

## El 75% de las redes espera abrir más franquicias en 2010

Fichas de la franquicias: Santiveri | MRW | Eurotex | Almeida Viajes S.L | Curves | Cervecerías 100 Montaditos



Eva Betrán, Inmaculada Almeida, Rubén de los Ángeles, Roberto Rodríguez, Mario Antón y Carlos Pérez (dcha a izda, de arriba a abajo)

*Con buenos propósitos y esperanzas renovadas. De esta manera como el común de los mortales, comienzan el ejercicio las centrales de franquicias, a pesar de que la gélida crisis haya congelado la cuenta de resultados de muchas cadenas durante los dos últimos años. De la macroencuesta que ha elaborado Franquicias Hoy entre las redes del sector se puede extraer como conclusión principal que las franquicias afrontan un 2010 sin una euforia desmedida pero con la fe de quien cree que lo peor ya ha pasado.*

Y eso a pesar de que casi uno de cada cuatro encuestados –el 22,5%, concretamente– considera que los consumidores no reactivarán sus gastos en todo el año, e incluso el 6,1% cree que la situación del consumo empeorará aún más durante este ejercicio. En cambio, un significativo porcentaje de las cadenas de franquicia, el 24,5% de las cuales considera que el consumo privado se activará desde el inicio mismo del año.

En cualquier caso, la mayoría de las centrales se muestran más cautas –o más realistas–, y el 46,9% de la muestra opina que la reactivación no llegará hasta el segundo semestre. Roberto Rodríguez, director general de Curves lo resume así: “Utilizando un símil deportivo, creo que el primer semestre del año será de calentamiento, y los cambios visibles–la carrera– comenzarán a partir del segundo semestre”.

No obstante, las perspectivas cambian al ser interpelados por la previsión de las propias cadenas. En este aspecto, tres de cada cuatro enseñanzas vaticinan que su ritmo de aperturas mejorará durante los próximos doce meses. En esta línea se sitúa Mario Antón, director de Expansión de Santiveri que señala “en los dos últimos años hemos sido muy austeros y, aunque ha habido aperturas –también ha habido algún cierre–, nos hemos mantenido. Ahora es el momento de abrir nuevos puntos de venta, con las variantes que nos ha obligado el mercado y la situación”.

Menos optimistas se muestra el 22,9% de la muestra, que piensa que su desarrollo se mantendrá en un nivel similar al del curso pasado, y un muy minoritario 2,1% piensa que su situación empeorará en cuanto a aperturas se refiere.

### De parado a franquiciado

En cualquier caso, parece claro que las centrales consideran que 2010 será un ejercicio para volver a crecer. Ahora bien, las enseñanzas discrepan sobre cuál será el principal motor de crecimiento de sus redes. Con el previsible incremento de la tasa de desempleo durante los próximos meses, no es de extrañar que la captación de emprendedores sea la figura elegida de modo mayoritario por los encuestados. Es la opción escogida por el 40% de las enseñanzas. Así, Carlos Pérez, director general de Grupo Restalia (100 Montaditos): “No existen perspectivas de reactivación que propicien la creación de empleo durante 2010. Además, durante el año comenzarán a vencer las prestaciones por desempleo que durante dos años han estado percibiendo los trabajadores que perdieron su empleo en 2008. En cuanto a la financiación, el grif crediticio sólo gotea”.

Como otros aspectos que promoverán la expansión se sitúan, a mayor distancia, los mercados internacionales –con el 24,3% de las respuestas– y el crecimiento de la facturación de la red actual –22,8%–, especialmente en aquellos operadores ya muy implantados, y que ven difícil incrementar la capilaridad de sus conceptos.

Algo similar –pero en sentido opuesto– ocurre con el incremento de oportunidades inmobiliarias como elemento “facilitador” del desarrollo de las redes durante este ejercicio. En esta ocasión lo citan únicamente el 8,6% de las enseñanzas participantes, cuando en el anterior sondeo el porcentaje se elevaba a 19,2%, un síntoma sin duda de lo que muchas centrales ya señalan: tras un par de años de descensos e suelo en lo que a precios de alquileres comerciales se refiere está cerca.

### Crecimiento de las redes

En cualquier caso, ese crecimiento de las redes deberá ser impulsado a través de alguno de los canales más específicos de la franquicia, entre los cuales sobresalen claramente dos: los medios de comunicación

**especializados y las acciones propias de los departamentos de expansión** de las cadenas, con un ajustado 28,7% y 27,7%, respectivamente. **Eva Betrán, directora de Franquicias y Expansión de MRW** sentencia: “Trabajaremos conjuntamente con nuestras franquicias en el crecimiento de la red, porque uno de nuestros objetivos estratégicos radica en un proceso de comunicación más potente”.

De esta manera, los medios especializados desbancan a las webs corporativas de las propias cadenas, que el pasado año agrupaban el 26,4% de las respuestas y que esta vez se sitúan en el 13,8%. Otro de los canales clásicos cada año más relegado de los preferencias de las centrales son las ferias, que en esta encuesta acapara el 7,5% de las contestaciones. Con todo, a distancia de los medios generalistas, un vehículo que únicamente el 5,3% de las enseñas piensa reforzar en este 2010.

Y si las centrales confían en su expansión para este año, resulta coherente que se piense en incrementar su plantilla. **Hasta el 47,9% de las centrales asegura que en los próximos meses crecerá su cifra de empleados, frente al 52,1% restante que considera que mantendrá su plantilla tal y como está a día de hoy.** Ninguna respuesta marcó la opción de “se reducirá durante 2010” en referencia al equipo humano de la central.

La cuestión era si, en opinión de las centrales, el presente ejercicio prolongaría la sangría de cierres en el sector de la franquicia, algo que las propias cadenas descartan de forma mayoritaria: el 54,1% cree que el número de concursos de acreedores descenderá en 2010, por sólo un 4,2% que vaticina un crecimiento.

### **Rigidez crediticia**

Finalmente, las cadenas en este 2010 se van a tener que volver a enfrentar al que sin ninguna duda ha sido el principal obstáculo para su expansión: la **rigidez crediticia**. Así, **Inmaculada Almeida, directora general de Almeida Viajes** afirma que “la situación de la concesión de financiación no ha cambiado mucho, aunque levemente estamos apreciando cierta apertura en la política crediticia de las entidades bancarias, que está siendo muy estricta y restrictiva. Esperamos que en 2010 esta tendencia se consolide”.

“Esperamos que la coyuntura cambie, porque hasta ahora los emprendedores se encuentran con la negativa de los bancos a darles un crédito que les permita desarrollar su proyecto, a veces sin motivo alguno, porque se ha generado un miedo e inseguridad que afecta a todo el mercado”, así se posiciona **Rubén de los Ángeles, gerente de Eurotex**.

Un vaticinio que en general coincide con las respuestas obtenidas de las centrales, el **87,5% de las cuales asegura que la financiación seguirá siendo en 2010 el principal escollo para el desarrollo de las redes de franquicia**. Sólo el 12,5%, es decir, una de cada ocho cadenas, se muestra optimista respecto a la apertura de la espita crediticia.



¿Qué es esto?