

La franquicia ha dejado atrás la crisis, como lo demuestran las cifras de incrementos en todas sus variables. A este buen momento también ayuda, y mucho, la vuelta de los bancos a la concesión de financiación, ya que este sistema de negocio se basa en la expansión de las redes y sin financiación esto no era posible, situación que ahora ha cambiado para bien de los emprendedores que quieren montar una franquicia, para los franquiciadores y para la franquicia en general. En el mundo de la franquicia “estamos” habituados a que haya sectores que están en auge,

y en este momento es el caso de los gimnasios de conveniencia, que abren las 24 horas, los 365 días del año; las panaderías-cafeterías; la restauración temática, con conceptos de comida italiana, asiática, libanesa, portuguesa, mexicana...; las lavanderías autoservicio, y también sectores tradicionales en franquicia, como alimentación, moda, restauración rápida y otros que ya han superado la crisis y empiezan a crecer, como las agencias inmobiliarias, las cadenas de papelería o las que ofrecen servicios de asesoría a empresas.

Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de Franquiciadores

“El sistema de franquicias se encuentra en un buen momento”

■ Manuel Tortajada

— ¿En qué momento se encuentra la franquicia en España?

— Después de unos años difíciles, el sistema de franquicias se encuentra en un buen momento, gracias al trabajo y a los esfuerzos derrochados durante la crisis, de los que ahora recogemos los frutos en forma de crecimiento. Así, la franquicia está ya plenamente madura y consolidada en España, como se pudo comprobar en el Congreso Ff Franquicia futura que organizamos, conjuntamente con Banco Sabadell, el pasado mes de noviembre en Sant Cugat del Vallés (Barcelona), que fue una demostración de la importancia que tiene esta modalidad comercial en nuestro país, y además hay mucha confianza por parte de emprendedores e inversores a la hora de montar negocios en régimen de franquicia, por las ventajas y valores añadidos que ofrece.

— ¿Podríamos decir que ha dejado atrás la crisis?

— La franquicia ha dejado atrás la crisis definitivamente, como lo demuestran esas cifras de incrementos en todas sus variables. A este buen momento también ayuda, y mucho, la vuelta de los bancos a la concesión de financiación, ya que este sistema de negocio se basa en la expansión de las redes y sin financiación esto no era posible, situación que ahora ha cambiado para bien de los emprendedores que quieren montar una franquicia, para los franquiciadores y para la franquicia en general.

— ¿El sector sale reforzado o mermado de la crisis?

— Reforzado sin duda alguna. Han sido años muy duros, de reinventarse, de innovar, de ser dinámicos, pero los resultados a tanto trabajo están ahí y hoy tenemos un sistema de comercialización empresarial más maduro, más serio y más profesionalizado.

— ¿Qué ventajas ofrece la franquicia frente a otros modelos de negocio?

— La ventaja principal es que minimiza los riesgos a la hora de abrir un negocio, ya que el franquiciado se convierte en empresario bajo el paraguas de una marca y de un franquiciador que le va a apoyar en lo que necesite, a nivel logístico, formativo, publicitario, tecnológico, de proveedores, comunicación... Siempre tendrá un respaldo en la gestión de su día a día, apoyos que no se tienen cuando se inicia un negocio por cuenta propia.

— ¿Qué papel desempeñan las redes sociales en el sector?

— Cada vez más importante, La



gran mayoría de las enseñas utilizan las redes sociales, no solo como canales de promoción de sus productos o servicios o de refuerzo de la imagen de marca, sino también para captar franquiciados. Desde la AEF hemos elaborado, junto a la empresa The Social Media Family, estudios sobre el comportamiento de las franquicias en las redes sociales y salen muy bien paradas, con comentarios positivos hacia su gestión, en más del 85% de las opiniones vertidas por los usuarios.

— ¿En qué sectores se encuentran las mayores oportunidades en estos momentos?

— En el mundo de la franquicia estamos habituados a que haya sectores que están en auge, y en este momento es el caso de los gimnasios de conveniencia, que abren las 24 horas, los 365 días del año, las panaderías-cafeterías, la restauración temática, con conceptos de comida italiana, asiática, libanesa, portuguesa, mexicana..., las lavanderías autoservicio, y

AL TIMÓN

Xavier Vallhonrat, es presidente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) desde 1996 y fundador y miembro de honor de la Federación Iberoamericana de Franquicias (FIAF), de la que fue secretario general. Miembro de la Asociación Española de Directivos (AED). Profesional de la distribución y la franquicia desde 1984, ha desarrollado habitualmente sus actividades en empresas españolas con presencia

internacional como Agrolimen (1984-1997) y Lizarrán (1997-2008). Es especialista en análisis de viabilidad, dirección y creación de redes de franquicia, expansión, inversiones, eimportación-exportación de negocios. Ha estudiado Administración y Dirección de Empresas en Esade, Economía de la Empresa en la Universidad Autónoma de Madrid y Marketing y Dirección Comercial en EADA. Es profesor del Máster de

Dirección de Comercios y Distribución de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y del Máster de Franquicias de la Universidad de Barcelona (UB), así como profesor invitado de la Universidad de Oviedo, Universidad de Sevilla, Universidad de Málaga y la Escuela de Administración de Empresas de Madrid. Participa habitualmente en jornadas técnicas, seminarios y conferencias internacionales.

también sectores tradicionales en franquicia, como alimentación, moda, restauración rápida y otros que ya han superado la crisis y empiezan a crecer, como las agencias inmobiliarias, las cadenas de papelería o las que ofrecen servicios de asesoría a empresas.

— ¿La internacionalización de las franquicias españolas sigue siendo una asignatura pendiente?

— Nuestro último informe “La Franquicia Española en el Mundo 2016” constata que la internacionalización va en aumento cada año, y ya no es una asignatura pendiente, porque, además, la franquicia española está madura como para afrontar la entrada en países muy exigentes en materia de franquicia, como Francia, Estados Unidos o Brasil, por citar algunos ejemplos.

En la actualidad, hay 302 enseñas españolas implantadas en 137 países, con un total de 20.891 establecimientos, cifras que aumentan año tras año.

— ¿Qué previsiones de facturación y empleo manejan para este año 2017?

— Desde la AEF no ofrecemos previsiones, hasta que presentemos nuestro informe anual “La Franquicia en España 2017”, a primeros del mes de marzo, con todos los datos contrastados, para que sea un estudio objetivo y que transmita fielmente la realidad de la franquicia en España.

Sí podemos avanzar que preveemos que el sistema ya seguido creciendo en 2016, al igual que ya hiciera en 2015, con incrementos superiores al 2% en todas sus variables.

— ¿Cuáles son, a su juicio, las franquicias que mejor funcionarán este año en España?

— Las que mejor funcionarán serán aquellas que operen en el mercado de una manera seria, transparente, que tengan un saber hacer contrastado y testado que funciona y es de éxito, que tengan una relación fluida y continua con sus franquiciados, que les presten todo tipo de apoyos: formativos, logísticos, publicitarios, tecnológicos... Después, si nos referimos a sectores, no cabe duda de que los tradicionales, Alimentación, Hostelería/Restauración y Moda, seguirán creciendo y teniendo un peso importante en el sistema de franquicias, porque la mayoría de las enseñas que los integran están muy consolidadas y son conocidas y reconocidas en el mercado; a su vez, hay otros sectores que actualmente están en pleno auge, como son los gimnasios de conveniencia, las panaderías-cafeterías, las lavanderías o incluso las agencias inmobiliarias, que vuelve a resurgir tras superar la crisis.

— ¿Es más o menos difícil encontrar ahora financiación en un banco para este tipo de negocio?

— Sin duda lo peor ya ha pasado en este sentido. Ahora observamos satisfechos cómo los bancos vuelven a conceder financiación, a aquellas personas que quieren convertirse en empresarios franquiciados, y esta es una buena noticia para un sistema de negocio que basa su crecimiento en la expansión de las redes que lo integran. — ¿Es recomendable explorar otras vías de financiación como el Crowdfunding o similares?

— De momento la franquicia en general apuesta más por la financiación bancaria, la tradicional, donde incluso hay entidades bancarias con departamentos específicos en materia de franquicia, que firman acuerdos de colaboración con las enseñas, para que sus franquiciados puedan abrir el negocio, contando con unas condiciones preferentes y con productos y servicios a su medida.