

► 16 Octubre, 2016

Nº 428. 16 DE OCTUBRE DE 2016



**¿QUIERES SER TU PROPIO JEFE?  
ESTAS SON LAS FRANQUICIAS  
MÁS RENTABLES**

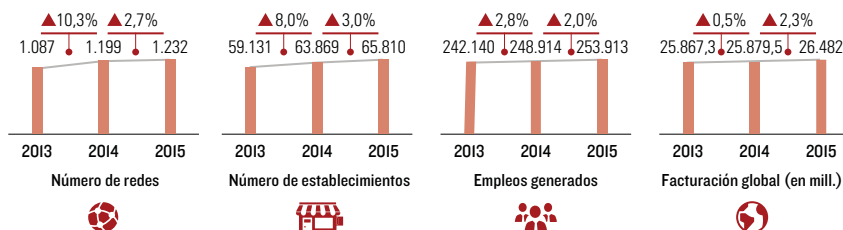
**CON UN CRECIMIENTO ANUAL DEL 3%, MUCHOS EMPRENDEDORES  
LAS VEN COMO UN MODELO DE NEGOCIO SEGURO P. 10 Y 11**



▶ 16 Octubre, 2016

**LAS EXPANSIÓN DE LAS CADENAS**

**EVOLUCIÓN DE LAS FRANQUICIAS EN ESPAÑA**



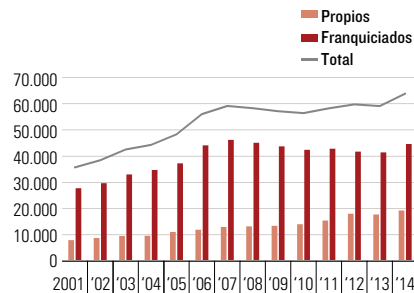
**SECTORES CON MÁS ESTABLECIMIENTOS EN NÚMERO DE LOCALES**

Alimentación	10.867
Belleza-Estética	4.408
Informática	4.125
Hostelería / Cervecerías / Sidrerías	3.265
Servicios / Automoción	3.024
Agencias Inmobiliarias	2.840
Servicios / Transportes	2.726
Tiendas Especializadas	2.696
Hostelería / Tapas	2.541
Moda femenina	2.123

**SECTORES CON MÁS EMPLEADOS EN NÚMERO DE PERSONAS**

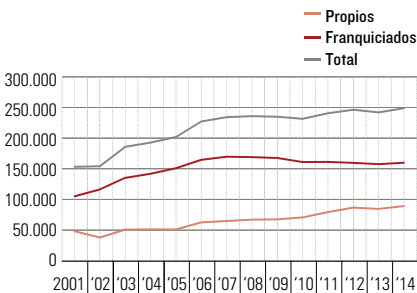
Alimentación	58.816
Hostelería / Tapas	28.535
Hostelería / Cervecerías / Sidrerías	17.725
Belleza-Estética	13.379
Servicios / Transportes	12.443
Informática	12.089
Servicios / Automoción	8.864
Tiendas Especializadas	7.376
Mobiliario / Hogar	6.607
Moda femenina	6.529

**EVOLUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS**



FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores.

**EVOLUCIÓN DEL EMPLEO**



Enrique Sánchez / EL MUNDO

# LAS FRANQUICIAS MÁS RENTABLES

Con un crecimiento anual que ronda el 3%, las cadenas se han consolidado como un modelo de negocio seguro para muchos emprendedores. MERCADOS analiza dos de los sectores más rentables: el de los supermercados y el de las cadenas 'fast food'

**W. YING / R. VILLAÉCIJA MADRID**  
 Hay muchas formas de emprender pero sólo hay una en la que otros ya han pensado por ti cómo vender: la franquicia. En España hay 1.200 cadenas: en total 65.810 locales operativos bajo este formato, según la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). Si en 2008 había 875 redes, en 2015 sumaban 1.232, un 40,8% más. Desde 2006 han aumentado un 60% su presencia en España. «Este crecimiento ha impedido que el impacto de la crisis fuera mayor. Mucha gente que se quedó sin trabajo optó por esta fórmula de negocio para reinventarse», explican fuentes del sector.  
 La facturación total de estas cadenas fue de 26.482 millones de euros en 2015, un 2,3% más que en 2014. Han ganado incluso algo más que antes de

## UN MODELO MÁS SEGURO PERO MUCHO MENOS FLEXIBLE

Para muchos la franquicia ha sido una salida laboral. Desde que comenzó la crisis hasta ahora han abierto sus puertas 7500 locales franquiciados. Para los emprendedores, «se trata de un modelo más seguro, pues es una fórmula de éxito ya probada en el mercado, así que se arriesga menos», señalan en T4 Franquicias.

El franquiciado se beneficia del marketing de la cadena, de sus condiciones de aprovisionamiento. Las pegadas son que tiene que pagar un canon a la marca y tampoco tiene mucha flexibilidad a la hora de gestionar el negocio, pues está sujeto a las directrices de la cadena. El de la alimentación es el sector con más redes (12.061), seguido por el de la estética (4.297 locales) y la moda (con 204 redes y 7.878 locales).

**LOCALES BAJO RED DE FRANQUICIA EN ESPAÑA**  
**65.810**

la crisis (26.010 millones en 2008). Para un emprendedor, «se trata de una buena alternativa» aunque la inversión depende mucho del sector. MERCADOS analiza dos de los más presentes en nuestro país y también los más rentables: el de la alimentación y el de la restauración. En el primer caso, las cadenas de supermercados son las que más facturan, tanto en sus resultados globales (10.042 millones), como en sus redes de franquicias, que vendieron 4.002 millones el año pasado.

**DIA: LA MAYOR RED**

Es la mayor franquiciadora del sector y tiene más de 2.000 establecimientos de este formato en España. «El franquiciado es clave para nuestra expansión y para aportar valor a la marca, por ello nuestros planes siguen pasando por tener más socios que gestionen tiendas DIA», explican en la compañía. La inversión depende del modelo de franquicia. Hay uno en el que la suma que tiene que adelantar el emprendedor es nula, pues la inversión corre de la mano de DIA. La compañía deja el punto de venta instalado y listo para su gestión. En los modelos en los que la inversión inicial corre por cuenta del interesado la suma es variable», aseguran en el grupo. Al poner en funcionamiento un local hay que tener en cuenta, por ejemplo, el coste que supone el aprovisionamiento de los productos. En el caso de DIA se paga en 60 mensualidades sin coste financiero. Los pedidos posteriores se pagan al contado. A estos gastos se suman los derechos de uso de la marca o *royalties*. Por esto, la cadena cobra una «cantidad simbólica» de 300 euros.

El emprendedor también necesita un aval bancario, que, según el modelo de tienda, oscila entre 4.500 y 25.000 euros. Una vez puesta en marcha la tienda, la inversión se recupera «en una media de seis años, aunque depende de la aportación inicial».

**EROSKI: SIN CANON DE ENTRADA**

Tras afrontar un período difícil en el que vendió parte de sus tiendas, el grupo facturó en su último ejercicio 6.000 millones. En esta nueva etapa las franquicias «juegan un papel fundamental en la estrategia de expansión». En el primer semestre de 2016, Eroski abrió 44 supermercados franquiciados y prevé superar las 100 aperturas este año. La inversión mínima para abrir una tienda es de 100.000 euros, en el caso del supermercado más pequeño, aunque la media está entre los 150.000 y 200.000 euros. El grupo de alimentación cuenta con diferentes formatos: Eroski City, con espacios de 350-500 metros cuadrados, requiere una inversión inicial media de entre 150.000 y 200.000 euros. Eroski Center, de ma-





▶ 16 Octubre, 2016

**UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

**● ELEMENTOS A TENER EN CUENTA AL MONTAR UN LOCAL FRANQUICIADO**

**VENTAJAS**



Para los emprendedores, se trata de un modelo más seguro



El franquiciado se beneficia del marketing de la cadena



Es una fórmula de éxito ya probada en el mercado, así que se arriesga menos



El franquiciado se beneficia de sus condiciones de aprovisionamiento

**INCONVENIENTES**



Hay que pagar un canon a la marca



No hay flexibilidad a la hora de gestionar el negocio

**COSTES**



Aprovisionar el local de mercancía



En ocasiones la cadena le exige un aval al emprendedor



Mayormente el franquiciado tiene que pagar derechos de uso o royalties



La inversión del franquiciado retorna en una media de entre tres y seis años

**● CONDICIONES DE LOS LÍDERES**



Número de franquicias	2.000
Coste de apertura	Depende del modelo
Recuperación de inversión estimada	La suma varía según el modelo



Número de franquicias	167
Coste de apertura	800-1.000 €/ m <sup>2</sup>
Recuperación de inversión estimada	Entre 5 y 7 años



Número de franquicias	467
Coste de apertura	200.000 € de media
Recuperación de inversión estimada	En función del local



Número de franquicias	779
Coste de apertura	1.100 €/ m <sup>2</sup>
Recuperación de inversión estimada	Entre 3 y 4 años



Número de franquicias	257
Coste de apertura	150.000 € de media
Recuperación de inversión estimada	En función del local



Número de franquicias	483
Coste de apertura	900.000 € min.
Recuperación de inversión estimada	En función de la aportación inicial



Número de franquicias	461
Coste de apertura	90.000€ + 5% royalties + 3-4% de canon
Recuperación de inversión estimada	La suma varía según el modelo



Número de franquicias	26
Coste de apertura	200.000€ + 5% royalties + 24.040€ canon
Recuperación de inversión estimada	Entre 4 y 5 años



Número de franquicias	32
Coste de apertura	60.000€ + 3% de royalties + 8.000€ canon
Recuperación de inversión estimada	En función del proyecto

**RESTAURACIÓN**  
 Es el segundo sector con las franquicias más rentables pero de mayor inversión  
 La cifra total de ventas es de 5.497 mill. de euros

FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores y elaboración propia.

Enrique Sánchez / EL MUNDO

por tamaño (1.000-2.000 metros cuadrados) y el hipermercado (3.000-12.000 metros cuadrados) exigen «un montante mayor». Esta inversión se puede recuperar en cinco o seis años, pero depende del formato.

**SIMPLY: FACILIDADES**

La cadena de alimentación que pertenece al grupo Auchan cuenta ya con 290 supermercados en España, 167 franquiciados. Su facturación supera los 1.095 millones de euros. Simply no exige canon de entrada, pero el franquiciado tiene que asumir «la inversión de acondicionamiento y equipamiento del local y la mercancía», explican en el grupo. Esta inversión está entre los 800 y 1.000 euros por cada metro cuadrado de tienda. Este dinero se puede recuperar entre cinco y siete años.

**ABRIR UN RESTAURANTE**

La hostelería es el segundo sector con las franquicias más rentables. La cifra total de ventas es de 5.497 millones de euros, de los que 3.791 millones corresponden a espacios bajo este formato. «La complejidad de las instalaciones o el hecho de tener que incorporar una cocina o maquinaria hace que sea el sector que más altas inversiones requiere», explica Xavier Vallhonrat, presidente de la Asociación Española de Franquiciadores. Dentro de este grupo, los espacios de fast food son los más rentables, los que más facturan (2.300 millones de ventas de los 2.644 millones totales del sector). Después

siguen los restaurantes, cuyas franquicias acapararon 877 millones del total de 2.152 facturado por el sector.

**LAS YOGURTERÍAS, DE DANONE**

Pasaron 75 años desde que Danone vendió sus primeros yogures en España hasta que se decidió a abrir sus propios establecimientos de venta al público en 2009. La marca ya tiene 33 yogurterías, una propia y 32 gestionadas por emprendedores independientes o por grupos como Cinesa. Entre 2015 y 2016 la empresa ha abierto 15 yogurterías. Busca «buenos locales para mantener un ritmo de unas ocho aperturas al año». La inversión varía pues «cada proyecto conlleva características que influyen en la suma requerida». Suele rondar los 60.000 euros, más un canon de entrada de unos 8.000 euros y un royalty del 3% de las ventas.

**GRANIER: EL 'REY' DEL PAN**

En siete años esta cadena de panaderías se ha consolidado como una de las más rentables de su sector. Muestra de ello es su rápida expansión: «Granier dispone de 340 establecimientos, de los cuales unos 30 se abrirán próximamente», expone Juan Vicente Bonastre, director general de Granier Pans. Sólo el 5% de sus tiendas son de propiedad y el resto, franquiciadas. Este es uno de los negocios en los que más rápido se recupera la aportación inicial: «en dos años y medio aproximadamente», aclara Bonastre, «siempre que se cumplan los parámetros básicos, la

rentabilidad estaría en un 15% del resultado», añade.

Granier tiene dos tipos de tiendas: la *expres* (sin espacio de degustación) cuesta unos 75.000 euros, y la estándar (con este espacio) unos 180.000. No piden al franquiciado un *royalty* continuo sobre su facturación. En ambos casos, este coste incluye las llaves en mano, el canon y la formación.

**CHOCOLATERÍAS VALOR**

Es la primera red de chocolaterías de España: tiene 34 espacios, de los que 26 son gestionados por otros. La inversión mínima para abrir uno de estos locales es de 200.000 euros, aunque la media asciende a 250.000 euros. Hay que pagar un canon de entrada de 24.040 euros y un *royalty* del 5% sobre los ingresos netos mensuales. Esta inversión, dicen, se recupera en unos cuatro o cinco años, aunque hay establecimientos que logran amortizar la suma en un plazo inferior. «Este retorno depende mucho del nivel de dedicación e implicación del propio franquiciado», explican.

**TELEPIZZA: LA MÁS 'VETERANA'**

Es una de las franquiciadoras con más experiencia del mercado y como empresa de *fast food*, basa su expansión precisamente en este formato. Según la compañía, «Telepizza sigue viendo un gran potencial en España, sobre todo en los formatos de mini tienda franquiciada y tiendas en centros comerciales, en los que la pene-

tración de Telepizza sigue siendo aún baja comparada con otros países». El 73% de los establecimientos de la cadena en España y el 66% a nivel global son franquicias.

El precio de abrir un establecimiento de esta red es variable, pero parte de los 90.000 euros. Además, hay un *royalty* mensual sobre las ventas del 5% y un canon de publicidad del 4% en Madrid y del 3% en el resto de España.

**MCDONALD'S CUESTA MÁS**

Tras 30 años en España, la hamburguesería cuenta ya con 483 restaurantes. En 2015 la facturación fue de 980 millones y mantuvo el liderazgo de su sector con una cuota de mercado del 50%. Abrir un McDonald's no es barato. La aportación inicial es de 900.000 euros. «Un 30% de esa cantidad, más los derechos de franquicia y el depósito de garantía —es decir, como mínimo 300.000 euros— lo debe poner el futuro franquiciado». «La cantidad debe provenir de fondos propios, del patrimonio personal del candidato, sin que tenga que proceder a su reembolso o devolución por provenir de terceros en concepto de préstamo o figuras similares», explican desde la empresa. Una vez que se entra en la selección y se hace la inversión, es McDonald's quien elige los locales, adquiere la titularidad de los mismos y se encarga de las obras. Cuando el candidato está acabando su formación es cuando por fin se le asigna uno de estos restaurantes seleccionados por el grupo.

**LAS REDES DE**

'FAST FOOD'

ESTÁN ENTRE LAS

MÁS RENTABLES

Y LA INVERSIÓN

INICIAL ES DE

60.000 EUROS