



La franquicia y las
oportunidades de
negocio en la
**Comunitat
Valenciana**

impulsa tu **@**comercio al futuro

impulsa tu Comercio al futuro

Consejo de
Cámaras
de la Comunidad Valenciana

 **GENERALITAT VALENCIANA**
CONSELLERIA D'INDÚSTRIA, COMERÇ I INNOVACIÓ

La franquicia y las oportunidades de negocio en la Comunitat Valenciana.

Octubre 2008

Cámara
Alicante

Cámara
Castellón

Cámara
Valencia


SALÓN INTERNACIONAL DE LA FRANQUICIA,
LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EL COMERCIO ASOCIADO.

Dirección técnica:

Agustín Rovira Lara

Equipo redactor:

Sonia Esteban Ballester

Begoña Marín García

Gema Valor Moncho

Explotación estadística:

Amadeo Aznar Macías

Colaboradores:

Servicio de Comercio Interior de la Cámara de Comercio de Valencia,
Cámara de Comercio de Castelló y la Cámara de Comercio de Alicante.
Franchisa.

Diseño y maquetación:

Israel Angulo Amigo

En el año 1986 la Cámara de Comercio de Valencia organiza las primeras jornadas de difusión de la franquicia con el propósito de mostrar la importancia de una fórmula de cooperación todavía incipiente entre las empresas valencianas.

Desde entonces el interés de las Cámaras de Comercio valencianas ha sido dar continuidad y apoyo a este sector y proseguir con la labor desarrollada hace más de 20 años.

Continuando con el trabajo desarrollado desde las Cámaras de Comercio valencianas, la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana ha elaborado el presente informe sobre la situación de la franquicia y oportunidades de negocio en la región.

Este informe se enmarca dentro de las acciones del Plan de Innovación del comercio minorista, promovido por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación, a través de la Dirección General de Comercio y Consumo y pretende acercar y promover la innovación en el sector comercial minorista.

La franquicia es un catalizador de innovaciones y una oportunidad para los nuevos emprendedores con ideas y proyectos novedosos dentro del sector. Aunque esta fórmula se desarrolló tardíamente en la Comunitat Valenciana, ha sabido colocarse a la vanguardia del sector. Hoy en día la Comunitat Valenciana es la tercera autonomía en número de cadenas franquiciadas y unidades operativas y es la que acoge el mayor certamen internacional sobre la franquicia de España, el SIF&Co, que celebra en 2008 su 19 edición.

El análisis del sector realizado en este informe procede de un trabajo de recopilación de la información ofrecida en los distintos anuarios publicados por organizaciones y consultoras especializadas ¹.

Como novedad, y continuando con la labor de promoción y difusión de la franquicia, desde las Cámaras de Comercio valencianas se ha desarrollado una base de datos con las franquicias valencianas. Esta base de datos, de 179 centrales de franquicias valencianas, ha servido para realizar un trabajo de campo/encuesta a estas cadenas para conocer en profundidad la situación y tendencias de la franquicia valenciana.

1 Tormo & Asociados, Barbadillo Asociados, Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Mundofranquicia y Asociación Española de Franquiciadores.



BLOQUE I: SITUACIÓN DE LA FRANQUICIA EN LA COMUNITAT VALENCIANA.

1. Introducción	13
2. La franquicia en la Comunitat Valenciana.	15
2.1. Situación de la franquicia en la Comunitat Valenciana 2007.	19
2.2. Ranking de franquicias según el volumen de venta.	27
3. Trayectoria de la franquicia valenciana: consolidación e internacionalización.	31
4. La Comunitat Valenciana promociona la feria más internacional de España.	33

BLOQUE II: PERFIL DE LA EMPRESA FRANQUICIADORA DE LA COMUNITAT VALENCIANA.

1. Caracterización de la muestra.	37
2. Perfil de la empresa franquiciadora en la Comunitat Valenciana.	39
3. Periodo desde la constitución de la empresa hasta la creación de la franquicia.	41
4. Expansión de la franquicia en España y en el exterior.	43
5. Requisitos para implantar una franquicia en la Comunitat Valenciana.	47
6. El certificado de calidad exclusivo para la franquicia.	55
7. Las redes franquiciadoras valencianas se han expandido durante 2007 y se muestran optimistas de cara al futuro.	57
8. Tendencias y medidas de competitividad.	61
9. Herramientas de comunicación.	63

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS BLOQUE I

Tabla 1	
Número de empresas franquiciadoras en España y la Comunitat Valenciana. Diciembre 2007.	16
Tabla 2	
Indicadores de franquicia para España y la Comunitat Valenciana, 2007.	17
Tabla 3	
Evolución de las enseñas franquiciadoras y las oportunidades de negocio en España y en la Comunitat Valenciana, 2007.	18
Tabla 4	
Clasificación de los sectores y subsectores de actividad de la franquicia. Diciembre 2007	21
Tabla 5	
Franquicias de la Comunitat Valenciana por sectores de actividad, 2007.	24
Tabla 6	
Franquicias de la Comunitat Valenciana por subsectores de actividad, 2007.	24
Tabla 7	
Enseñas franquiciadoras según área comercial.	25
Tabla 8	
Ranking de facturación en España y Comunitat Valenciana. Barbadillo&Asociados.	28
Tabla 9	
Ranking de facturación en España y Comunitat Valenciana. Tormo&Asociados.	29
Tabla 10	
Creación de cadenas franquiciadas en la Comunitat Valenciana.	32
Tabla 11	
Principales datos de evolución del SIF&Co.	34
Gráfico 1	
La franquicia valenciana por sectores de actividad. 2007.	20
Gráfico 2	
La franquicia valenciana por actividad. 2007.	20
Gráfico 3	
La franquicia en la Comunitat Valenciana. 2007. Estructura territorial.	26
Gráfico 4	
Evolución del número de redes 1999-2007.	31

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS BLOQUE II

Tabla 1	
Master franquicia con sede en la Comunitat Valenciana y origen extranjero.	39
Tabla 2	
Tiempo desde que se constituye la empresa hasta que se crea la franquicia.	41
Tabla 3	
Requisitos para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas. Por sectores.	48
Tabla 4	
Población mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.	47

Tabla 5	Superficie de venta mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.	49
Tabla 6	Inversión mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.	51
Tabla 7	Royalties de publicidad o funcionamiento.	52
Tabla 8	Distribución según periodo contractual.	53
Gráfico 1	La franquicia valenciana. Estructura territorial de los puntos de venta.	43
Gráfico 2	La franquicia valenciana. Forma de expansión.	44
Gráfico 3	Internacionalización. % Presencia de redes en el extranjero.	44
Gráfico 4	Porcentaje de puntos de venta en el extranjero.	45
Gráfico 5	Población mínima requerida para implantar un punto de venta de una franquicia valenciana.	49
Gráfico 6	Dimensión mínima requerida para implantar un punto de venta de una franquicia valenciana.	50
Gráfico 7	Otros requisitos del local.	50
Gráfico 8	Inversión mínima requerida.	51
Gráfico 9	Canon de entrada.	52
Gráfico 10	Duración del contrato de franquicia.	53
Gráfico 11	Certificado de calidad exclusivo del sector.	55
Gráfico 12	Creación de nuevas redes franquiciadoras. Comunitat Valenciana.	57
Gráfico 13	Creación de nuevos puntos de venta por la redes franquiciadoras.	58
Gráfico 14	Expansión territorial de los puntos de venta previstos para 2008/2009.	58
Gráfico 15	Principales zonas de expansión territorial de las redes franquiciadoras valencianas 2008/2009. Respuesta múltiple (%).	59
Gráfico 16	Herramientas de comunicación más utilizadas por las redes de franquicia valencianas.	63
Gráfico 17	Asistencia a ferias.	64
Gráfico 18	Ferias a las que asisten las enseñas valencianas.	64

Situación de la franquicia
en la Comunitat
Valenciana

Bloque I



1. Introducción.

La franquicia valenciana se crece ante la crisis.

Veinte años han pasado desde que se implantó la primera franquicia en la Comunitat Valenciana y durante este período, esta fórmula no ha dejado de crecer y expandirse, consolidándose como una de las mejores opciones para iniciar negocios innovadores. Incluso **durante el año 2007, marcado por el inicio de la crisis económica, la franquicia en la Comunitat Valenciana ha experimentado un incremento de cinco centrales**, según las fuentes existentes en el mercado².

En la Comunitat Valenciana se han generado 26 nuevas centrales de franquicia ³ durante el año 2007. Es la tercera autonomía junto con Andalucía según el número de nuevas redes generadas, después de Madrid y Cataluña. Este dato denota el dinamismo de la fórmula de negocio en la región y la consolida como una de las impulsoras de la franquicia en España.

Las redes de franquicia con sede en la Comunitat Valenciana facturaron 2.341 millones de euros durante el año 2007, proporcionando empleo a 34.053 personas en sus 8.191 puntos de venta, según el Informe Anual de la Situación Actual de la Franquicia en España 2008, elaborado por la consultora Tormo&Asociados. Si bien es cierto que la facturación ha aumentado, el número de empleos se ha reducido en más de 6.500 personas, lo que supondría una reducción del 16,4% del empleo en un año. Esta situación puede explicarse por el inicio de la crisis económica, que ha afectado de forma más inmediata a sectores relacionados con la construcción como agencias inmobiliarias, servicios financieros, etc.

² Tormo & Asociados (2008) y Barbadillo & Asociados (2008).

³ "Informe Anual de la Situación Actual de la Franquicia en España año 2008" elaborado por la consultora Tormo & Asociados.

El incremento de facturación ha venido motivado por el aumento de enseñas y establecimientos ya que, por término medio, la facturación por establecimiento no ha experimentado apenas cambio. En la Comunitat Valenciana la facturación está en torno a 285.000 euros por establecimiento, similar a la de España. Este dato ofrece una amplia variedad de facturaciones según el sector del que se trate. Hay sectores como el de muebles, distribución alimentaria o agencias de viajes que en el año 2007 obtuvieron cifras de facturación muy superiores a la media, alcanzando en algún caso la cuantía de 361.733 euros por establecimiento.

Entre las principales exportadoras.

La franquicia valenciana, inmersa en una fase de consolidación en España, está llevando a cabo un proceso de internacionalización de sus enseñas iniciado hace ya algunos años, que la posicionan como **la tercera comunidad según el número de redes con presencia en el extranjero. Concretamente 17 enseñas tienen presencia en el extranjero**, según el informe de Tormo&Asociados.

Promotora del certamen con mayor carácter internacional.

En 2008, serán ya **19 ediciones del Salón Internacional de Franquicia, las Oportunidades de Negocio y el Comercio Asociado (Sif&Co)**, donde se darán cita los principales agentes relacionados con la franquicia.

La 19ª edición del certamen más internacional de España tendrá una duración de tres días. Se celebrará entre el 23 y 25 de octubre e integrará un espacio dedicado a otras fórmulas de expansión comercial. La franquicia es una de las principales fuentes de innovación y el SIF&CO, a lo largo de las 18 ediciones celebradas, ha contado con la presencia de sectores emergentes, desde tintorerías, cafeterías, inmobiliarias, centros de salud, estética y nutrición, servicios de marketing basado en los sentidos, asistencia personal especializada hasta las últimas tendencias de centros especializados en enseñanza infantil, o e-commerce. Muchos de estos sectores se dieron a conocer en este certamen y se han convertido en sectores consolidados.

2. La franquicia en España y en la Comunitat Valenciana, 2007.

Para la realización de este apartado se han tenido en cuenta los datos oficiales que recoge el Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, los datos que publican anualmente la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), y las consultoras de Tormo & Asociados, Bardadillo & Asociados y MundoFranquicia.

Las distintas fuentes de información que realizan un análisis del sector de la franquicia en España ofrecen pequeñas variaciones en cuanto a número de enseñas y unidades operativas. El motivo de estas diferencias es la utilización de distintos sistemas de recopilación de la información y del tratamiento de los datos.

Todas las fuentes consultadas sitúan a **la Comunitat Valenciana como la tercera comunidad autónoma según el número de cadenas franquiciadas**, con un porcentaje sobre la franquicia española del 10% para la Asociación Española de Franquiciadores o el 12% según el resto de anuarios.

De las distintas fuentes consultadas se concluye:

- Los datos de **Tormo & Asociados muestran la existencia de 108 cadenas franquiciadoras españolas de origen valenciano**, equivalentes al 11,9% de las enseñas españolas.
- La consultora **Barbadillo&Asociados señala la presencia de 124 centrales franquiciadoras valencianas**, correspondientes al 12,9% del total de franquicias con sede en España.

- La Asociación Española de Franquiciadores cifra en **83** las cadenas franquiciadoras de origen valenciano⁴, que representan el 10,3% del total de enseñas franquiciadoras españolas.
- Según el Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio⁵, **136** enseñas franquiciadoras tienen su sede en la Comunitat Valenciana, equivalentes al 11,9% del total de franquicias españolas.
- El anuario **Mundofranquicia** censa **127** redes en la Comunitat Valenciana, correspondientes al 11,2% de las centrales de franquicia en España.

Tabla 1 Número de empresas franquiciadoras en España y la Comunitat Valenciana. Diciembre 2007.

Principales anuarios	ESPAÑA		COMUNITAT VALENCIANA			
	Número de franquicias	Puntos de Venta	Número de franquicias	% SOBRE ESPAÑA	Puntos de Venta	% SOBRE ESPAÑA
Tormo&Asociados	905	72.373	108	11,9	8.191	11,3
Barbadillo Asociados	960	53.974	124	12,9	-	-
MundoFranquicia	1.135	68.938	127	11,2	7.353	10,7
Asociación Española de Franquiciadores*	804	56.039	83	10,3	-	-
Registro de Franquiciadores **	1.140	-	136	11,9	-	-

Fuente: Tormo & Asociados (2008), Barbadillo Asociados (2008), Libro Oficial de la Asociación Española de Franquiciadores (2008) Mundofranquicia 2008 y Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

* La Asociación Española de Franquiciadores aporta datos referidos a diciembre de 2006.

** Los datos del Registro de Franquiciadores son los recogidos en el portal del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. No se han considerado en este estudio las franquicias extranjeras que también vienen recogidos por la Secretaría. Datos a octubre de 2007.

La franquicia valenciana está entre las primeras comunidades autónomas según número de redes, facturación y empleo.

La Comunitat Valenciana es la tercera autonomía según el número de redes, y se sitúa la cuarta, después de Andalucía, en el ranking por número de establecimientos, facturación y empleo generado durante el año 2007 (Tormo&Asociados⁶).

El estudio anterior refleja que las 108 redes de franquicia con sede en la Comunitat Valenciana facturaron 2.341 millones de euros y emplearon a 34.053 personas en sus 8.191 locales.

Según Mundofranquicia, la Comunitat Valenciana consolidaría su tercera posición situándose por delante de Andalucía y por detrás de Madrid y Barcelona. Según los datos de este anuario, la Comunitat contaba en 2007 con 127 enseñas franquiciadoras que realizaron su actividad en 7.353 establecimientos, facturando 2.923 millones de euros y empleando a 30.711 personas.

4 Dato a diciembre 2006.

5 Dato a octubre de 2007.

6 "Informe Anual de la Situación Actual de la Franquicia en España año 2008" elaborado por la consultora Tormo & Asociados.

Las cifras anteriores muestran el cómputo de **4 empleos por establecimiento y una facturación que puede oscilar, según las distintas fuentes, entre 285.800 euros y 397.525 euros por establecimiento franquiciado.**

Tabla 2 Indicadores de franquicia para España y la Comunitat Valenciana, 2007.

INDICADORES	Comunitat Valenciana	España	% Cv Sobre España	Posición Comunitat Valenciana en el Ranking de España
Número de redes	108	905	11,9	3ª
Número de establecimientos	8.191	72.373	11,3	4ª
Facturación (millones de euros)	2.341	20.685	11,3	4ª
Empleo directo e indirecto	34.053	403.000	8,4	4ª
Nº de centrales franquiciadoras creadas	26	199	13,1	3ª
Nº puntos de venta instalados	625	5.803	10,8	4ª

Fuente: Tormo & Asociados (2008).

INDICADORES	Comunitat Valenciana	España	% Cv Sobre España	Posición Comunitat Valenciana en el Ranking de España
Número de redes	127	1.135	11,2	3ª
Número de establecimientos	7.353	68.938	10,7	3ª
Facturación (millones de euros)	2.923	22.017	13,3	3ª
Empleo directo e indirecto	30.711	243.825	12,6	3ª

Fuente: MundoFranquicia (2008).

Fuente: Guía de Franquicias y Oportunidades de Negocio 2008 (editado por Tormo & Asociados) y Directorio de Franquicias y Comercio 2008 (editado por Mundofranquicia Consulting).

Datos a diciembre 2007

La franquicia en España ha experimentado **una ligera reducción del número de centrales durante el año 2007** según los datos de Tormo&Asociados (7%) y Barbadillo&Asociados (2%). Esta última fuente sostiene que la reducción de enseñas ha venido acompañada de una disminución del número de establecimientos franquiciados del 20%.

Según Tormo&Asociados, la reducción de las centrales no es un signo de recesión puesto que recoge un incremento del número de establecimientos del 5%, al que se suman también **aumentos de la facturación, la inversión y empleo** ⁷. La reducción de las redes se debe, según esta consultora, a la aplicación de criterios más estrictos en su selección de franquicias.

Teniendo en cuenta la coyuntura económica caracterizada por una reducción de las ventas en el sector servicios y la consiguiente caída del empleo en el sector, las cifras analizadas reflejan una tendencia a la estabilización de la franquicia, ya que este modelo de negocio se ha consolidado tanto en España como en la Comunitat Valenciana.

7 Tormo&Asociados. Situación Actual de la Franquicia en España 2008.

Tabla 3 Evolución de las enseñanzas franquiciadoras y las oportunidades de negocio en España y en la Comunitat Valenciana, 2007.

Principales anuarios	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	VARIACIÓN* 1999-2006	
										Valores absolutos	Valores relativos
ESPAÑA											
Tormo & Asociados	750	940	963	1.012	742	812	902	968	905	218	29,1
Barbadillo Asociados	734	865	964	963	958	963	1.070	980	960	246	33,5
Asociación Española de Franquiciadores *	529	565	646	634	650	649	712	804	804	275	52,0
Franchisa	541	563	624	651	663	685	722	745	810	269	49,7
Registro de Franquiciadores *	25	308	508	648	773	913	1.077	970	1.140	945	3.780,0
Mundofranquicia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.135	-
COMUNITAT VALENCIANA											
Tormo & Asociados	44	87	86	106	73	90	98	103	108	59	134,1
Barbadillo Asociados	58	73	93	95	102	117	141	119	124	61	105,2
Asociación Española de Franquiciadores *	57	62	57	57	64	66	71	83	83	14	24,6
Franchisa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Registro de Franquiciadores *	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	-
Mundofranquicia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	127	-

Fuente: Guía de Franquicias y Oportunidades de Negocio 2008 editado por Tormo & Asociados (Consultores en franquicia).

A diciembre 2007

2.1. Situación de la franquicia en la Comunitat Valenciana. 2007.

El sector servicios ya supone el 45% de las franquicias valencianas.

En la Comunitat Valenciana **179 enseñas se identifican como centrales de redes franquiciadoras**, según los datos recogidos del trabajo de campo realizado por la Oficina PATECO ⁸.

La franquicia es una fórmula comercial que ha experimentado un fuerte crecimiento en la Comunitat Valenciana entre 1999 y 2007, no solamente en número de redes, sino también en número de locales franquiciados, facturación y empleo generado.

Se observa una estructura sectorial similar a la de España con predominio de los servicios, que se prevé que siga siendo el de mayor crecimiento en los próximos años. De hecho el porcentaje de franquicias de servicios ha pasado de representar el 39% en 2006 al 45% en 2007.

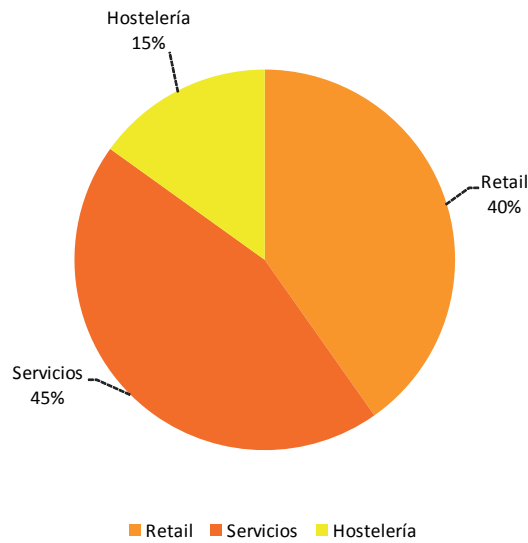
Los servicios a empresas son los que más están creciendo en la Comunitat Valenciana, habiendo pasado, durante el período 2005-2007, de 11 a 26 redes. En este grupo sobresale la presencia de franquicias de servicios financieros, seguidas por consultorías, asesorías fiscales y jurídicas. Sectores que se han desarrollado en línea con la mayor concesión de créditos (hipotecarios y al consumo) y la mayor asistencia de servicios, no sólo a empresas, sino a las familias y hogares en materia fiscal, laboral o jurídica.

Destacan **entre las franquicias de servicios personales** las de servicios **inmobiliarios, cuidados personales y las agencias de viaje**, concentrando entre las tres la mitad de franquicias de este grupo. Sectores ligados al boom inmobiliario experimentado en los últimos años, y que actualmente se encuentra en recesión, así como la mayor importancia otorgada a la salud, cuidados personales y mayor disfrute del ocio y tiempo libre.

La restauración tiene una presencia significativa en la Comunitat Valenciana. Hay 27 franquicias pertenecientes a este sector (15% sobre la totalidad de redes) entre las que abundan las cadenas de fast food, constituyendo uno de los grupos que más innovan dentro del sector. Es un grupo de restauración muy apreciado por los turistas porque existe ya una experiencia previa en la ciudad de origen, generando confianza con respecto al producto que se consume, al servicio y los precios, que son muy competitivos. Los jóvenes y niños constituyen también un público objetivo de este tipo de establecimientos.

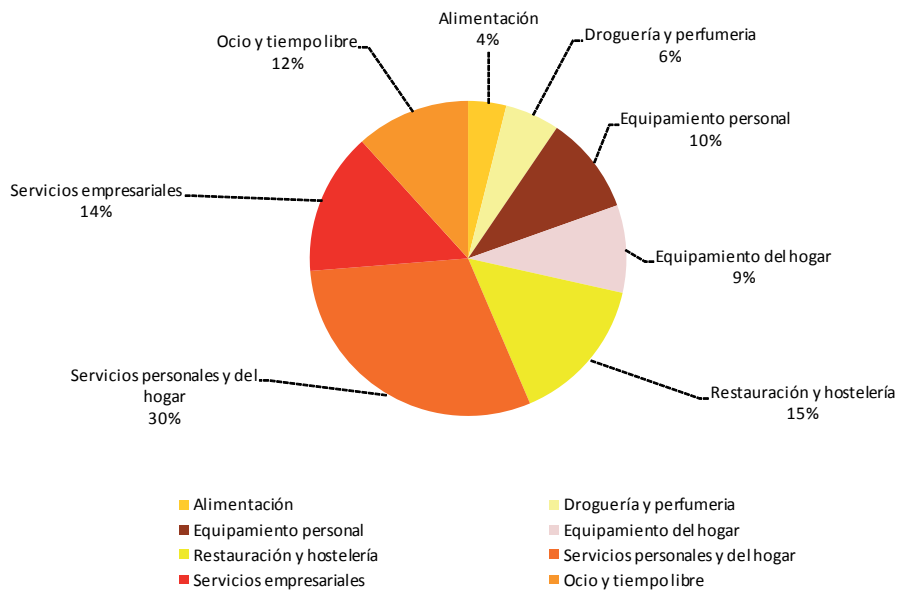
⁸ Trabajo de campo realizado por la Oficina PATECO. A partir de una base de datos desarrollada con información procedente de las principales fuentes del sector: Tormo&Asociados, Barbardillo & Asociados, Asociación Española de Franquiciadores, Mundofranquicia y Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Incluye todas las cadenas que han respondido al cuestionario (139) o, no habiendo respondido al mismo (40) han confirmado su condición de franquicias.

Gráfico 1 La franquicia valenciana por sectores de actividad. 2007.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

Gráfico 2 La franquicia valenciana por actividad. 2007.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

Tabla 4 Clasificación de los sectores y subsectores de actividad de la franquicia. Diciembre 2007

	TORMO & ASOCIADOS	BARBADILLO & ASOCIADOS	MUNDOFRANQUICIA	LIBRO OFICIAL DE LA FRANQUICIA	REGISTRO DE FRANQUICIADORES
ALIMENTACIÓN	Alimentación	Alimentación-autoservicio	Alimentación	Alimentación	Alimentación
	Panaderías y pastelerías	Panadería, pastelería	Panadería, pastelería	Panadería y pastelería	Panadería, pastelería y heladería
	Tiendas de golosinas				
	Tiendas de vino				
LIMPIEZA, HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL	Cosmética	Cosmética, droguería y perfumería	Dietética y parafarmacia	Belleza y cosmética	Belleza y Comesticos
	Dietética y herboristería	Dietética-herboristería		Dietética y parafarmacia	Dietética y Parafarmacia
	Parafarmacia	Salud-parafarmacia			
	Calzado	Calzado y complementos	Calzados, bolsos y complementos	Joyería y bisutería	Confección, Moda y Complementos
EQUIPAMIENTO PERSONAL	Moda complementos	Joyería y bisutería	Joyería y bisutería	Confección-moda y complementos	Joyería y Bisutería
	Joyería y bisutería	Moda infantil	Lencería		
	Moda caballero y camiserías	Lencería, mercería	Moda caballero		
	Moda femenina y complementos	Moda-confección	Moda infantil y juvenil		
	Moda infantil y juvenil		Moda nupcial		
	Moda lencería		Moda señora		
	Moda varios		Moda unisex		
	Arte y enmarcación	Arte y enmarcación	Hogar y decoración	Decoración, mobiliario y textiles	Construcción, Decoración, Mobiliario
	Mobiliario	Complementos del hogar-textil	Mobiliario	Construcción	y Restauración de interiores
	Textil regalo/Decor hogar	Mobiliario, decoración	Revestimientos- materiales de construcción		

TORMO & ASOCIADOS	BARBADILLO & ASOCIADOS	MUNDOFRANQUICIA	LIBRO OFICIAL DE LA FRANQUICIA	REGISTRO DE FRANQUICIADORES
Cafeterías	Cafeterías	Cafeterías, heladerías y chocolaterías	Hostelería y restauración	Hostelería y Restauración
Cervecerías	Hostelería	Cervecería, tapeo		
RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA	Fast Food	Heladerías-chocolaterías	Comida rápida	
	Heladerías	Hotels	Hostelería y restauración	
	Tapas			
	Temáticos			
	Varios			
Agencias inmobiliarias	Agencias inmobiliarias	Agencias de viajes	Agencias inmobiliarias	Agencias inmobiliarias
Balnearios y spas	Estética-gimnasios	Bronceado, gimnasios y spas	Centros de salud	Agencias de Viajes
Belleza y cuidado personal	Bronceado	Enseñanza	Centros de enseñanza	Automoción
Clinicas odontológicas	Peluquería	Estética y salud	Agencias de viaje	Centros de Enseñanza
Optica	Enseñanza, formación	Inmobiliarios	Servicios	
Centros de bronceado	Agencias de viaje	Ópticas	Tintorerías	
SERVICIOS PERSONALES Y DEL HOGAR	Peluquerías	Servicios automovil-motocicleta	Peluquerías	
Enseñanza	Productos personalizados	Servicio a domicilio	Servicio a domicilio	
Viajes	Tintorería-arreglos ropa	Tintorería y lavandería	Tintorería y lavandería	
Servicio automóviles	Servicios varios			
Servicio a domicilio				
Relaciones personales				
Arreglos de ropa				
Tintorerías, lavanderías				

Tabla 5 Franquicias de la Comunitat Valenciana por sectores de actividad, 2007.

COMUNITAT VALENCIANA		
Sector	Nº	%
Alimentación	7	3,9
Droguería y perfumería	9	5,0
Equipamiento personal	19	10,6
Equipamiento del hogar	16	8,9
Restauración y hostelería	27	15,1
Servicios personales y del hogar	54	30,2
Servicios empresariales	26	14,5
Ocio, tiempo libre y regalos	1	0,6
Tiendas especializados	20	11,2
Total	179	100

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008
A diciembre 2007.

Tabla 6 Franquicias de la Comunitat Valenciana por subsectores de actividad, 2007.

Sector	Actividad	Nº	%
Alimentación	Especializada	4	2,2
	Gran consumo	3	1,7
Droguería y perfumería	Droguería	6	3,4
	Parafarmacias	4	2,2
Equipamiento personal	Confección y moda	12	6,7
	Calzado y complementos	6	3,4
Equipamiento del hogar	Mobiliario, decoración y cocinas	16	8,9
Restauración y hostelería	Fast Food	9	5,0
	Cafeterías	6	3,4
	Restaurantes	12	6,7
Servicios personales y del hogar	Agencias de viaje	10	5,6
	Agencias matrimoniales	2	1,1
	Cuidados personales	8	4,5
	Clínicas odontológicas	2	1,1
	Enseñanza	1	0,6
	Servicios de obras y reparación	2	1,1
	Servicios automovilísticos	3	1,7
	Servicios especializados	9	5,0
	Servicios inmobiliarios	10	5,6
	Tintorerías/lavanderías	3	1,7
Servicios empresariales	Arreglos de ropa	2	1,1
	Internet/ telecomunicaciones	2	1,1
	Servicios a empresas	26	14,5
Ocio, tiempo libre y regalos	juguetes, deportes, vídeos, etc	1	0,6
	Informática	4	2,2
	ópticas	3	1,7
	Regalos	2	1,1
	Varios	11	6,1
Total		179	100

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.
A diciembre 2007.

La franquicia crece en la provincia de Alicante.

Las cadenas de franquicia tienen sus centrales en las áreas de mayor concentración poblacional, principalmente en las ciudades de Valencia y Alicante y en las áreas comerciales ⁹ en las que se integran.

Aunque Valencia sigue concentrando el 50%, **Alicante es la provincia en la que más cadenas se han creado durante los últimos 3 años**, de forma que concentra el 45% de las redes. En Castellón se localiza un 5% de las redes valencianas.

En las tres capitales de provincia se localiza el 43,5% del total de redes de la Comunitat Valenciana.

Las poblaciones en las que mayor número de redes se localizan son Valencia (45), Alicante (27), Elche (15), Castellón de la Plana (6), Cocentaina (6), Paterna (5) y Elda (5). En general tienden a concentrarse en poblaciones medias y grandes poblaciones.

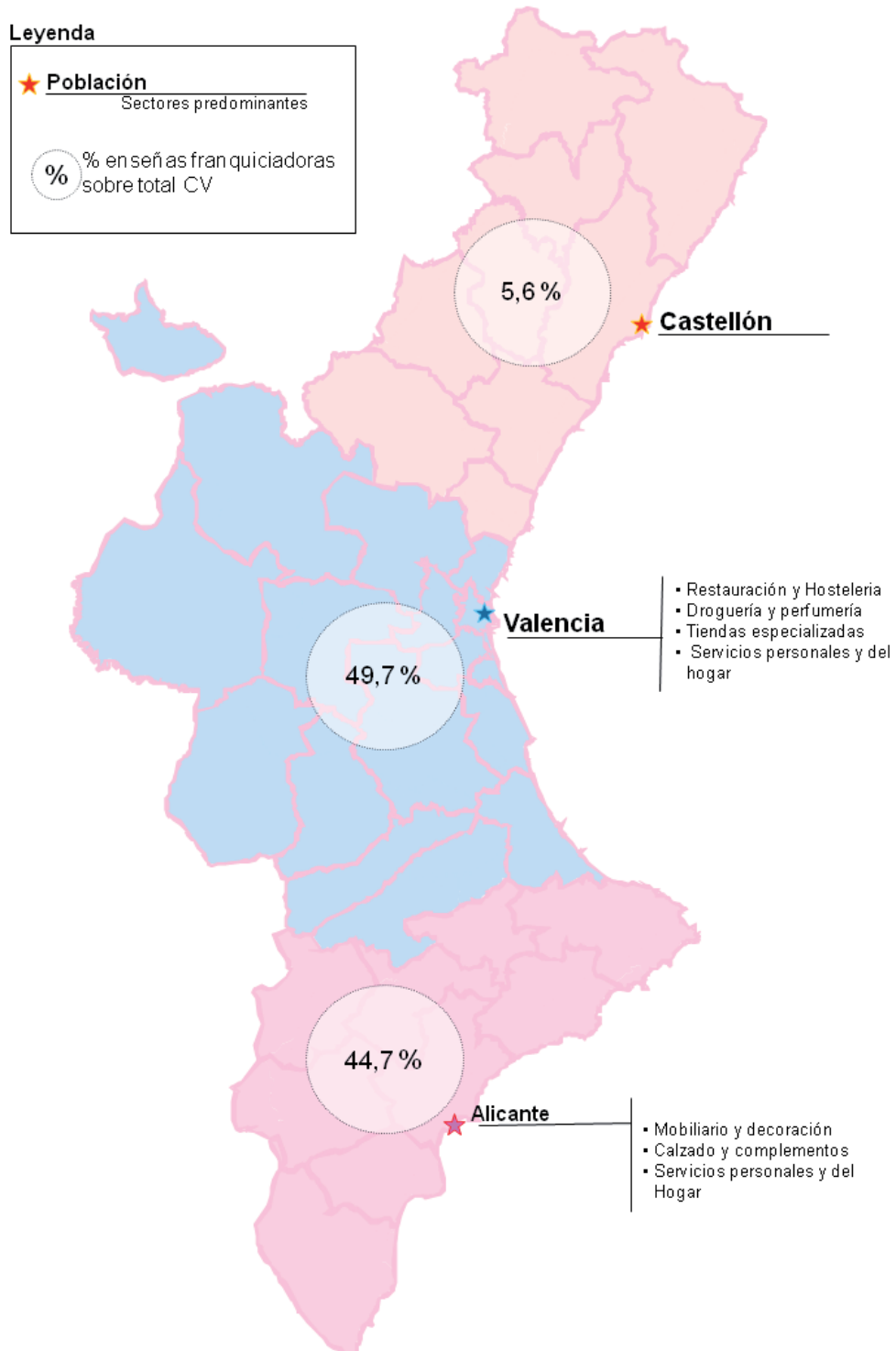
Tabla 7 Enseñas franquiciadoras según área comercial.

Áreas Comerciales	Población		Enseñas franquiciadoras	
	Nº	%	Nº	%
Vinaròs-Benicaló	86.780	1,8	1	0,6
Castellón	415.912	8,5	7	3,9
Vall d'Uixò	46.054	0,9	2	1,1
Segorbe	24.536	0,5	-	-
Sagunto	85.355	1,7	5	2,8
Valencia	1.772.781	36,3	78	43,6
Requena	53.103	1,1	-	-
Sueca	63.118	1,3	-	-
Alzira	130.056	2,7	-	-
Xàtiva	141.324	2,9	1	-
Gandía	181.709	3,7	4	2,2
Ontinyent	59.037	1,2	1	0,6
Alcoy	96.393	2,0	9	5,0
Denia	160.608	3,3	2	1,1
Benidorm	207.314	4,2	8	4,5
Villena	41.661	0,9	-	-
Elda-Petrer	112.936	2,3	6	3,4
Novelda	67.424	1,4	3	1,7
Elche	294.947	6,0	15	8,4
Alicante	497.821	10,2	32	17,9
Orihuela-Torreveija	346.160	7,1	5	2,8
Total	4.885.029	100	179	100

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

⁹ Área Comercial: Se delimita en el Plan de Acción Territorial aplicado a la Distribución Comercial de la Comunitat Valenciana (PATECO) como conjunto de poblaciones que pivotan sobre un municipio que ejerce como cabecera de área porque concentra la oferta comercial y de servicios.

Gráfico 3 La franquicia en la Comunitat Valenciana. 2007. Estructura territorial.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

Predominan en Valencia las franquicias de restauración y hostelería y servicios personales y del hogar y en Alicante las centrales de mobiliario y decoración y las de calzado y complementos. Este último sector muy ligado a la actividad y especialización productiva de la provincia donde destaca la zona de Elda, Villena y Elx.

En este sentido, la franquicia puede suponer una oportunidad de negocio para los sectores tradicionales productivos de la Comunitat Valenciana, a través de la integración hacia delante del canal, creando una red propia de franquicias.

2.2. Ranking de franquicias según el volumen de ventas ¹⁰.

Según el ranking de las 200 franquicias que más venden en España, 172 son españolas y las 28 restantes provienen del extranjero (EEUU, Francia, Italia, Alemania, Holanda y Reino Unido). De las 172 enseñas españolas, **la Comunitat Valenciana, con 28 enseñas líderes en ventas, ocupaba en 2007 el tercer lugar entre las comunidades autónomas con mayor facturación**, después de Madrid con 50 redes y Cataluña con 41.

De los 17.644 millones de euros facturados por las marcas nacionales en 2007, la Comunitat Valenciana facturó el 7,1%, equivalente a unas ventas de 1.251 millones de euros.

Las franquicias de alimentación y agencias de viaje, las que más venden.

Los sectores que más venden en la Comunitat Valenciana son, en primer lugar las redes de supermercados, entre las que se encuentran las enseñas Dialprix, Charter y Super Valú, consolidando a la Comunitat Valenciana como una de las autonomías más dinámicas dentro del sector de distribución alimentaria, a la que pertenecen importantes cadenas sucursalistas como Mercadona o Consum.

Las agencias de viajes, a las que pertenecen Zafiro Tours, Estival Tours y Viajes Geisha **y las de mobiliario-decoración**, que cuentan con la presencia de Moblerone y Banak Importa, se encuentran también entre los grupos que más venden. Sólo estas diez enseñas concentraron el 81,4% de las ventas de las 28 enseñas del ranking en 2007.

En el ámbito nacional las redes líderes en ventas coinciden con las de la Comunitat Valenciana. En primer lugar destaca las redes de supermercados que cuentan con 8 enseñas entre las de mayor facturación. Al sector de alimentación le sigue el de agencias de viajes que han conseguido posicionar 17 enseñas entre las de más ventas y en tercer lugar la hostelería, con 47 enseñas dentro del ranking de ventas ¹¹.

¹⁰ En Franquicia nº 114. Octubre 2008.

¹¹ En Franquicia nº 114. Octubre 2008.

Tabla 8 Ranking de facturación en España y Comunitat Valenciana. Barbadillo&Asociados.

Posición	Enseña	Actividad	País de origen	Sede en España	Comunidad Autónoma	Facturación (España)	Locales propios	Locales asociados	Nº total locales	Empleados
1	Dia%	Alimentación-Supermercados	España	Madrid	Madrid	3.699.000.000	2.067	845	2.912	--
2	Viajes Marsans	Agencias de Viajes	España	Madrid	Madrid	1.281.160.000	592	273	865	4.134
3	Spar	Alimentación-Supermercados	Holanda	Madrid	Madrid	1.242.179.000	478	1.139	1.617	7.500
4	Grupo Gadisa	Alimentación-Supermercados	España	Betanzos	Galicia	828.980.000	0	195	195	--
5	Condis	Alimentación-Panaderías	España	Montcada i Reixac	Cataluña	746.000.000	188	222	410	5.050
6	McDonald's	Hostelería-restauración	Estados Unidos	Madrid	Madrid	707.000.000	297	82	379	19.000
7	Seur	Servicio de transporte	España	Madrid	Madrid	665.000.000	215	85	300	8.000
8	MIRW	Servicio de transporte	España	L'Hospitalet de Llobregat	Cataluña	632.093.000	0	724	724	10.500
9	Barceló Viajes	Agencias de Viajes	España	Palma de Mallorca	Baleares	505.325.157	266	148	414	--
10	bonÁrea	Alimentación-Supermercados	España	Guissona	Cataluña	480.611.330	7	286	293	--
(...) TOP TEN ESPAÑA										
15	Zafiro Tours	Agencias de Viajes	España	Alicante	Comunitat Valenciana	271.300.000	5	745	750	1.250
33	Viajes Estival Tour	Agencias de Viajes	España	Valencia	Comunitat Valenciana	121.532.626	2	238	240	330
38	Banak Importa	Mobiliario-decoración	España	Alcasser	Comunitat Valenciana	105.000.000	10	110	120	600
39	PC Box	Informática	España	Alicante	Comunitat Valenciana	104.500.000	43	81	124	486
Cadena de										
40	Ocio Video-Manía	Venta Automática	España	Alicante	Comunitat Valenciana	101.045.000	52	902	954	1.475
42	Moblerone	Mobiliario-decoración	España	Alicante	Comunitat Valenciana	95.000.000	15	40	55	975
53	Dialprix	Alimentación-Supermercados	España	Elche	Comunitat Valenciana	69.595.546	22	31	53	549
56	Charter	Alimentación-Supermercados	España	Silla	Comunitat Valenciana	65.000.000	0	138	138	825
67	Super Valú	Alimentación-Supermercados	España	Elche	Comunitat Valenciana	48.417.798	--	--	--	402
75	Viajes Gheisa	Agencias de Viajes	España	Sedavi	Comunitat Valenciana	36.848.327	7	40	47	106
TOP TEN COMUNIDAD VALENCIANA										

Fuente: En Franquicia nº 114, octubre 2008.

Tabla 9 Ranking de facturación en España y Comunitat Valenciana. Tormo&Asociados.

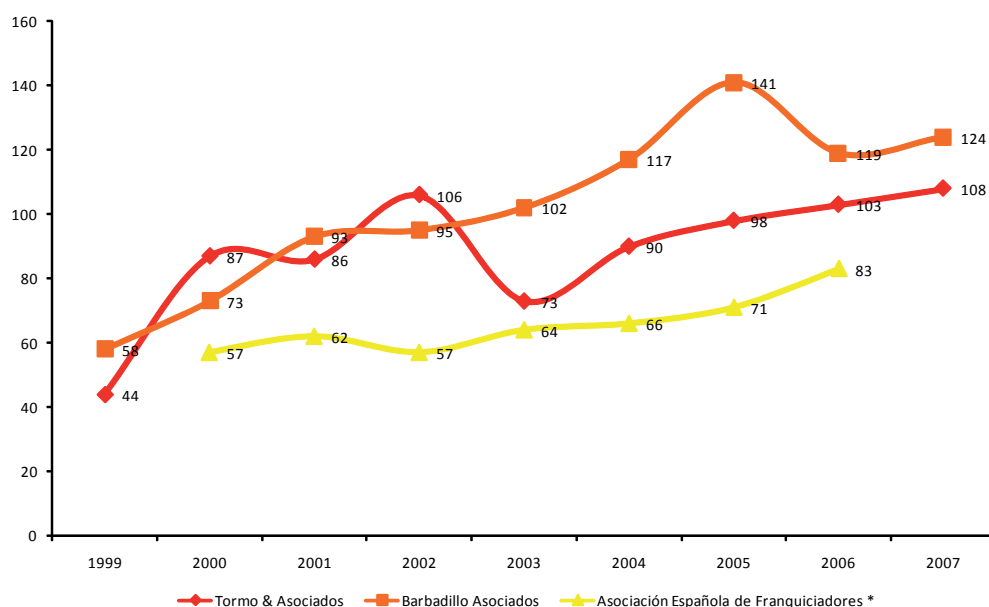
Posición	Enseña	Actividad	País de origen	Sede en España	Comunidad Autónoma	Facturación (España)	Locales propios	Locales asociados	Nº total locales	Empleados (1)
1	Día	Alimentación	España	Madrid	Madrid	4.019.200	1.889	840	2.729	--
2	Charter	Alimentación	España	Silla	Comunitat Valenciana	1.384.200	430	143	573	9.200
3	Viajes Marsans	Agencias de Viajes	España	Madrid	Madrid	1.281.160	592	273	865	4.134
4	Spar	Alimentación	Holanda	Madrid	Madrid	1.242.179	1.139	478	1.617	8.498
5	Condis Supermercats	Alimentación	España	Montcada i Reixac	Cataluña	746.000	191	250	441	2.870
6	McDonald's	Hostelería-restauración	Estados Unidos	Madrid	Madrid	707.000	82	297	379	--
7	MRW	Transporte urgente	España	L'Hospitalet de Llobregat	Cataluña	632.093	0	737	737	11.052
8	Barceló Viajes	Agencias de Viajes	España	Palma de Mallorca	Baleares	505.325	226	148	374	--
9	Telepizza	Hostelería-restauración	España	San Sebastiana de los Reyes	Madrid	503.000	238	342	580	--
10	BonÁrea	Alimentación	España	Guissona	Cataluña	480.611	6	323	329	--
(...) TOP TEN ESPAÑA										
2	Charter	Alimentación	España	Silla	Comunitat Valenciana	1.348.200	430	143	573	9.200
15	Zafiro tours	Agencias de Viajes	España	Alicante	Comunitat Valenciana	271.300	5	760	765	1.250
32	Estivaltour	Agencias de Viajes	España	Valencia	Comunitat Valenciana	121.532	2	218	220	330
36	PC Box	Informática	España	Alicante	Comunitat Valenciana	104.500	43	81	124	486
37	Videomania-Copyplay-Marvel for kids	Vending	España	Alicante	Comunitat Valenciana	101.045	52	902	954	1.475
40	Moblerone	Mobiliario-decoración	España	Alicante	Comunitat Valenciana	95.000	14	31	45	950
47	Dialprix	Alimentación	España	Elche	Comunitat Valenciana	69.565	20	34	54	512
57	Super Valu	Alimentación	España	Elche	Comunitat Valenciana	48.417	14	7	21	282
65	Tapelia	Hostelería/Restauración	España	Alicante	Comunitat Valenciana	40.000	14	29	43	793
71	Viajes Gheisa	Agencias de Viajes	España	Sedaví	Comunitat Valenciana	36.848	11	35	46	143
TOP TEN COMUNIDAD VALENCIANA										

Fuente: Franquicia Hoy nº 143. Octubre 2008. *Nota: El nº empleados = empleados central + empleados franquicia

3. Trayectoria de la franquicia valenciana: consolidación e internacionalización.

Desde 1999 hasta 2007, el número de redes que operan en la Comunitat Valenciana se ha duplicado, pasando de 44-58 enseñas a las 108-124 censadas en el último año.

Gráfico 4 Evolución del número de redes 1999-2007



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

* La evolución de la Asociación Española de Franquiciadores se realiza para el periodo 2000-2006.

La trayectoria de la franquicia en la Comunitat Valenciana se asemeja a la de las comunidades de Madrid y Cataluña, aunque su inicio se produjo unos años más tarde, aproximadamente a finales de la década de los ochenta.

Durante un período inicial, el crecimiento de las enseñas fue continuado pero lento, despuntando las redes pertenecientes al sector de la alimentación y moda, con un porcentaje de franquicias de origen extranjero del 40% del total de enseñas ¹².

Desde mediados de la década de los 90 la expansión se produjo de forma muy rápida. Este importante impulso ha situado a la Comunitat Valenciana como la tercera comunidad autónoma en número de centrales implantadas, después de Madrid y Cataluña, posición que se mantiene en los últimos años.

12 Cámara de Comercio de Valencia y Generalitat Valenciana (1992). Guía de la franquicia. 3ª edición.

Consolidación e internacionalización como principales características de la franquicia valenciana en la actualidad.

En la actualidad, la franquicia valenciana, en consonancia con el resto de España, destaca en dos aspectos claves: **la consolidación y la internacionalización**.

Las distintas fuentes afirman que la franquicia está inmersa en un período de madurez y consolidación, caracterizado por la ralentización del ritmo de crecimiento del número de redes. En España, algunos expertos afirman que el número de enseñas no crece sino que se ha reducido durante el último año. En cambio, crecen las ventas y los puntos de venta, lo que confirma la buena salud de esta fórmula.

Tabla 10 Creación de cadenas franquiciadas en la Comunitat Valenciana.

Periodo de creacion cadenas	Número	%
Anterior a 1985	2	1,1
Entre 1986 y 1990	7	3,9
Entre 1991 y 1995	11	6,1
Entre 1996 y 2000	39	21,8
Entre 2001 y 2005	68	38,0
Posterior a 2005	35	19,6
n.d.	17	9,5
Total	179	100

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008

Trayectoria de la franquicia en la Comunitat Valenciana desde 1988.

Años 80

- Primeras empresa franquiciadoras.
- Predominio de empresas franquiciadoras de origen extranjero.
- **Sectores:** alimentación, equipamiento personal, servicios empresariales o enseñanza, cafeterías, pizzerías y agencias de viajes.

Años 90

- Expansión de la franquicia de origen valenciano a partir de mediados de los 90.
- **Ampliación y diversificación de los sectores en fórmula de franquicia:** calzado y complementos, moda infantil, precio único, cervecerías, tiendas de informática, cosmética, herboristerías y parafarmacias, tiendas de regalo, ópticas y restaurantes especializados.
- Inicio de la internacionalización en el sector de la moda.

Años 2000

- **Consolidación de la franquicia** en la Comunitat Valenciana.
- **La internacionalización** se consolida como vía de crecimiento de los sectores más desarrollados: moda y restauración.
- El sector servicios se establece como el de mayor expansión de la fórmula de franquicia.
- **Predominio de los servicios:** a empresas, personales, servicios a domicilio, salud, cuidados a personas de la tercera edad, servicios financieros e inmobiliarios.

4. La Comunitat Valenciana promociona la feria más internacional de España.

El SIF&Co es la feria de franquicia más veterana entre las que se celebran en España ¹³. Durante las 18 ediciones celebradas hasta la fecha han asistido 4.570 expositores y 362.615 visitantes.

En 2008, serán ya **19 ediciones del Salón Internacional de Franquicia, las Oportunidades de Negocio y el Comercio Asociado (Sif&Co)**, donde se darán cita los principales agentes relacionados con la franquicia. Durante tres días, entre el 23 y 25 de octubre, se celebrará la 19ª edición del certamen más internacional con un espacio dedicado a otras fórmulas de expansión comercial.

La franquicia es una de las principales fuentes de innovación y el SIF&CO se ha convertido en un espacio de encuentro y exposición de las novedades. A lo largo de las 18 ediciones celebradas se ha observado la presencia de franquicias pertenecientes a sectores emergentes entre los que se pueden recordar las tintorerías, las cafeterías, los restaurantes temáticos, las inmobiliarias, los servicios de marketing basado en los sentidos, la asistencia personal especializada, los centros de salud, belleza y nutrición, los centros de relajación-spa, los servicios financieros, los asesores personales y de decoración del hogar, Internet, etc. Muchos de los sectores que se dieron a conocer en este certamen se han convertido en sectores consolidados.

En línea con las nuevas tendencias del sector, el SIF&Co, destaca por su vocación internacional. Este certamen visita otras ferias especializadas del sector en el extranjero, como EE. UU o Argentina, con el fin de promover la franquicia española en el exterior. Pero también promueve la presencia de inversores y franquiciadores extranjeros en España.

En esta línea, desde el año 2002, se incorpora una nueva sección a este certamen, el pabellón internacional, por donde han pasado empresas franquiciadoras de México, Estados Unidos, Portugal, Brasil, Italia, o incluso, en 2006, por primera vez hubo presencia de franquicias de Extremo Oriente en esta feria europea ¹⁴.

13 Otros certámenes de relevancia en España son Expofranquicia en Madrid y Salón Internacional de Negocios y Franquicias de Barcelona, que no alcanzan la repercusión y el impacto del SIF.

14 Artículo de opinión. Directora de la feria SIF&Co.

Tabla 11 Principales datos de evolución del SIF&Co.

Año de celebración	Expositores	Visitantes	Superficie (m2)
1990	65	3.282	1.480
1991	71	3.089	2.280
1992	86	5.500	1.700
1993	102	6.977	2.858
1994	138	7.991	3.960
1995 *	203	10.098	4.875
1996	230	14.980	6.008
1997	298	18.395	7.812
1998	356	23.000	8.072
1999	398	30.225	10.187
2000	419	31.076	12.056
2001 **	378	34.836	12.296
2002	368	36.000	12.296
2003 ***	378	35.766	12.296
2004	370	36.000	22.000
2005	350	38.400	40.000
2006	360	27.000	23.000
2007	320	22.000	30.000

Fuente: Franquicias Hoy, nº 132. Octubre 2007.

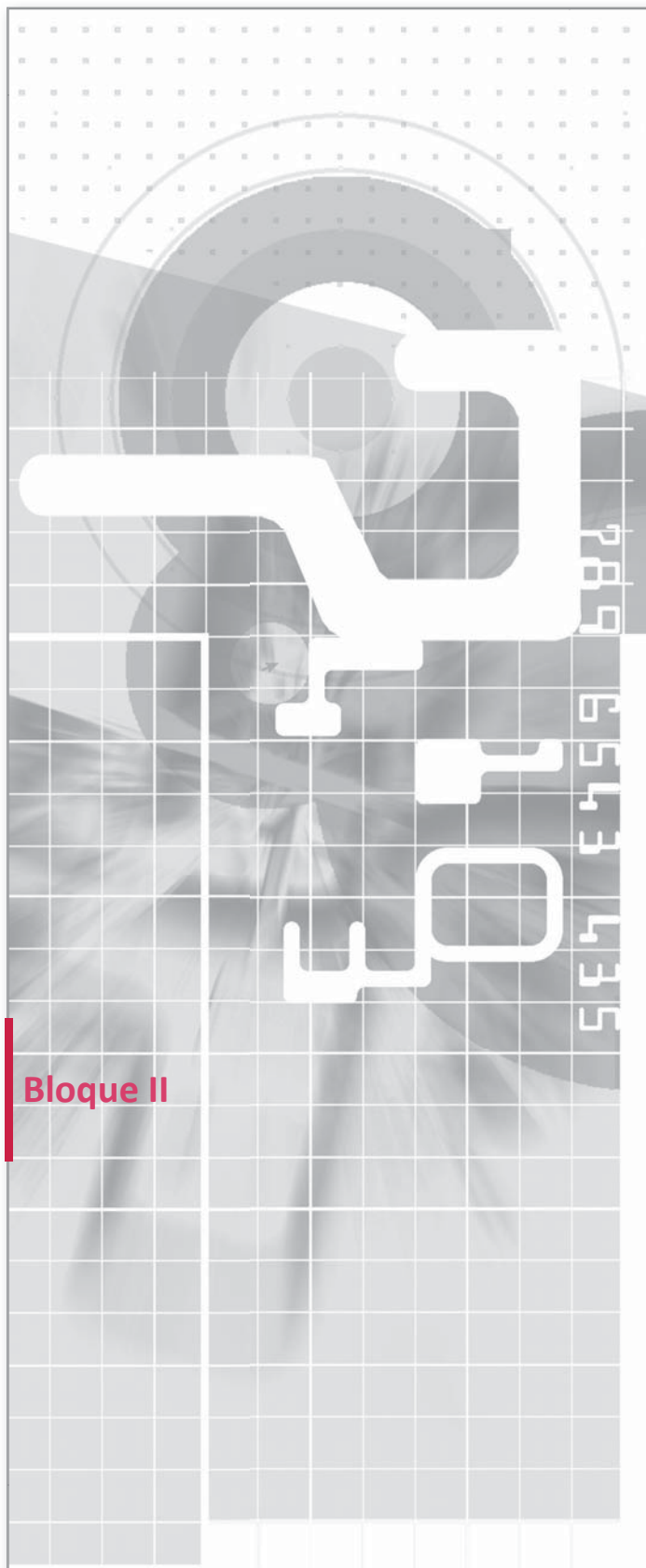
* En el año 1995 nace la feria Expofranquicia de Madrid.

** En el año 2001 nace en Barcelona el Salón Internacional de Negocios y Franquicias (BNF).

*** En el año 2003 el Salón Internacional de la Franquicia tomó el nombre de Salón Internacional de Franquicias, de las Oportunidades de Negocio y el Comercio Asociado (SIF&Co.)

Perfil de la empresa
franquiciadora de la
Comunitat Valenciana

Bloque II



1. Caracterización de la muestra.

Este capítulo contiene los principales datos extraídos de la encuesta realizada a empresas franquiciadoras de la Comunitat Valenciana.

A partir del Directorio de Franquicias de la Comunitat Valenciana ¹⁵, elaborado por las Cámaras de Comercio Valencianas, se ha realizado una encuesta con el fin de conocer las principales características, tendencias y perspectivas de la franquicia valenciana.

De las 179 franquicias incluidas, se ha entrevistado al 77% de las mismas, lo que representa una muestra de 139 enseñas. El trabajo de campo se realizó entre marzo y julio de 2008 mediante un cuestionario autocumplimentado por la empresa franquiciadora.

Ficha técnica

Universo: empresas franquiciadoras con sede en la Comunitat Valenciana.

Tamaño muestral: 139 entrevistas.

Método de entrevista: cuestionario autocumplimentado por la empresa franquiciadora.

Fecha realización: Marzo 2008-Julio 2008

Elaboración propia.

¹⁵ La base de datos se ha realizado de los directorios de los anuarios existentes en el mercado: Tormo & Asociados (2008), Barbadillo Asociados (2008); Libro Oficial de la Asociación Española de Franquiciadores (2008) y Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

2. Perfil de la empresa franquiciadora en la Comunitat Valenciana.

La estructura sectorial de las franquicias valencianas analizadas es similar a la de España. El retail concentra el 43,2% de las redes de franquicia, los servicios el 42,4% y la restauración y hostelería el 14,4%. El anterior resultado permite que el análisis sectorial sea comparable con los datos existentes para el conjunto de España, procedente de fuentes secundarias.

De las 139 cadenas franquiciadoras entrevistadas, 13 son master franquicia. Es decir, el 9,5% de las redes no se ha creado en la Comunitat Valenciana. Son redes importadas de países extranjeros como Alemania, Suecia o Portugal con sede en la Comunitat Valenciana.

Tabla 1 Master franquicia con sede en la Comunitat Valenciana y origen extranjero.

Nombre de la franquicia	País de origen
Refill	Alemania
Town&Country	Alemania
Ldc	Portugal
Osmoaqua	Portugal
Peter Murray	Portugal
Dentalis	Portugal
Lune Blue	Portugal
Exchange	Portugal
Cartridge Depot	EE.UU
Husse	Suecia
Card group Greetings	Suecia
Tempocasa	Italia
Esthetic Center	Francia

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

3. Periodo desde la constitución de la empresa hasta la creación de la franquicia.

Un 15% de las empresas valencianas que operan como franquicia se ha creado con esta finalidad, de forma que coincide el año de constitución de la empresa con el de creación de la franquicia. Además una de cada tres empresas franquiciadoras tarda menos de 5 años en crear la franquicia.

Por tanto se observa que prácticamente la mitad de las empresas entrevistadas (49%) ha creado una franquicia durante los primeros cinco años de su vida.

Por término medio, las empresas valencianas analizadas han esperado 11 años en crear una franquicia, debido a la existencia de grupos de franquicias muy diversos en el conjunto de entrevistados.

Existe, por el contrario un 18% de las empresas que tardaron más de 15 años en adoptar la fórmula de franquicia en su empresa. Destacan en este grupo las franquicias de retail, droguería y restauración y hostelería, coincidiendo con sectores maduros que encontraron la innovación en este nuevo formato.

Tabla 2 Tiempo desde que se constituye la empresa hasta que se crea la franquicia.

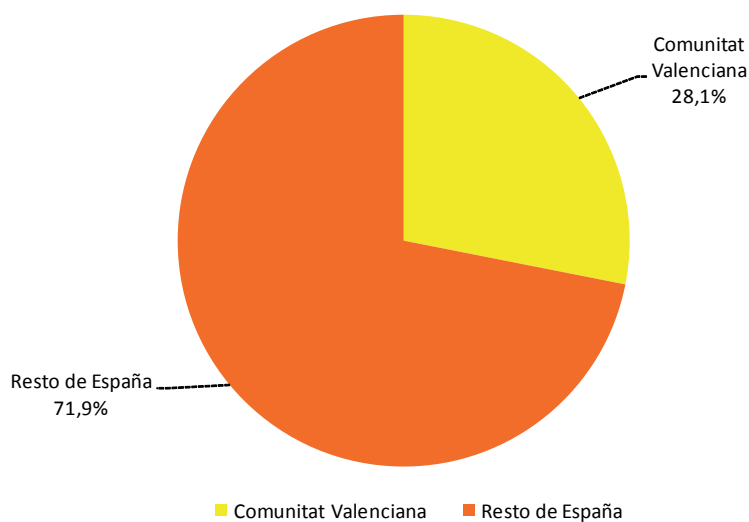
Tiempo desde la constitución de la empresa hasta la creación de la franquicia	%
Se crea el mismo año la empresa y la franquicia	15,0
Entre 1 y 5 años	33,8
Entre 6 y 10 años	11,3
Entre 11 y 15 años	6,8
Más de 15 años	18,0
n.d.	15,0

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

4. Expansión de la franquicia en España y en el exterior.

El 71,9% de los puntos de venta pertenecientes a las redes de franquicia con sede en la Comunitat Valenciana están distribuidos por el territorio español. Sólo un 28,1% de los puntos de venta se concentra en la Comunitat Valenciana.

Gráfico 1 La franquicia valenciana. Estructura territorial de los puntos de venta.

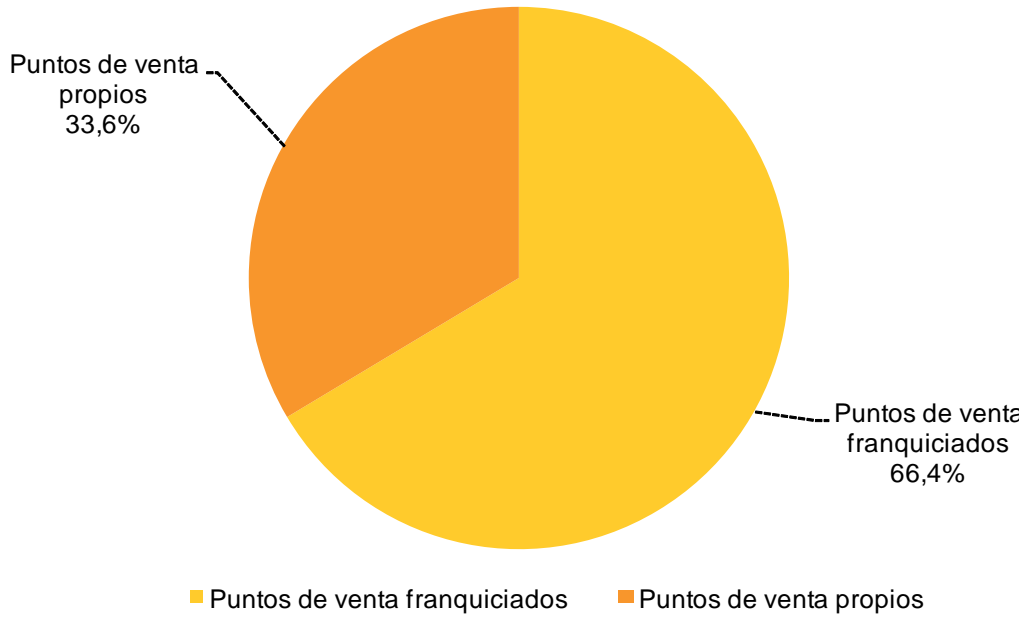


Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

La forma de expansión de la franquicia en España se realiza, principalmente, a través de puntos de venta franquiciados, equivalentes al 66,4% del total.

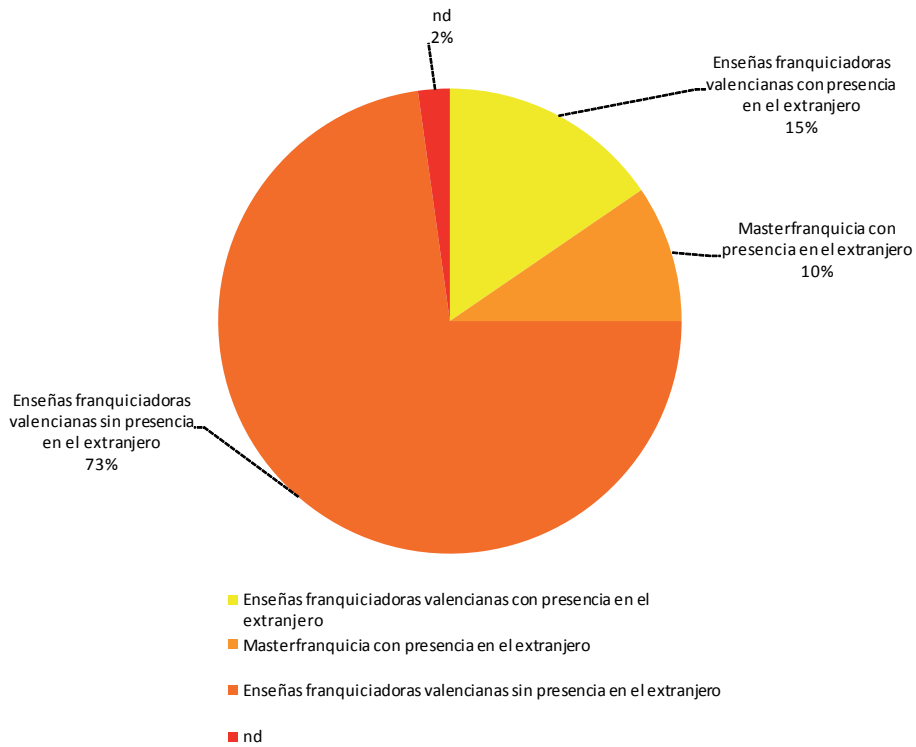
La proporción entre establecimientos propios y franquiciados es muy parecida si analizamos los puntos de venta ubicados en la Comunitat Valenciana y los del resto de España por separado.

Gráfico 2 La franquicia valenciana. Forma de expansión.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Gráfico 3 Internacionalización. % Presencia de redes en el extranjero.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

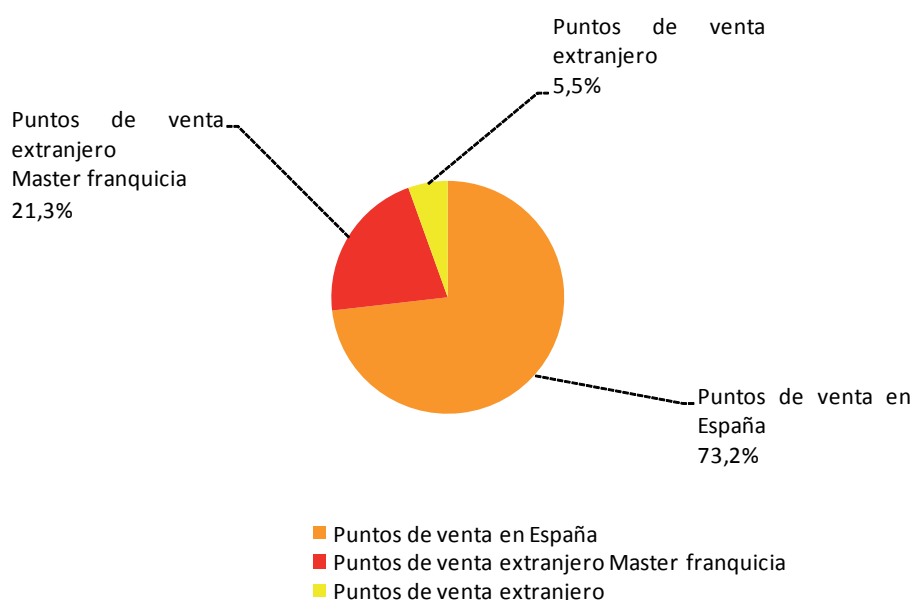
Un 15% de las franquicias valencianas tiene presencia en el extranjero.

Según el trabajo de campo se estima que el **15% redes franquiciadoras valencianas tiene presencia en el extranjero.**

Hay 21 redes de origen valenciano que están llevando a cabo un proceso de internacionalización. La salida al exterior ha permitido localizar fuera de España 609 puntos de venta, equivalentes al 5,5% del total.

Si a las cifras anteriores se añade la presencia en el extranjero de las 13 enseñas que se han clasificado como master franquicia de origen extranjero con sede en la Comunitat Valenciana, el porcentaje de presencia en el extranjero asciende al 25% y el del número de establecimientos a 26,8%.

Gráfico 4 Porcentaje de puntos de venta en el extranjero.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

La master franquicia como fórmula de expansión en España y el extranjero.

Según los datos extraídos del trabajo de campo, además de las master franquicia de origen extranjero hay en la Comunitat Valenciana 15 franquicias españolas que utilizan la fórmula de master franquicia. De las anteriores hay **9 franquicias que utilizan la master franquicia para internacionalizar y 6 franquicias que utilizan master franquicia para expandirse por el territorio español.**

5. Requisitos para implantar una franquicia en la Comunitat Valenciana.

Varios son los requisitos que se plantean a la hora de elegir una posible localización para un establecimiento franquiciado. Los requisitos que más frecuentemente se barajan para este análisis son: población mínima, inversión mínima necesaria, tamaño del local y canon de entrada. A los anteriores se suman otros aspectos relacionados con el entorno, las condiciones físicas del local, cánon de funcionamiento, etc.

El 51,1% de las franquicias entrevistadas se implantarían en poblaciones de tamaño mayor a 1.500 habitantes y no superior a 50.000 habitantes. En la Comunitat Valenciana hay **257 municipios con este tamaño poblacional**, por lo que este dato permite evaluar las posibilidades de expansión de las franquicias a lo largo de la región.

Únicamente hay 13 poblaciones de más de 50.000 habitantes en la Comunitat Valenciana: Valencia, Alicante, Castellón, Elche, Torrevieja, Paterna, Torrent, Orihuela, Benidorm, Alcoi, Elda, Gandía y Sagunto.

Tabla 4 Población mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.

Población mínima requerida	%
Menos de 25.000 habitantes	25,3
<i>Entre 1.500 y 5.000 habitantes</i>	6,6
<i>Entre 5.001 y 10.000 habitantes</i>	6,0
<i>Entre 10.001 y 15.000 habitantes</i>	4,4
<i>Entre 15.001 y 20.000 habitantes</i>	4,4
<i>Entre 20.0001 y 25.000 habitantes</i>	3,8
Entre 25.001 y 50.000 habitantes	25,8
Entre 50.001 y 100.000 habitantes	6,6
Entre 100.001 y 150.000 habitantes	1,6
Más de 150.000 habitantes	3,3
Ns/Nc	12,1

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

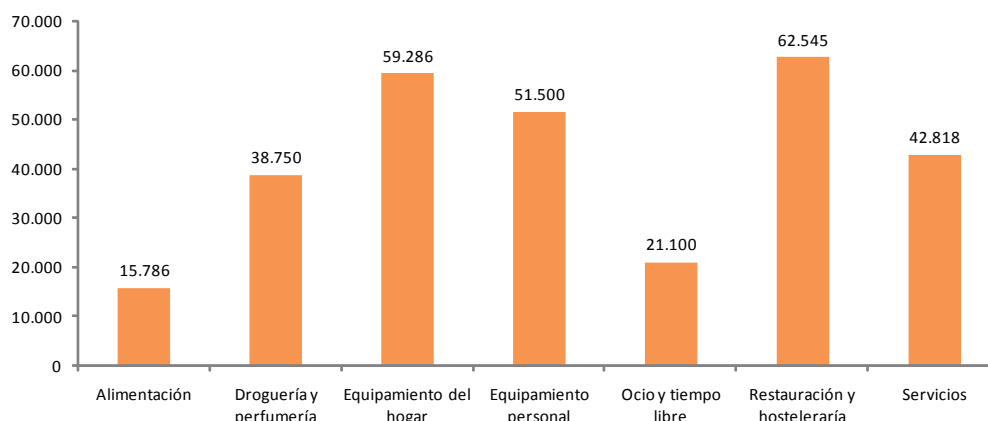
Tabla 3 Requisitos para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas. Por sectores.

	Población mínima (habitantes)	Tamaño local (m2)	Inversión media (€)	Canon de entrada (€)	Royalty Publicidad (%)	Royalty Funcionamiento	Duración del contrato de franquicia (años)	Facturación anual prevista (€)
Restauración y Hostelería	62.545	144	239.583	19.308	2,06	3,5	6,7	414.609
Servicios	42.818	56	35.065	11.129	1,74	4,3	7,8	272.741
Retail								
Alimentación	15.786	289	101.429	5.257	1,29	2,3	8,4	207.500
Droguería y perfumería	38.750	45	52.500	6.667	1,75	3,0	5,8	130.750
Equipamiento Personal	51.500	99	70.000	8.625	1,38	2,5	5,2	235.429
Equipamiento del Hogar	59.286	482	72.778	18.636	2,81	2,6	7,4	553.846
Otros bienes	21.100	93	38.923	7.035	1,67	2,3	4,5	121.667

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Los sectores de alimentación y ocio y tiempo libre tienen mayores posibilidades de expansión en municipios pequeños de la Comunitat Valenciana.

Gráfico 5 Población mínima requerida para implantar un punto de venta de una franquicia valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Un 42,7% de los franquiciadores estaría dispuesto a desarrollar la actividad en locales de tamaño reducido, no superior a 50 m².

Tabla 5 Superficie de venta mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.

Superficie mínima requerida del local	%
Hasta 50 m ²	42,7
Entre 50 y 100 m ²	29,1
Entre 100 y 200 m ²	15,5
Entre 200 y 500 m ²	9,2
Más de 500 m ²	3,5

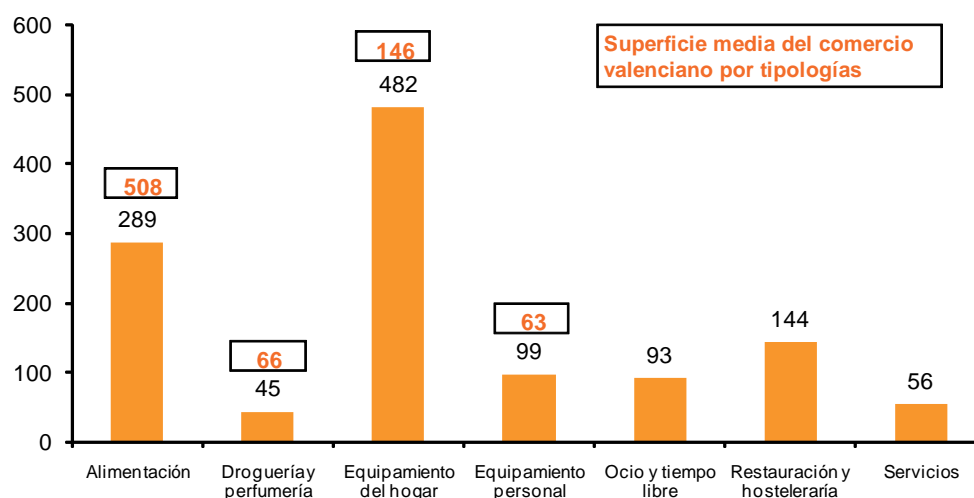
Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Un 71% de franquicias entrevistadas cabe en locales del mismo tamaño medio que un comercio valenciano. Los comercios valencianos tienen un tamaño medio de 108 m², que cumplirían el requisito de dimensiones mínimas para un 71% de las franquicias valencianas entrevistadas.

Si se analizan los distintos sectores se observa que:

- El comercio de alimentación por secciones tiene una superficie media de 508 m² que prácticamente duplica a la dimensión requerida para implantar una franquicia de alimentación.
- En el mismo sentido las droguerías y perfumerías en régimen de franquicia no requieren de una superficie comercial superior a la de cualquier establecimiento comercial de droguería y perfumería.
- Al contrario, se observa que las franquicias de moda y, sobre todo las de equipamiento del hogar se implantan en locales más amplios que los comercios valencianos de este sector.

Gráfico 6 Dimensión mínima requerida para implantar un punto de venta de una franquicia valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

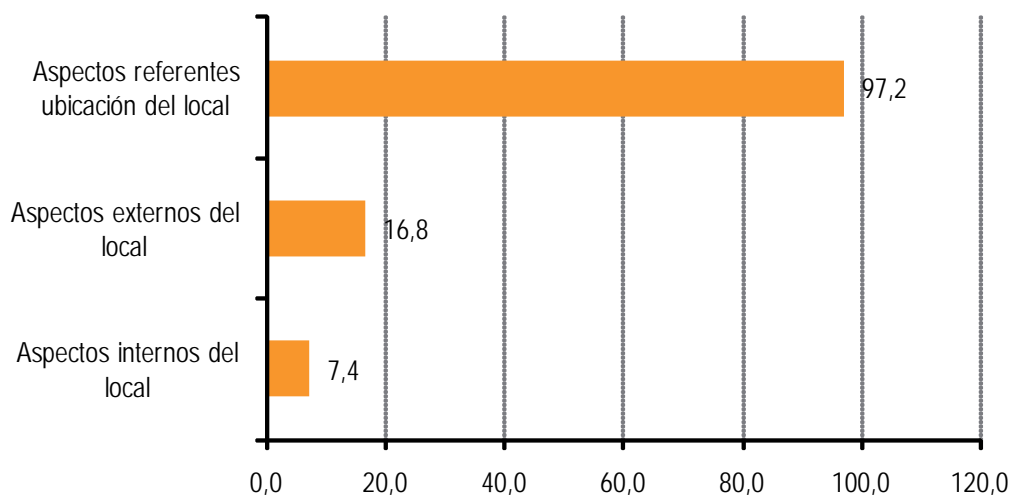
Además, el 40% de los entrevistados piensa que la dimensión mínima del local no ha variado en los últimos 5 años, por lo que los datos obtenidos pueden servir de referencia para la búsqueda de nuevos locales.

Otros requisitos del local.

El 97% de los franquiciadores valoran la localización en zona o eje comercial.

Los aspectos que más franquiciadores valencianos creen que afectan a su local son los relativos al entorno en el que se ubica el punto de venta. Un 97% cree que tienen mucha importancia aspectos como la localización en calle o zona comercial de centro urbano, transitada, bien comunicada y accesible. También resulta atractiva la localización del centro comercial.

Gráfico 7 Otros requisitos del local.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Nota: Respuesta múltiple.

El 36% de los empresarios entrevistados establece una inversión inicial mínima superior a 2.000 € e inferior a 30.000 €.

El sector que requiere una inversión inicial muy superior a este importe, de más de 230.000 € es el de restauración.

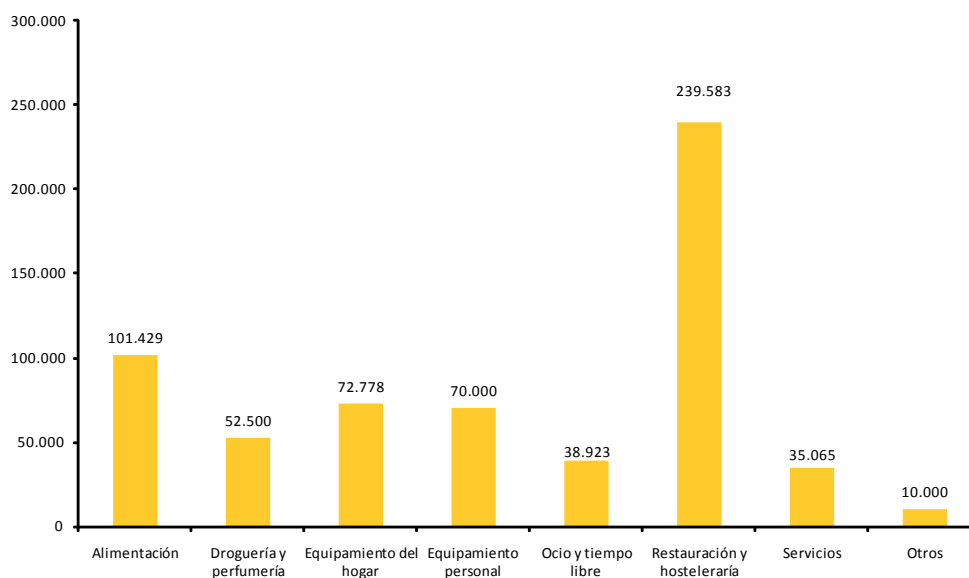
Destacan las franquicias de ocio y tiempo libre junto a otros servicios especializados porque requieren un inversión inicial de poco más de 35.000 €. Estas son las que más están extendiéndose desde hace tres años, aproximadamente.

Tabla 6 Inversión mínima requerida para implantar un establecimiento de la red de franquicias valencianas.

Inversión mínima	%
Hasta 30.000€	36,0
Entre 30.000 y 60.000 €	19,1
Entre 60.000 y 120.000€	15,4
Entre 120.000 y 180.000 €	6,6
Entre 180.000 y 300.000 €	5,1
Más de 300.000€	0,7
Variable	9,6
Ns/Nc	7,4

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Gráfico 8 Inversión mínima requerida.



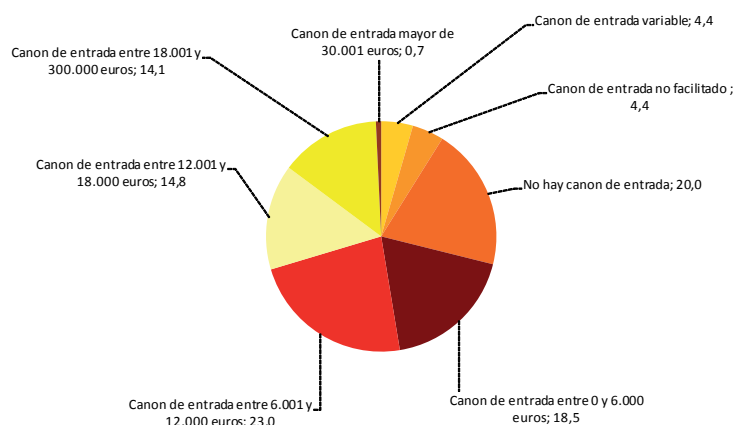
Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Una de cada cinco franquicias no cobra canon de entrada y un 41% de las franquicias establece un importe no superior a 12.000 €.

Estos datos confirman que el canon ha dejado de ser una barrera de entrada para la mitad de las redes franquiciadas entrevistadas. Esta situación amplía el acceso a la fórmula de negocio en franquicia a un número mayor de potenciales franquiciadores impulsando el crecimiento de las redes.

Un 34,6% de las redes no han modificado el pago de dicho canon en los últimos años.

Gráfico 9 Canon de entrada.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Uno de cada cinco franquiciados no paga royalties de publicidad o funcionamiento a la central franquiciadora.

Además, el 56,4% de las redes franquiciadoras declararon que no han variado el cobro de los royalties.

Tabla 7 Royalties de publicidad o funcionamiento.

Royaltie	%
No facilitado	19,9
% fijo	32,4
Cuota fija	16,2
Cuota fija + % variable	--
No hay	27,2
Variable	4,4

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Una de cada dos franquicias opta por un contrato por períodos de 5 años que en la mayoría de los casos suele ser renovable automáticamente.

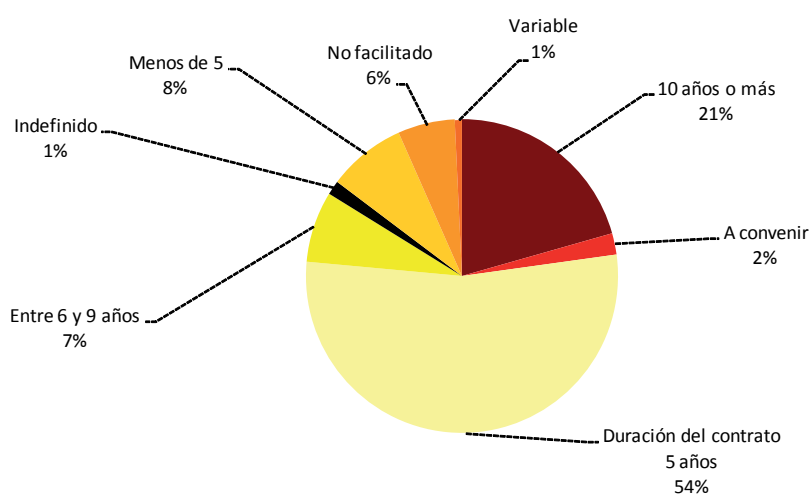
No obstante hay que destacar que **uno de cada cinco empresarios franquiciadores ha optado por contratos de períodos superiores a 10 años**, justificando esta decisión en el establecimiento de una relación de confianza entre franquiciador y franquiciado.

Tabla 8 Distribución según periodo contractual.

Duración del contrato	%
Menos de 5	8,1
Duración del contrato 5 años	53,7
Entre 6 y 9 años	7,4
10 años o más	20,6
A convenir	2,2
Indefinido	1,5
No facilitado	5,9
Variable	0,7

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Gráfico 10 Duración del contrato de franquicia.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

6. El certificado de calidad exclusivo para la franquicia.

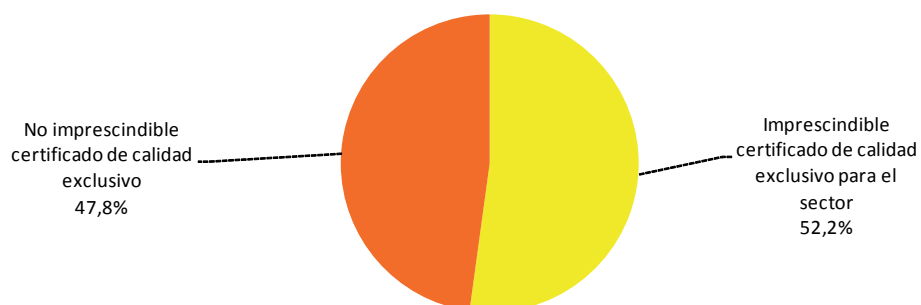
La mitad de los franquiciadores considera importante disponer de un certificado de calidad exclusivo para el sector.

Además, los empresarios apuntan como medidas prioritarias para difundir una cultura de calidad en la empresa las siguientes:

- El **44,1%** considera importante crear **herramientas internas de gestión** con el objetivo de alcanzar la calidad de la organización como un manual claro y conciso, información interna, conciencia de grupo, etc.
- El **40,7%** piensa que lo mejor es que se utilicen **herramientas normativas** como certificados de calidad, sanciones, medidas gubernamentales, etc.
- El **15,2%** da importancia a las **herramientas externas de evaluación** de la calidad como cliente misterioso, visitas periódicas, buen asesoramiento, etc.

Gráfico 11 Certificado de calidad exclusivo.

¿Considera imprescindible un certificado de calidad exclusivo para el sector?



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

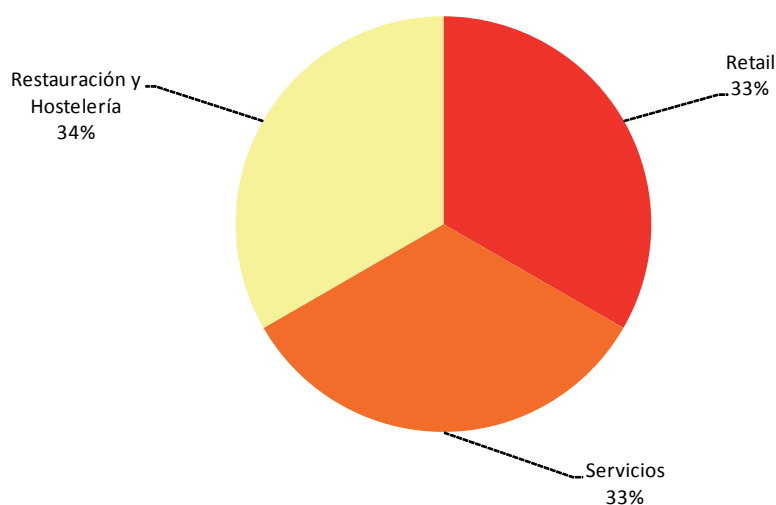
7. Las redes franquiciadoras valencianas se han expandido durante 2007 y se muestran optimistas de cara al futuro.

En 2007 se han creado 9 nuevas redes de franquicia con sede en la Comunitat Valenciana.

El número de establecimientos durante el 2007 ha aumentado un 9,5% mientras que los puntos de venta cerrados equivalen al 1,8%. Por tanto el incremento neto de establecimientos ha sido del 7,7% con respecto a los de 2006.

Según Tormo&Asociados, en el año 2007 las enseñas valencianas contaban con 75,8 puntos de venta por enseña. El crecimiento medio del número de establecimientos por red, para el año 2007, es de 6 establecimientos.

Gráfico 12 Creación de nuevas redes franquiciadoras. Comunitat Valenciana.



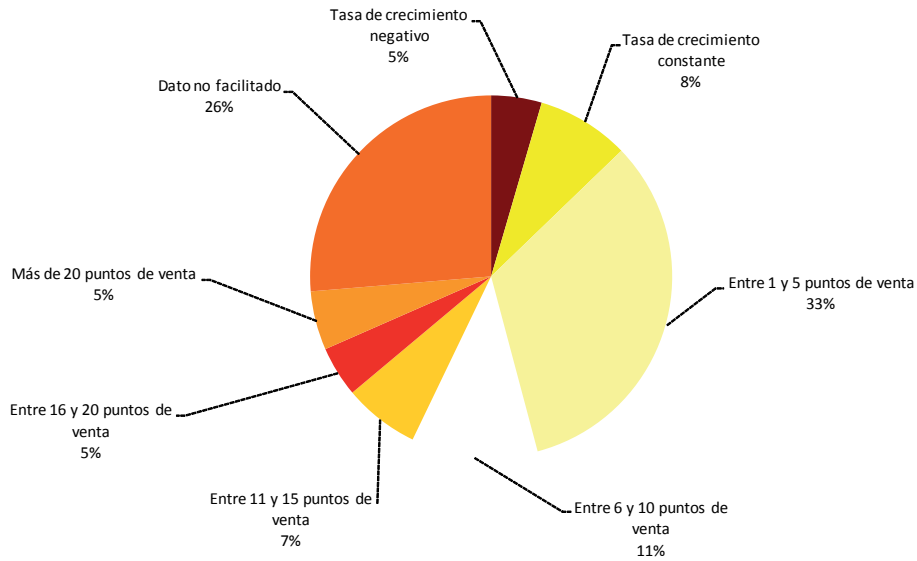
Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Una de cada tres redes franquiciadoras valencianas ha experimentado un incremento neto situado entre 1 y 5 puntos de venta.

Un 10% de las redes franquiciadoras afirma que ha experimentado una tasa de crecimiento de más 15 puntos de venta por red.

El 61% de las redes franquiciadoras afirman que sus ventas han mejorado a lo largo del 2007. El sector servicios es que mayor evolución de ventas ha experimentado.

Gráfico 13 Creación de nuevos puntos de venta por la redes franquiciadoras.

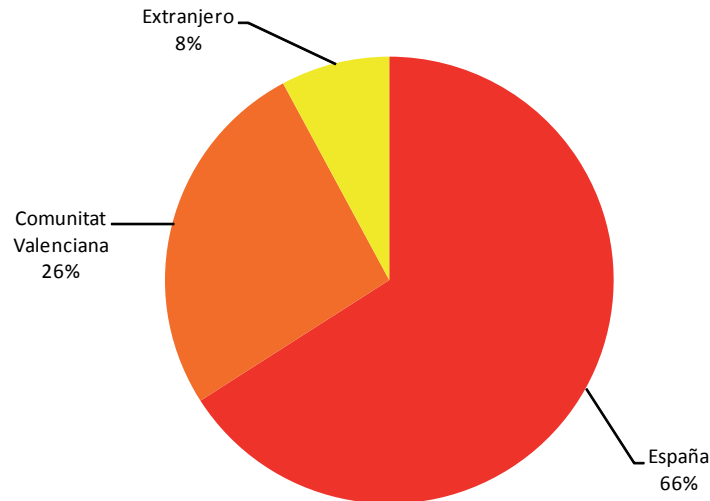


Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Avance 2008

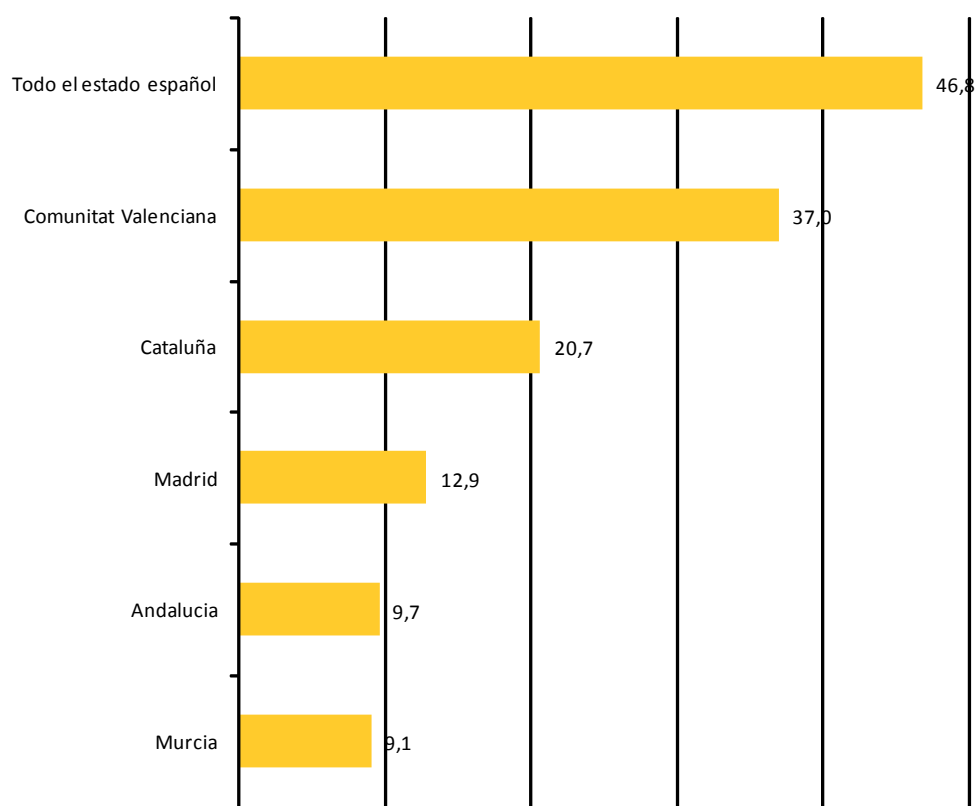
Las redes franquiciadoras valencianas crecerán en puntos de venta. Las enseñas valencianas prevén una evolución de puntos de venta durante 2008/2009 en 1.980 nuevos puntos de venta. Un crecimiento del 18%, superior al experimentado durante el año 2007 (9,5%).

Gráfico 14 Expansión territorial de los puntos de venta previstos para 2008/2009.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Gráfico 15 Principales zonas de expansión territorial de las redes franquiciadoras valencianas 2008/2009. Respuesta múltiple (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

8. Tendencias y medidas de competitividad.

Del análisis de la encuesta realizada se desprende que las franquicias con sede en la Comunitat Valenciana tienen una tendencia a su especialización en el sector servicios, en un porcentaje superior a la media estatal. Así lo corrobora el hecho de que a nivel español, las franquicias dedicadas al sector servicios suponen un 33% del total, mientras en la Comunitat Valenciana este porcentaje se eleva hasta el 43,4%. Esto además explicaría que la media de inversión mínima en las franquicias de la Comunitat Valenciana es sensiblemente inferior al conjunto español. En el caso valenciano, la media de inversión es de 70.299 euros, frente a los 107.000 euros que determina la media española.

Todo parece indicar que la Comunitat Valenciana, en este aspecto juega con una cierta ventaja, porque los sistemas internacionales de franquicia muestran una mayor similitud con la distribución de actividades que se da en la Comunitat Valenciana que la que se produce en el conjunto del sistema español de franquicia. Acercarse a la cota de un 50% de franquicias en el sector servicios es la tendencia más habitual y en este sentido la situación valenciana requiere un menor recorrido.

Entre los franquiciadores valencianos, un 24,9% ha disminuido el mercado mínimo exigible. Esta circunstancia, unido al progreso de las cadenas que prima su instalación inicial en las grandes áreas urbanas para ir descendiendo en el sistema de ciudades indica que en un futuro el crecimiento tendrá lugar con preferencia en áreas y núcleos comerciales de menor dimensión. De hecho, a nivel español, esta tipología de mercados es la que se ha mostrado más dinámico a lo largo de los dos últimos años.

Medidas de competitividad.

En unos momentos de difícil acceso a los recursos financieros necesarios para emprender cualquier negocio, incluidas las franquicias, es destacable comprobar como los empresarios de la franquicia valenciana han sabido entender la situación, afrontando decisiones que facilitan la comercialización de sus propuestas.

En este sentido, un 71,9% de las franquicias han mantenido o disminuido el canon de acceso a la central. Estas medidas, teniendo en cuenta la inflación anual determinan un paulatino descenso del precio de las franquicias en términos reales.

En segundo lugar, casi un tercio de las franquicias presentes en la Comunitat Valenciana han disminuido la superficie mínima necesaria, concretamente un 31,3%. Este porcentaje sería aún mayor descontando las enseñas de alimentación que, por la estructura propia de esta actividad, difícilmente pueden arbitrar medidas de este tipo.

Desde una perspectiva diferente, la franquicia valenciana tiene ante sí un importante reto: incrementar el tamaño medio de las cadenas. Las 139 franquicias entrevistadas controlan un total de 8.073 puntos de venta, lo que arroja una media de 58 establecimientos por cadena, mientras que a nivel del sistema español la media de las cadenas es de 69 puntos de venta o establecimientos.

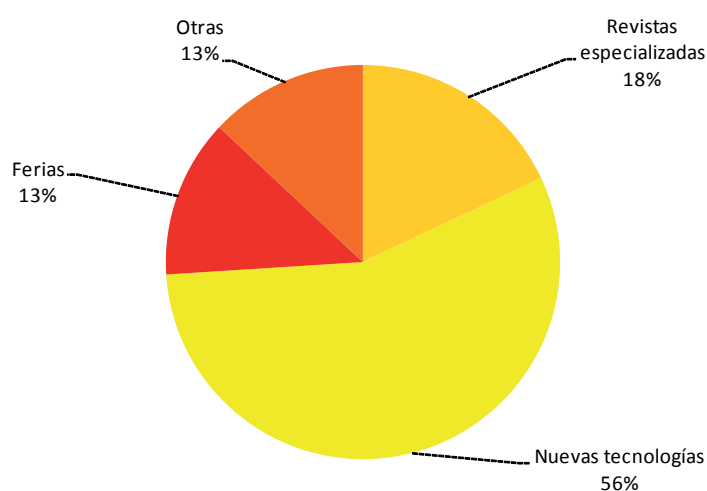
Considerando que, incluso a nivel español estas cifras están por debajo de los estándares europeos más desarrollados, incrementar significativamente el tamaño de las actuales cadenas de franquicia acarreará una mejora importante de la competitividad de las enseñas aquí radicadas, sean de origen español o extranjero.

9. Herramientas de comunicación.

La herramienta de comunicación más extendida entre las franquicias son las nuevas tecnologías. Un 56% admite que la utiliza como herramienta de comunicación. La disponibilidad de página web suele ser un instrumento de comunicación cada vez más empleado para dar a conocer el negocio.

Otras herramientas de comunicación extendidas en este sector son las revistas especializadas y las ferias.

Gráfico 16 Herramientas de comunicación más utilizadas por las redes de franquicia valencianas.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Un 43 % de las franquicias entrevistadas afirma que asiste a las ferias especializadas alguna vez para promocionar y dar a conocer su negocio entre potenciales inversores.

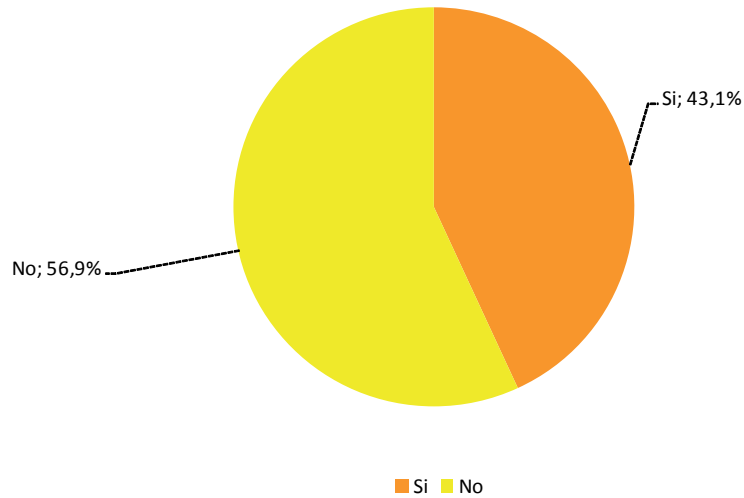
Ferias de franquicia en España.

- Sif&Co- Valencia.
 - Expofranquicia- Madrid.
 - Barcelona Negocios& Franquicias (BNF)- Barcelona.
 - Franquiatlántico (Vigo).
 - Frank & Cia (Feria de la Franquicia de Andalucía)-Córdoba.
-

Fuente: Elaboración propia

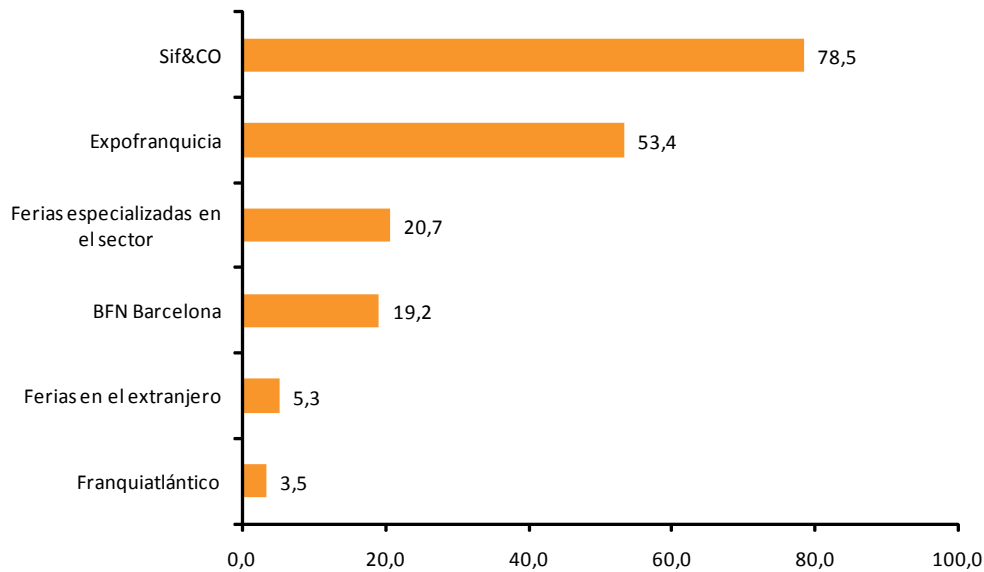
El Sif&Co, además de ser la 1ª franquicia a nivel europeo, es el certamen que frecuenta un mayor porcentaje de redes de la Comunitat Valenciana. Un 78,5% acude a esta feria, con ánimo de conocer las nuevas tendencias del sector y establecer contactos con los agentes relacionados con el sector.

Gráfico 17 Asistencia a ferias.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Gráfico 18 Ferias a las que asisten las enseñanzas valencianas.



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo Oficina PATECO. 2008.

Nota: Respuesta múltiple.

Además de las ferias los franquiciadores consideran importantes otros canales de comunicación, sobre todo Internet, las visitas comerciales y las revistas especializadas.

Agregando la proporción de franquiciadores que utiliza alguna revista del mercado, bien anuarios o revistas especializadas y generalistas, se observa que el 51,4% utiliza este tipo de herramienta de comunicación.