

EL FUTURO DE LA FRANQUICIA

■ MARIANO ALONSO

ASESOR EN FRANQUICIAS. TORMO & ASOCIADOS

Que la franquicia se ha convertido en una forma de distribución cada vez mayor en el crecimiento de la economía mundial es algo que queda fuera de toda duda. La vertiginosa sucesión de hechos económicos y políticos acaecidos en los últimos años ha contribuido notablemente al desarrollo de esta fórmula de asociacionismo comercial.

Así, la desaparición de las fronteras comerciales y la consolidación del mercado único europeo, la apertura de los países del Este y la progresiva liberalización de las operaciones comerciales entre los países americanos han hecho posible el espectacular impulso de la franquicia y su planteamiento como una de las fórmulas comerciales más apetecida y empleada a nivel mundial.

En este orden de cosas cabe preguntarse en qué situación se encuentra la franquicia en España y cuáles son sus perspectivas para el futuro inmediato.

Pues bien, a finales de 1994 operaban en España 230 franquicias con aproximadamente 8.680 establecimientos, cuyo volumen de ventas equivalía a aproximadamente el 3% del comercio minorista nacional.

Aunque lejos del volumen de transacciones alcanzado en países como Francia, Gran Bretaña o Estado Unidos (donde cerca del 70% de las tiendas pertenecen a cadenas franquiciadas), el éxito generalizado del sistema en los países occidentales ha permitido que el ritmo de crecimiento de la franquicia en España haya sido en los últimos años uno de los más altos de Europa, tan sólo superado por los de Italia y Portugal.

Mientras que el número de cadenas de franquicia creció en España, en el periodo 1990-94 en un 26%, el número de puntos de venta integrados en cadenas de franquicia, incluyendo todos los sectores, lo hizo aproximadamente en un 44%.



RAZONES PARA EL DESARROLLO

Sin embargo, son varias las razones que podemos argumentar para decir que la franquicia experimentará en España un desarrollo si cabe aún más acelerado en los próximos años:

1º. La mayoría de las cadenas de franquicia en España se encuentran en su fase inicial de expansión, como lo demuestra el que el 54% de las mismas iniciase su implantación a partir de 1988 y que el 37% de ellas cuente con menos de 25 establecimientos incluyendo los de carácter propio.

2º. La desaparición de las fronteras comerciales en los países de nuestro entorno favorecerá la entrada

Franquicias

masiva (contratos master) de franquicias procedentes de países de la Unión Europea.

3º. La integración en una cadena de franquicia para competir con las grandes superficies permitirá al comercio minorista independiente obtener similares economías de escala, ofreciendo al consumidor una mayor especialización y la vuelta al establecimiento tradicional, sin duda menos frío e impersonal.

Es evidente que la franquicia facilita al pequeño comercio los elementos necesarios para aumentar su competitividad y satisfacer las nuevas exigencias del consumidor:

- Aporta elementos diferenciadores e innovadores de sus productos, a su forma de presentación o a sus técnicas de venta.
- Ofrece una atractiva imagen del establecimiento, en todo momento acorde a la calidad propuesta del producto o servicio.
- Incorpora una estructura y un apoyo de marketing que armoniza el efecto negativo de un ciclo económico recesivo.
- Permite una constante investigación del mercado y, en definitiva, la permanente adaptación de las características de la oferta.

4º. Dado que la franquicia representa un mejor dimensionamiento de la empresa y fomenta el autoempleo, cada vez más necesario en nuestro actual mercado laboral, las autoridades administrativas apoyarán cada vez más el desarrollo del sistema mediante la oferta de fórmulas privilegiadas de financiación, asistencia técnica directa y el patrocinio de jornadas, cursos y salones especializados en franquicia.

5º. Numerosas empresas industriales y de servicios –ante la necesidad de expandir sus marcas y productos mediante canales de distribución profesionalizados y acordes a las nuevas tendencias del mercado– optarán por la franquicia como una fórmula dinámica de expansión empresarial.

La aparición de numerosos potenciales inversores que desean disponer de un negocio propio, el creciente interés de los medios de comunicación en esta alternativa de comercio asociado, la mayor cooperación de las instituciones financieras privadas, la creación de asociaciones de franquiciadores y el cambio de mentalidad de la tradicional independencia de nuestros empresarios son también razones para pensar en el esperanzador futuro de esta nueva forma de hacer negocios. □

viajes austral

C.I.C. MA-nº 289



ESPECIALISTAS EN:

• VIAJES DE EMPRESAS • FERIAS • CONGRESOS • VIAJES DE INCENTIVO

OFERTA DE VACACIONES '95:

DESCUENTO DEL 7% EN NUESTRAS PROGRAMACIONES

Y DEL 5% EN EL RESTO DE LAS PROGRAMACIONES

• HOTELES Y APARTAMENTOS EN LA PENINSULA • ISLAS BALEARES Y CANARIAS
• CIRCUITOS POR EUROPA • FINES DE SEMANA • GRANDES VIAJES Y CRUCEROS

Ibiza, 36
Tels.: (91) 409 35 08 / 409 31 93
Fax: (91) 409 41 39
28009 MADRID

María de Guzmán, 61
Tels.: (91) 533 66 89 / 533 10 48
Fax: (91) 534 39 31
28003 MADRID

José Ortega y Gasset, 65
Tels.: (91) 309 27 83 / 309 28 37
Fax: (91) 402 58 37
28006 MADRID

• SIN GASTOS DE ANULACION • ENTREGA INMEDIATA