mayo y mediados del mes de julio, por lo que refleja la realidad más cercana que puede ser presentada en estos momentos.

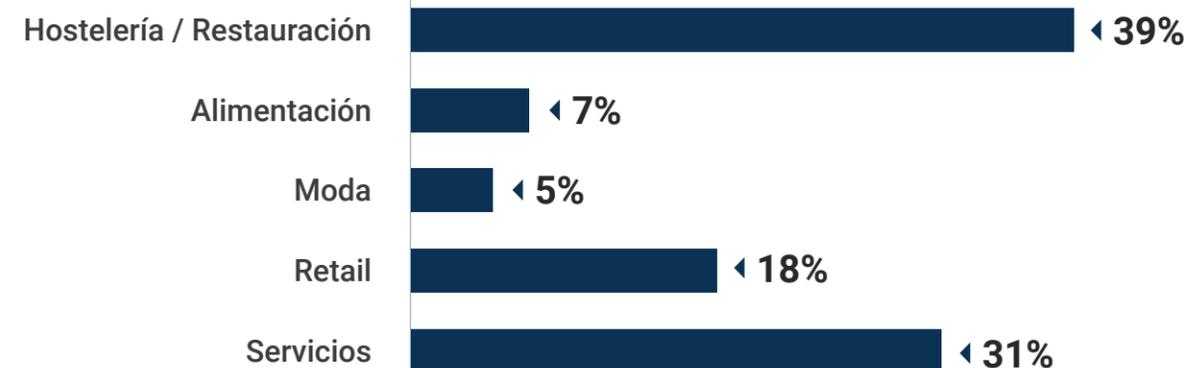
Tamaño de la franquicia



Cargo del encuestado



Sector principal de actividad



Nuestra empresa, **Tormo Franquicias Consulting** se fundó en el año 2012 con el objetivo de facilitar a las empresas su incorporación en el sistema de franquicia y ayudarles a encontrar candidatos que les permitieran crecer y desarrollarse empresarialmente.

Desde entonces, hemos recorrido un largo camino desarrollando un amplio número de proyectos de franquicias en múltiples sectores de actividad y consiguiendo la apertura de más de 3.000 unidades de franquicia para nuestros clientes.

LO QUE HACEMOS

En todo este tiempo hemos ido aprendiendo y mejorando paulatinamente con cada una de las empresas que han confiado en nosotros. Hemos tenido aciertos y errores. De cada uno de ellos hemos aprendido. El resultado a fecha de hoy ha sido implantar una metodología de trabajo que nos permite acelerar las ventas de franquicias de todas y cada una de las empresas que confían en nosotros y estar en condiciones de garantizar sus resultados, presentando crecimientos muy por encima de la media de sus competidores.

Hemos adquirido una gran experiencia y realmente somos muy buenos en aquello que sabemos hacer y que no es otra cosa que preparar a las empresas para crecer y vender franquicias muy por encima de su competencia.

A partir de aquí nuestra intención es poder compartir con su empresa nuestro sistema de trabajo con un mayor detalle.

Puede obtener más información a través del teléfono 911 592 558 preguntando directamente por Laura Acosta o en el mail: lacosta@tormofranquicias.es

Tormo Franquicias Consulting
Paseo de la Castellana 139
28046 Madrid
info@tormofranquicias.es
Teléfono +34 911 592 558

www.tormofranquicias.es

@2023 Tormo Franquicias Consulting.
Tormo Franquicias Consulting es la principal consultora de franquicias en nuestro país. Su equipo acumula una amplia experiencia en el desarrollo y expansión de un amplio número de empresas franquiciadoras que operan en múltiples sectores de actividad.