



Franquicias de cafeterías,

Un negocio con mucho aroma

El origen de la palabra franquicia se remonta a la Edad Media, etimológicamente, franquicia proviene de la palabra "franc" que, en francés antiguo, significaba el otorgamiento de un privilegio o de una autorización en temas de derechos de mercado, pesca o forestales, que el soberano concedía a alguno de sus súbditos. La primera carta de franquicia que se conserva está fechada en el municipio de Chambey (Francia) en marzo de 1232, aunque no fue hasta el S XVIII, cuando los cerveceros alemanes contrataban con las tabernas la venta de cerveza de su marca exclusivamente, que daría forma a la primera generación de franquicias comerciales entendidas como sistemas de punto de venta dependientes.

Hoy, la franquicia es uno de los sistemas empresariales con más desarrollo en nuestro país. Su implantación ha consolidado un sistema que madura cada año que pasa, y que ha convertido a España en uno de los países con más empuje, tanto a escala nacional como en la exportación de conceptos a otros países.

La hostelería no se ha mantenido al margen de esta tendencia y ha demostrado ser uno de los sectores más fructíferos en facturación y número de enseñas. En este ámbito, las cafeterías se han destacado como el subsector más dinámico, con un índice de crecimiento

de enseñas por encima del 45% en el intervalo 1999-2003, un periodo en que se ha pasado de 12 a 21 enseñas. Esta dinámica, evidentemente, ha favorecido el incremento de establecimientos operativos, alcanzándose el pasado año las 495 cafeterías abiertas en territorio



español, algunas de ellas avaladas por empresas torrefactoras de importancia. Mayoritariamente, todos estos establecimientos son gestionados por franquiciados y sólo una pequeña cantidad de ellos, poco más de un 15%, es propiedad de las centrales de franquicia.

¿Es la franquicia de cafeterías una fórmula madura y rentable?

En estos momentos, el sector de la franquicia de cafeterías se encuentra en una fase de madurez, tras unos años en los que se ha producido un rápido desarrollo. Los expertos suelen coincidir en afirmar que las empresas franquiciadas tienen mayores posibilidades de éxito que otros negocios pequeños de propiedad independiente. El sistema de franquicia está diseñado para ofrecer, generalmente, una fórmula suficiente-



mente probada con anterioridad, a la que se une asesoramiento y formación continua. Los inevitables errores empresariales, pues, suelen eliminarse del sistema a través del rodaje del negocio, aunque es evidente que todo negocio lleva asociado un riesgo.

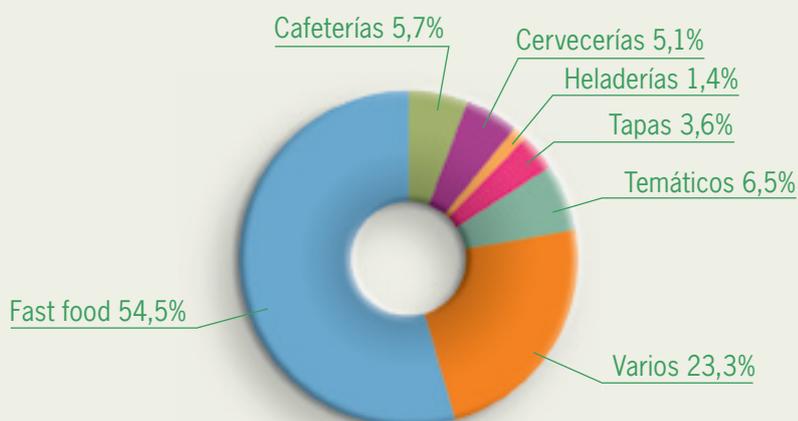
En Estados Unidos, mientras que sólo el 40% de los comercios independientes sobreviven al segundo ejercicio de apertura y el 30% al tercer año, los comercios en franquicia que sobreviven

los dos primeros ejercicios son casi el 95% y un año después el porcentaje es prácticamente el mismo.

En la actualidad, este sistema de negocio representa más del 10% de la actividad del comercio minorista en España y mueve más de 13.000 millones de euros anuales. De esta cantidad, 174.880.000 euros corresponden a la facturación de las cerca de 500 cafeterías operativas en todo el país o lo que es lo mismo, al 5,7% del volumen de negocio total generado por el sector de Hostelería-Restauración en régimen de franquicia, según el Censo Anual de la Franquicia en España 2004.

Por otro lado, debemos hacer constar que el margen bruto (ventas - coste de compras) en el sector se sitúa entre el 70 y el 75%, cuando intersectorialmente el margen medio a duras penas llega al 40%. Un aspecto a tener en cuenta para asegurarnos unos buenos márgenes, es que la central de la enseña tenga un nexo de unión con una empresa torrefactora. De esta forma el franquiciador se asegura unos costes más bajos, puesto que se ahorran los gastos de intermediación. Otra ventaja de este tipo de relación es la fiabilidad de poder disponer de la mercancía de forma puntual y preferente.

Facturación sector cafeterías franquiciadas





¿Cuál es el mejor local para mi negocio?

El requisito de ubicación exigido por las enseñas del sector de cafeterías es bastante variable. Las tres localizaciones estándar son en planta calle, centros comerciales y de ocio y quioscos. En el primer caso, son ideales los locales cerca de una parada de autobús o metro, semáforo o zonas de oficina, mientras que las ubicaciones de establecimientos o quioscos en zonas cercanas a las salas de cines situadas en el interior de centros comerciales y de ocio resultan altamente atractivas. La superficie media de los locales destinados a cafetería es de 82 m², unas dimensiones dentro del rango recomendable para el sector en general, el cual abarca de los 50 a los 250 m².

Ahora bien, pretendiendo determinar una franquicia tipo, podemos diferenciar dos patrones de conducta, al menos en cuanto a tamaño. Uno, el de las cafeterías que necesitan menos de 80 m² para desarrollarse y cuyo modelo de negocio generalmente está basado en ser una alternativa a los clásicos locales de fast food, y que complementan su oferta con la venta de bocadillos o bollería. Un segundo tipo sería el de las cafeterías que necesitan más de 80 m² y que se basan en un concepto de coffee shop con varias zonas -degustación, venta de café en grano,...- dentro del mismo establecimiento.

En cualquier caso, es imprescindible contar con una entrada amplia y salida de humos en caso de tener cocina.

¿Qué inversión necesito?

Aunque depende de los requerimientos de cada enseña, la inversión mínima para la puesta en marcha de una cafetería bajo el régimen de franquicia se estima en unos 134.000 euros, aunque la media suele superar ligeramente esta cantidad hasta alcanzar los 149.199. A esta inversión inicial se le deberán sumar, por término medio, unos 13.000 euros más en concepto de canon de entrada. Este derecho se considera fuertemente ligado al reconocimiento y prestigio de la marca en cuestión y suele ser más alto cuanto mayor entidad tenga esta.

Aunque es muy difícil establecer unas características comunes que engloben a este subsector en franquicia debere-

mos prever, también en la mayoría de casos, el pago de royaltys en concepto de explotación y de publicidad. Este tributo, que suele ser de carácter variable, se aplica sobre la facturación del local franquiciado. En el caso del royalty de explotación, la media es de un 3,6% sobre los ingresos y algo menos de un 1% en el caso del de publicidad.

De cualquier modo, el mayor porcentaje de la inversión se concentra en el inmovilizado material, mobiliario, maquinaria, equipos, etc. y en la adecuación y la decoración del local para conseguir crear el ambiente y la imagen que cada una de las enseñas quiere transmitir.

En la mayoría de los casos no es necesario que el franquiciado disponga del 100% de la cantidad exigida sino que existen, por parte de determinadas entidades bancarias, diferentes tipos de financiación específica para sufragar este tipo de operaciones. No obstante, los expertos recomiendan que entre el 40% y el 50% de la inversión total a realizar se nutra de recursos propios.

Susanna Cuadras

Fuente: Tormo&Asociados; Solé y Subirá

Descripción de un Establecimiento Tipo

Inversión Mínima	133.941 Euros
Canon de Entrada	12.914 Euros
Royalty de Explotación	3,60%
Royalty de Publicidad	0,66%
Dimensión Mínima	82 m ²
Personal Mínimo	4 - 5 empleados
Población Mínima	50.000 habitantes
Duración del Contrato	5 y 10 años



Cómo adherirse a una franquicia

La franquicia aporta numerosos beneficios a los emprendedores, pero igualmente implica una serie de contraprestaciones económicas, así como una serie de obligaciones que se deben asumir. Un paso indispensable en el momento de adentrarse en este sistema y evitar planteamientos erróneos es conocer ampliamente las características del modelo de negocio, de su mercado, de la estructura de las centrales franquiciadoras, de los aspectos contractuales que regularán dicha relación y de las condiciones y previsiones de carácter económico.

¿Cuáles son los pasos previos para convertirse en franquiciado?

Integrarse en una franquicia es una decisión importante que hay que tomar con amplio conocimiento sobre las consecuencias de la misma y teniendo en cuenta las ventajas y los inconvenientes que representa a todos los niveles.

Con anterioridad a conocer estas circunstancias usted debe dar adecuadamente los pasos y guiarse hacia el objetivo de ser franquiciado. Un pequeño resumen de lo fundamental a tener en cuenta es el siguiente:

Recopilar información acerca de la franquicia. El número de establecimientos propios y franquiciados, por ejemplo, nos darán la pista de lo desarrollada que está la franquicia, mientras que el año de constitución como central nos servirá para analizar los niveles de expansión alcanzados.

Comprobar la información e investigar la veracidad de todas las afirmaciones que sobre sus ganancias hace un franquiciador resulta especialmente importante para el porvenir del futuro franquiciado. Se recomienda exigir toda la información por escrito.

Visitar otros establecimientos franquiciados.

Pedir referencias bancarias y comerciales.

La Asociación Internacional de la Franquicia recomienda que el futuro franquiciado, con la ayuda de su consultor, evalúe cuidadosamente la información y el material obtenido. El franquiciado debe también estar absolutamente seguro de haber contactado con un buen número de personas que ya han comprado franquicias de la enseña que está con-



siderando, con las que podrá cotejar cualquier información que no le parezca lo suficientemente clara. Esta información tiene un enorme valor a la hora de evaluar el "grado de satisfacción" de éstos con la enseña en cuestión. Nuestro consejo es que se apoye en profesionales de la consultoría.

¿Cuáles son las principales ventajas y desventajas del sistema de franquicia?

Principales ventajas de ser propietario de una franquicia

En la franquicia, el franquiciador prepara al franquiciado un completo plan de actuación para que pueda gestionar adecuadamente su establecimiento. Este plan propone etapas secuenciales para cada aspecto del negocio, prevé procedimientos para la mayoría de los problemas de gestión, a la vez que le proporciona un marco completo para las decisiones de gestión a las que los franquiciados deberán enfrentarse.

A la hora de iniciar el negocio, por ejemplo, todo futuro franquiciado puede obtener importantes ayudas económicas, ya que las entidades financieras conceden créditos con intereses favorables a los negocios de franquicias que se abren. De igual modo, el franquiciado, al firmar el contrato con la central, pasa a pertenecer a una gran organización beneficiándose de las ventajas de pertenecer a una gran empresa. Así funcionará bajo una gestión central dirigida por profesionales, lo que impulsará su productividad y dispondrá de asesoramiento continuo en diferentes materias, como marketing, producción, contabilidad o fiscalidad, lo que le permitirá reducir el trabajo administrativo.

Principales ventajas de franquiciar

La Franquicia ofrece la inmejorable posibilidad de aumentar la red de distribución sin necesidad de realizar grandes inversiones financieras y de personal, así como una ampliación de ingresos, a través de los royalties, de los proveedores, del margen de venta de los productos, de servicios o prestaciones concretas, de la intermediación en las materias publicitarias, etc. En la franquicia, además, no existe una relación laboral, sino un contrato específico entre empresarios independientes.

Además, al tratarse de sociedades jurídicamente independientes, el empresario franquiciado es quien asume la responsabilidad en temas de riesgos laborales en las relaciones con el personal de los establecimientos franquiciados. Con el formato franquicia también queda asegurada la rentabilización de los esfuerzos de marketing y comunicación.

Principales inconvenientes de ser propietario de una franquicia

A cambio de esta seguridad, formación y apoyo de marketing que ofrece una enseña registrada, el franquiciado deberá asumir también una serie de costes y limitaciones adicionales, empezando por su disposición a ceder algo de su independencia. Si se trata de una persona a la que le gusta tomar la mayoría de las decisiones por su cuenta o trazar por sí misma el camino de su negocio, es probable que la franquicia no sea lo suyo. Como propietario de una franquicia, se debe cumplir con los diversos controles y procedimientos establecidos por el franquiciador. La integración en una red de franquicia implicará tener que soportar unos costes adicionales que no existen en el caso de abrir un comercio independiente, como el derecho de entrada y royalties de funcionamiento y publicidad. Aunque estos, como se ha visto, deben contemplarse como una inversión dirigida a la reducción de riesgos. Asimismo, no deberemos olvidar que el franquiciador puede tener derechos de compra y de rescisión del contrato según las condiciones definidas en el mismo.

Principales inconvenientes de franquiciar

La gran mayoría de los inconvenientes que posee el sistema de franquicia no vienen derivados por las características del sistema en sí, sino por la mala aplicación por parte de las empresas de las peculiaridades y métodos de trabajo que exige esta fórmula, tales como la transmisión del know-how, el seguimiento y la supervisión que ha de ejercerse puntualmente sobre los franquiciados.

Tormo & Asociados

