

Con sede en Barcelona y París

# Primera asesoría europea de franquicias

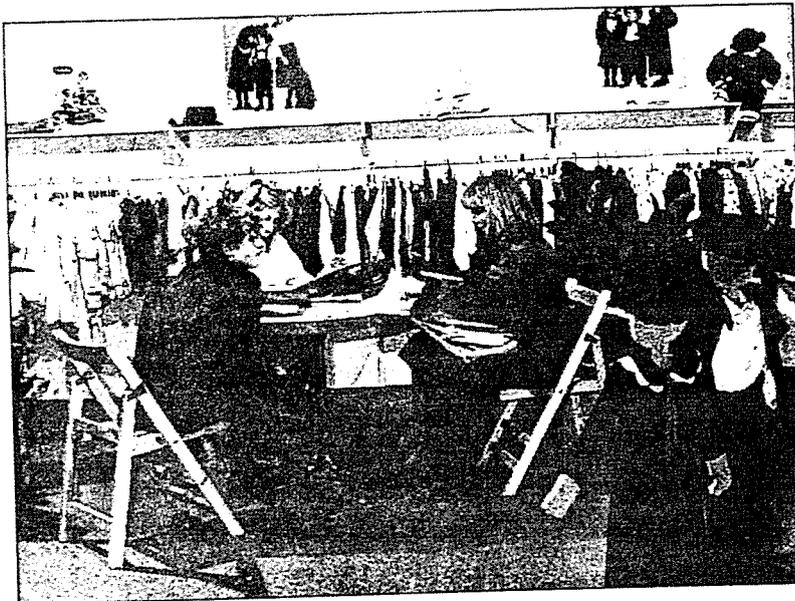
En esa perspectiva, y dado el gran interés que Barcelona despierta en el resto de la Comunidad como puerta de entrada a España, se ha creado la primera empresa europea de consultoría e implementación de franquicias, con sedes en Barcelona y París, para dar servicio integral tanto a franquiciados como a franquiciadores que quieran instalarse en España o, bien a la inversa, marcas españolas que busquen mercados directos exteriores. Se trata de Barcelona de Franquicias & Gasts S.L., sociedad creada a iniciativa de Oliver Gasts, presidente de la Universidad Europea de la Franquicia entre otros títulos y como máximo experto europeo en este tema, redactor del proyecto definitivo del Decreto de Aplicación de la Ley sobre Franquicia en Francia, por encargo del Ministerio de Comercio del país vecino, uno de los pocos europeos que cuenta ya con una legislación concreta sobre esta materia. Gasts posee el 10% del capital y el resto está en manos de sus socios españoles, con Josep Gajo como presidente de la sociedad.

La franquicia como sistema comercial ni está aún tan introducida en España como en otros países ni cuenta tampoco con un control tan sólido. Las cadenas importantes de franquicia que hay en nuestro país no han adaptado sus contratos a las normas fijadas por la Comisión Europea; no existe ley ni reglamento que la regule ni se conoce proyecto alguno al respecto; tampoco los franquiciadores españoles están agrupados en federaciones o asociaciones para la defensa de sus intereses, como tampoco está España integrada en la Federación Europea de Franquicias. A título europeo la franquicia está regulada por un Reglamento que entró en vigor en febrero del 89 (y al que ha de acogerse España a falta de legislación propia); países como Francia cuentan con su propia legislación desde diciembre del 89 y otros como Italia, Bélgica o la misma Francia han constituido federaciones nacionales que actúan como lobbys. Incluso existen Universidades Europeas de Franquicia en las que se forman nuevos profesionales específicamente para el desarrollo de esta actividad, sencillamente porque la franquicia está considerado como el fenómeno de distribución comercial más sofisticado que existe y por ello su conocimiento requiere una profunda preparación y estudio que tenga en cuenta circunstancias clave como el lugar, el tiempo y la cultura para una próspera implantación.

## Un sistema en auge

La franquicia nació en Estados Unidos a finales de la

**L**a entrada en vigor del Mercado Único va a suponer, también, la entrada en España de marcas comerciales a la búsqueda de un nuevo e importante mercado potencial de consumidores. Pero la implantación directa en un nuevo entorno es siempre lenta, difícil y costosa, por lo que una fórmula comúnmente utilizada en otros países es la franquicia, sistema comercial en auge pero en el que aún España está en pañales si se la compara con Francia o con Estados Unidos. La franquicia se está convirtiendo además en una buena fórmula de revalorización de pequeños comercios en un proceso de reconversión como el que está atravesando actualmente nuestra red de distribución.



Barcelona de Franquicias & Gast da servicio integral a franquiciados y franquiciadores.

década de los 20, poco después llegó a Europa —inicialmente a Inglaterra aunque donde más éxito ha tenido ha sido finalmente en Francia— y no aterrizó en España hasta la década de los 50. Estados Unidos sigue siendo el primer país del mundo con este tipo de distribución, al que están adscritas más de 3.300 marcas en torno a más de medio millón de establecimientos; hasta tal punto es importante la franquicia allí que da trabajo a una de cada 10 personas.

El primer país europeo es Francia, con 675 marcas y 30.000 establecimientos. Le siguen Alemania e Inglaterra con 278 y 348 marcas respectivamente representadas en 20.000 establecimientos en cada país. En España funcionan con este sistema 170 marcas en 16.500 establecimientos, 9.700 de los cuales se dedican a la alimentación agrupados en 19 firmas, seguidos a gran distancia de los especializados y de los de equipamiento para las personas: Los primeros suman 17 marcas y 2.741 establecimientos y los segundos 79 marcas en 2.301 comercios. Temas menores, con un promedio de marcas entre 5 y 20 y de 80 a 400 estableci-

**En España existen 16.500 establecimientos de franquicias**

**En franquicias, España está sujeta a la legislación comunitaria al carecer de una propia**

**El crecimiento en España de este sistema de distribución fue del 23% anual en la última década**

**El 45% de las marcas franquiciadas en España son extranjeras**

**Algunos bancos están empezando a conceder créditos preferentes para la creación de franquicias**

mientos son los dedicados a equipamiento para el hogar, diversión-ocio, hostelería-restauración, servicios personales y servicios generales.

En España existen tres tipos de franquicias: Las de producción (es la menos habitual ya que consiste en fabricar un producto concreto que se

vende al fabricante principal para su comercialización bajo su marca —es el caso por ejemplo de Coca Cola—), las de servicios (son las de mayor facturación ya que trabajan con un know how cedido por la marca franquiciadora —caso de las auditorías—) y las de distribución (es la modalidad más

conocida ya que consiste en el comercio al detalle de los productos fabricados por una marca concreta).

Actualmente un 45% de las marcas distribuidas en España vía franquicia son extranjeras y la demanda de nuevas marcas para implantarse es constante y creciente, especialmente desde Francia: Dulces, lencería, túneles de lavado, mobiliario, automoción... son los sectores más interesados.

Por contra pocas son las firmas españolas que se plantean este sistema como una salida útil al exterior: De momento tan sólo la firma Q-Ellos está realizando gestiones para abrir tiendas en Francia.

## Asesoría bidireccional

La labor que intenta desarrollar Barcelona de Franquicias & Gasts en España es tanto la de ayudar a salir al exterior a las marcas nacionales como la de ayudar a las foráneas en su establecimiento aquí. Por otra parte asesora tanto a las empresas franquiciadoras que buscan locales y comerciantes capaces de hacerse cargo de su producto como a pequeños empresarios que intentan, gracias a la franquicia, renovar su comercio o iniciarse en esta actividad.

Todos estos caminos requieren estrategias diferentes y de un profundo conocimiento en varios campos que van desde el jurídico hasta el económico/fiscal pasando por elaboraciones de planes de marketing, confecciones de package, selección de terrenos y locales, formación, diseño de acciones promocionales o búsqueda incluso de capital-riesgo.

La financiación es uno de los temas claves en la puesta en marcha de un nuevo negocio. La franquicia como sistema se está demostrando tan eficaz que no sólo existe una cartera de inversores dispuesta para entrar en este tipo de proyecto sino que incluso algunos bancos, como el Santander o el Nat West por ejemplo, cuentan ya con departamentos especiales para la prestación de créditos y la asesoría para la creación de comercios franquiciados.

El Santander por ejemplo proporciona financiación tanto para nuevos comercios de franquicias como para ampliación de los ya existentes mediante créditos al 7% sobre el coste total del proyecto y amortizaciones de hasta 7 años con la posibilidad de contemplar período de carencia de hasta un año.

Y como garantía exige tan sólo el patrimonio personal o los activos del negocio ya que en general consideran que el franquiciador es la propia garantía, tanto creen en este sistema de ventas.

Paloma SOLER

295