
	Tirada: <b>12.977</b> Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D) Audiencia: <b>17.671</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>504</b> Ocupación (%): <b>93%</b> Valor (€): <b>2.241,55</b> Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b> Página: <b>74</b>	
	Nacional <b>Franquicias</b> Mensual	<b>01/11/2008</b>	

Punto de vista

## El 47% de las redes ha tenido que revisar a la baja su expansión ¿Cómo afecta a la franquicia el 'cerrojazo' crediticio?



**La rigidez en la concesión de créditos ha removido los cimientos de la economía y ha supuesto un freno para los pequeños emprendedores, caldo de cultivo de la franquicia, y necesitados en su mayoría de financiación bancaria. No es de extrañar pues que casi la mitad de las cadenas hayan ajustado sus planes de expansión a la nueva y difícil coyuntura. Que, no obstante, será pasajera, según vaticina el 49% de las redes.**

**L**a franquicia española no sale indemne de la difícil situación económica global: falta de financiación, pesimismo o alquileres caros son escollos que todas las cadenas han de afrontar a diario. De ahí que *Franquicias Hoy* haya lanzado este mes un sondeo para conocer la visión particular de las centrales franquiciadoras acerca de la actual coyuntura, así como qué iniciativas están tomando para contrarrestar el cambio de ciclo.


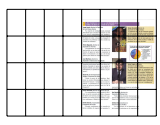
En primer lugar, las enseñas coinciden en señalar las dificultades en la concesión de financiación bancaria como principal dificultad para continuar con su expansión; tras esta barrera (citada por un 45,7%), las redes invocan al pesimismo generalizado (25,9%) como factor distorsionador de su estrategia y, en tercer lugar, al excesivo precio de los alquileres comerciales (13,6%). Curiosamente, sólo el 11,1% de la muestra considera relevante la indecisión de los emprendedores a la hora de embarcarse en un negocio.

Lo que no queda nada claro de la restricción en la concesión de créditos es la duración que le atribuyen las redes. Así, mientras para casi la mitad (49,1%) se trata de una situación pasajera, y con el tiempo las entidades financieras volverán a "abrir

el grifo" crediticio, una de cada tres redes considera que las restricciones se endurecerán aún más a corto plazo. A caballo entre el realismo y la resignación, el 17,6% restante cree que la renovada prudencia de los bancos será una práctica habitual a partir de ahora. De ahí que ocho de cada 10 cadenas crean que las entidades bancarias debieran contar con un protocolo de análisis de riesgos diferenciado para modelos de éxito probado como la franquicia.

### Expansión a la baja

En cualquier caso, parece que la rigidez crediticia ya hace mella en los operadores de franquicia españoles: un 47,3% de las redes confiesan haberse visto obligadas a revisar a la baja sus previsiones de crecimiento, por el 52,7% restante que niega haber tenido que tomar esta decisión hasta el momento. Sea de un modo o de otro, el 57,1% de las enseñas asegura que ya ha tomado iniciativas en favor de sus franquiciados para paliar en parte la dificultad de éstos de obtener el crédito necesario para embarcarse en su proyecto empresarial.

	Tirada: <b>12.977</b> Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D) Audiencia: <b>17.671</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>472</b> Ocupación (%): <b>87%</b> Valor (€): <b>2.097,15</b> Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b> Página: <b>75</b>	
	Nacional <b>Franquicias</b> Mensual <b>01/11/2008</b>	Imagen: <b>Si</b>	

**1. ¿Qué circunstancia considera que está afectando en mayor medida a los planes de expansión de su cadena?**

**Jorge Arumí, director de Expansión de Levi Strauss Ibérica**

“La mayoría de entidades están poniendo dificultades para conceder financiación no sólo a los nuevos emprendedores sino también a franquiciados con diferentes marcas y más de 20 puntos de venta, a los que en el pasado financiaban sin problemas con sólo enseñar sus cuentas de resultados”.



**Sergio Escamilla, director de Expansión de Magic Factory**

“El pesimismo hace que los inversores aguanten su dinero, ya que la situación económica atraviesa por un momento difícil. Por otro lado, el paro hace que el antiguo empleado busque otras formas de obtener ingresos, y uno de esos puede ser una franquicia, pero a la hora de pedir un crédito se encuentran con una gran dificultad”.

**Ferrán Noguero, director de Expansión de The Wax**

“Al emprendedor le cuesta mucho más tomar una decisión, ya que tiene miedo de que la contención del gasto por parte del consumidor le afecte a la facturación y no llegue a los niveles óptimos para obtener la rentabilidad necesaria”.

Una de cada cuatro redes cree que el pesimismo generalizado afecta seriamente sus intereses.



**José Martínez, director de Expansión e Internacional de Ofibanik**

“Existen muchos emprendedores que ante la situación actual quieren apostar por nuevas iniciativas, buscando el apoyo de un modelo de negocio probado, pero ante la falta de financiación bancaria, no pueden hacer frente a sus proyectos”.



**Javier López, presidente ejecutivo de CreditServices**

“El cambio sufrido en el sistema financiero ha sido tan rápido que no todos los franquiciados han podido adaptarse. Ahora no hay hipotecas a inmigrantes o al 120% a empleados temporales; la compraventa ha bajado muchísimo y aquéllos que basaban su negocio en estos perfiles se han desmotivado totalmente. No obstante, el 70% de los franquiciados han sido capaces de adaptarse a los nuevos tiempos, posicionarse mejor y ganar dinero, ya que la competencia casi ha desaparecido”.

**Óscar Gil, jefe del Departamento Jurídico y Financiero de Carlin**

“Afecta el precio de los alquileres. Realmente no existen dificultades para obtener financiación bancaria –siempre que no sean hipotecas– y el pesimismo no cuenta a la hora de iniciar un proyecto personal como es el de la franquicia”.

nanciación externa, por lo que se verá reducido el campo de expansión”.

**Carlos Trinciante, director de Producto de LDC**

“Los emprendedores están carentes de decisión, ya que la concesión de crédito y el precio del dinero son barreras psicológicas. En la actualidad, si no fuera por las dificultades crediticias, tendríamos el doble de tiendas abiertas”.

**Ana Barahona, directora de Expansión de Picking Pack**



“Tanta noticia pesimista internacional hace que los emprendedores estén a la expectativa de cómo se va a solventar la crisis financiera”.

**Aurelio Alarcón, responsable de Franquicias de Eurotex**

“Afectará notablemente en la creación de nuevas unidades de negocio que necesiten fi-

**Cristina Ortiz, consultora de Comunicación de Re/Max**

“Las restricciones en la financiación están provocando el pesimismo en los empresarios y

	Tirada: <b>12.977</b> Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D) Audiencia: <b>17.671</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>519</b> Ocupación (%): <b>96%</b> Valor (€): <b>2.305,15</b> Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b> Página: <b>76</b>	
	Nacional <b>Franquicias</b> Mensual	<b>01/11/2008</b>	

Punto de vista

**David Martínez, director de Operaciones de 71Settantuno**

“Las financieras están muy exigentes y, aunque la inversión no sea muy elevada, están cerrando las vías de financiación. Ello hace que, unido al pesimismo generalizado, los emprendedores sean más remisos a iniciar nuevas actividades empresariales”.



son muchos los que ni siquiera intentan llevar a cabo su proyecto. Lo posponen. También consideramos que algunos medios de comunicación, sin ser la causa, han potenciado este efecto y han sido un factor determinante a la hora de extender el pesimismo”.

**Joan Manel Gili, director de Desarrollo de Marcas y Márketing de Comess Group**

“El pesimismo generalizado hace que mucha gente no intente pedir créditos porque piensan que no se los van a dar”.



**Eduard Guillera, responsable de Expansión de Cartridge World**

“El pesimismo conlleva a un exceso de celo o prudencia, que se traduce en falta de decisión de los emprendedores que, cuando se deciden, ven que conseguir la financiación es bastante más complejo de lo que era hace sólo unos meses, lo que cierra el círculo y nos devuelve al pesimismo...”.

**Giuseppe Bergonzi, Franchise Development Manager de Mail Boxes Etc.**

“La coyuntura está provocando salidas de capital humano de las empresas, sobre todo en algunos sectores, que pueden ser susceptibles de iniciar un proyecto profesional propio. Ahora bien, la actual crisis financiera está mermando sus posibilidades de endeudamiento, lastrando los porcentajes de emprenderla”. ▲

**2. ¿Cómo cree que afectará la actual restricción en la concesión de créditos al conjunto del sistema?**

**Pilar Pérez, directora de Expansión de Mex**

“Actualmente esta situación está perjudicando al crecimiento, pero de una crisis siempre se pueden obtener oportunidades que, si las vislumbras, se pueden aprovechar”.

**Francisco José Gómez, director de Operaciones de Passaró**

“Durante un tiempo los bancos serán más estrictos con la concesión de créditos, pero debido a un motivo interno de los propios bancos, no por falta de iniciativas empresariales”.

**Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria**

“Se reducirá notablemente el número de empresas, y quienes más lo van a notar serán las pymes. También disminuirá el trabajador por cuenta propia”.

**Daniel Pradas, director general de CH Colección Hogar Home**

“Afecta ya que los bancos son quienes financian la gran mayoría de los negocios y, si ellos son los que ponen dificultades, incremen-


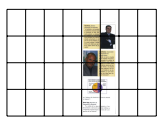


**Inmaculada Almeida, directora general de Almeida Viajes**

“El tiempo que dure la crisis, que esperamos no se prolongue mucho, seguro que afectará al sector. Aunque, si bien es cierto que las entidades son más restrictivas a la hora de valorar una petición de crédito, también lo es que éstas tienen unos objetivos que cumplir y tendrán que seguir concediéndolos”.

¿La rigidez en la concesión de créditos ha obligado a revisar a la baja su expansión?



		Tirada: <b>12.977</b>	Sección: -	
		Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>232</b>	
<b>Nacional</b> <b>Franquicias</b>  <b>Mensual</b>		Audiencia: <b>17.671</b>	Ocupación (%): <b>42%</b>	
		<b>01/11/2008</b>	Valor (€): <b>1.030,80</b>	Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b>
			Página: <b>77</b>	Imagen: <b>Si</b>

**Iván Novo, director comercial de Telepóliza**

"La facilidad en la concesión de préstamos realizada hasta el momento era algo realmente extraño. Los estudios de viabilidad se realizaban sin la precisión con la que se estudian actualmente. Lo lógico es que las entidades poco a poco vuelvan a prestar dinero, pero habrá que aportar un mayor número de garantías".

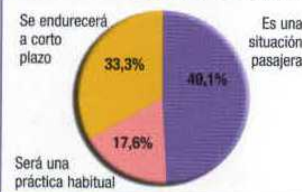


**Lluís Banús, responsable de Expansión de Canada House**

"Debido al nivel de liquidez de las entidades financieras, la concesión de créditos se endurecerá a corto plazo y, aunque en un futuro podría distenderse, pienso que nunca se volverá a la situación de años anteriores. Esto frenará la iniciativa de los emprendedores, ya que encontrarán más trabas para conseguir financiación".





**Casi la mitad de las cadenas cree que la actual restricción de créditos será pasajera.**



ta el número de obstáculos a la hora de montar un negocio".

**Elena Vega, directora de Expansión de Massada**

"La subida de los tipos de interés y el endurecimiento a la hora de conceder créditos va a repercutir negativamente a la hora de la expansión de las cadenas".

	Tirada: <b>12.977</b>	Sección: -	
	Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>523</b>	
Nacional Franquicias	Audiencia: <b>17.671</b>	Valor (€): <b>2.324,40</b>	Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b>
Mensual	<b>01/11/2008</b>	Página: <b>78</b>	Imagen: <b>Si</b>

Punto de vista

**Carlos Sánchez, director de Expansión de Prink**

“Que las entidades financieras se resistan a conceder créditos provoca que la idea de expansión de la enseña se ralentice, y tengamos que abrir nuevas franquicias en un intervalo mayor de tiempo”.

**Arnau Bornada, director financiero de Home Personal Services**

“Estamos viviendo en un contexto de grave crisis de confianza a nivel global. La confianza es algo que se gana muy lentamente pero que puede perderse en un instante, por lo que



**Javier Paniello, director de Expansión de Createsse**

“Se endurecerá mientras el sistema financiero no declare de verdad su situación, y los bancos no sean capaces de acudir a sus propios sistemas de acceso a efectivos y crédito por las deudas que tienen entre ellos. Creo que continuará así hasta el verano de 2009. La lástima es que el propio sistema financiero ha creado un cáncer que ha acabado por contaminar a la economía real”.

es previsible que tengamos por delante un periodo relativamente largo de políticas de crédito restrictivas, lo que va a afectar a los modelos de negocio que requieran de una mayor inversión”.

**Juan Patricio García, director de Calidad de El Barril del Tapeo**

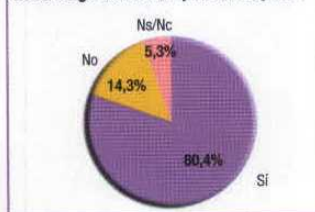
“A día de hoy parece que la concesión de créditos se endurecerá a corto plazo, lo que junto con el escaso ahorro, el aumento de los tipos y la dificultad de embarcarse en aventuras comerciales, no augura un futuro mejor. No obstante, debemos ser optimistas y esperar que la línea decreciente toque fondo cuanto antes”.

**Lolo Hernández, director de Expansión de Party Fiesta**

“Es una situación que finalizará en un par de años, de modo que volveremos a retomar el volumen de negocio que ha tenido el sistema hasta ahora. En estos casos, aguantarán las enseñas más fuertes, gracias a su conocimiento y a las garantías de ser marca de éxito, lo que conlleva que los más pequeños puedan llegar a tener problemas”. ▲

**3. ¿Por qué cree que las entidades financieras se resisten a dar un trato diferenciado a la franquicia?**

¿La banca debería tener un protocolo de análisis de riesgo diferenciado para la franquicia?



**Jesús Sánchez, director de Expansión de Brasería Los Duendes**

“Nosotros nos sentimos muy bien tratados por las entidades financieras pero, como en todos los casos, habrá franquicias que se merezcan un trato diferenciado y otras no. Es una gestión particular y de negocio que debe hacer analizar cada entidad basándose en un conocimiento de la franquicia, la experiencia y su balance”.

**Carmelo Morellá, director de Franquicias de Charter**


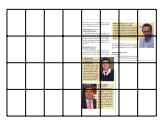
“Un buen proyecto empresarial en régimen de franquicia, con los estudios oportunos de mercado y los perfiles adecuados de clientes debería contar con más agilidad a la hora de conseguir la financiación necesaria”.

**Raquel Mateos, responsable de Expansión de Casa Joven**

“Es porque no han analizado el éxito conseguido en términos comparativos con aquellos empresarios y comerciantes que van por libre”.

**Jordy Marty, director de Expansión de Área Interior**

“Las entidades se resisten a dar un trato diferenciado a las redes por razones de riesgo. No olvidemos que la franquicia a nivel finan-

		Tirada: <b>12.977</b>	Sección: -	
		Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>459</b>	
Nacional	Franquicias	Audiencia: <b>17.671</b>	Ocupación (%): <b>85%</b>	
Mensual		01/11/2008	Valor (€): <b>2.041,64</b>	
			Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b>	Imagen: <b>Si</b>
			Página: <b>79</b>	

ciero tiene un riesgo multiplicativo, es decir, que un problema en una red es muchos problemas por cada unidad que exista”.

**Carles Fabregà, director de Franquicias de Fotoprix**

“Probablemente no tienen la confianza suficiente en el sistema. Como en todo, en el mundo de la franquicia también ha habido quien ha vivido de vender humo. Así, algunos fracasos de grandes cadenas hacen que el sector financiero albergue ciertas dudas sobre el sistema”.

**Mario Antón, director de Expansión de Santiveri**

“Quizá por falta de información del franquiciado que la solicita. Está claro que el tratamiento de la concesión de créditos a franquicias debe ser distinto, al tratarse de un proyecto particular del franquiciado avalado por una empresa importante, que es la franquicia”.

**Roberto Rodríguez, director general de Curves para España y Portugal**

“Con todos los respetos, creo que es falta de información, no tanto sobre el sistema sino acerca de la empresa que franquicia. Las entidades financieras deberían analizar más en profundidad qué tipo de proyecto les requiere financiación. Que un negocio en franquicia tiene más viabilidad que otro en solitario es un hecho que debería ser diferencial”.



“En la actual situación es lógico que no haya diferencias, pero pienso que en”.

**Santiago Martínez, director de Moa España**

“En la actual situación es lógico que no haya diferencias, pero pienso que en”.

**Roberto Cutillas, responsable de Márketing y Comunicación de Bruno Caruso**



“La situación de las entidades no les permite un trato favorecido a unos u otros clientes. Además considero que indiferentemente del respaldo empresarial que hay detrás de una marca para ellos todas las empresas tiene las mismas posibilidades de avanzar o fracasar”.



**Alberto Contreras, responsable de Expansión de Charanga**

“Porque no conocen el funcionamiento y la logística sobre la que reposa un buen número de empresas consolidadas. También nos encontramos casos en los que las entidades han tenido alguna experiencia negativa con empresas que no tienen la capacidad ni la seriedad suficiente para franquiciar su negocio”.



	Tirada: <b>12.977</b> Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D) Audiencia: <b>17.671</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>515</b> Ocupación (%): <b>95%</b> Valor (€): <b>2.288,00</b> Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b> Página: <b>80</b>	
	Nacional <b>Franquicias</b> Mensual	<b>01/11/2008</b>	

**punto**  
de vista

circunstancias normales cada proyecto, en franquicia o no, tiene que tener un trato diferenciado en función de su riesgo y proyección de rentabilidad”.

**Marina Lluch, directora de Franquicia de Shoot**

“Si se trata de un negocio de éxito demostrado no debe suponer un riesgo para las entidades el otorgar un crédito para iniciarlo como si fuera un negocio independiente emprendido por alguien que intenta hacerse un hueco en el mercado. Una franquicia ya ha creado ese hueco”.

**Eva Mª Betrán, directora de Franquicias y Expansión de MRW**

“La resistencia que marcan creo que es provocada por el desconocimiento en profundidad

del sistema de franquicia, ya que un proyecto franquiciador consolidado tiene unas garantías de funcionamiento y desarrollo”.

**Mariano Fernández, responsable de Expansión de Lola Morales**

“No es lo mismo emprender en solitario que estar respaldado por el conocimiento y la profesionalidad de una franquicia. Sin embargo, las entidades no quieren correr ningún tipo de riesgo adicional”.

**Javier Relats, consejero delegado de Aïta**

“Las entidades tendrían que valorar más el concepto de negocio y los estados financieros de los franquiciadores. Éstos, al tener puntos de venta propios pueden demostrar de manera objetiva los resultados y la recuperación de la inversión”. ▲

**4. ¿Su cadena ha tomado alguna iniciativa para que la restricción crediticia no afecte a la expansión?**

**José Basí, director de Boutiques de Lacoste**

“Abordamos un plan de reconversión de las tiendas monomarca en cóners o espacios mul-

timarca, además de mejorar la logística: más repeticiones, más envíos, menos volumen de pedidos iniciales y mayor control sobre el stock”.

**Rocío Díaz, directora de Expansión de VivaFit en España**

“Hemos decidido hacer avanzar nuestro proyecto a través de mayores y mejores apariciones publicitarias. Además, queremos ser más selectivos a la hora de calificar un proyecto desde el punto de vista de la solvencia financiera”.



**José Manuel Gómez, director general de Grupo Prosolar**

“Sí, hemos decidido captar un nuevo tipo de cliente, con capital propio y sin dependencia bancaria”.

**Francisco Portillo, responsable de Expansión de 5àSec**

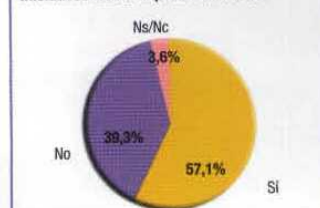
“Para aprobar una candidatura tiene que disponer de recursos propios que cubran el 50% del total de la inversión. Además, contamos con acuerdos con entidades bancarias pa-





**Sergio Zariquiey, responsable de Expansión de Solmania**

“Lo que hacemos actualmente es ampliar servicios para que resulte más interesante y atractivo para un inversor iniciar una colaboración comercial con nosotros. Cuanto más interesante sea el negocio, más argumentos tendrá el inversor para convencer a la entidad crediticia”.

El 57,1% ha comenzado a implantar nuevas iniciativas frente al parón crediticio.



	Tirada: <b>12.977</b> Difusión: <b>5.049</b> (O.J.D) Audiencia: <b>17.671</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>479</b> Ocupación (%): <b>88%</b> Valor (€): <b>2.129,60</b> Valor Pág. (€): <b>2.400,00</b> Página: <b>81</b>	
	Nacional <b>Franquicias</b> Mensual	<b>01/11/2008</b>	

ra la concesión de financiación para nuestros franquiciados. Al conocer nuestro negocio y nuestras cuentas, es más fácil”.

**Virginia Donado, directora de Expansión del Grupo Restalia (100 Montaditos)**

“Ayudamos directamente en la renegociación de alquileres a aquellos locales en funcionamiento que lo necesiten; además, se están revisando a la baja los costes porque ahora todos –lo que incluye por supuesto a proveedores– debemos ajustar al máximo; y se están llegando a acuerdos de pagos más beneficiosos para el franquiciado, de manera que tenga que disponer de menor capital en recursos propios, y se pueda después financiar con el propio negocio; por último, se está teniendo muy en cuenta cada nueva ubicación para adaptar de manera justa canon y royalties”.

**Albert Torrent, director de Operaciones de Clean Master Tintorerías**

“Contamos con acuerdos de financiación exclusivos para franquiciados. Además de haberse mantenido el precio de enero de 2007 para los modelos de inversión, se han ampliado las líneas de negocio de coste más reducido, y se han incrementado los servicios al franquiciado sin variar los royalties”.

**Jon Recacoechea, director de Márketing y Comunicación de Plantour Viajes**

“La principal ha sido adecuar los productos que ofrecemos a las necesidades actuales del mercado, para lo que hemos lanzado nuevas modalidades de franquicia. También hemos encajado esfuerzos en aumentar los canales de distribución de productos turísticos, y en encontrar y proponer nuevas fuentes de ingreso”.

**Juan Estringana, director general de C.E. Consulting Empresarial**

“Ver nuevas vías de financiación para los franquiciados; comprobar la solvencia y desarrollo económico que las delegaciones pueden llegar a tener, y poner aún más claro al candidato la situación del mercado y las necesidades de compromiso y planificación, pues alguien que invierte no puede quedarse sin tesorería al tercer mes”.

**Victor García, director financiero de Taberna Bocatín**

“Comenzamos desde hace un tiempo a aligerar las inversiones y a aumentar los requerimientos de fondos propios con los que debe contar un franquiciado para unirse a la red. Es la única forma de que los bancos concedan créditos pequeños”.



**Miguel Ángel Guerrero, director-gerente de La Banquisa**

“Hemos firmado un acuerdo con Banco Sabadell donde se plasman ciertas condiciones ventajosas; también sacamos al mercado una tarjeta ahorro y otras promociones para repuntar las ventas, al tiempo que estamos buscando alternativas de materiales y negociando los presupuestos para abaratar la inversión inicial, y ampliando los plazos cuantías de riesgo en el suministro del género”.

**Thierry Rousset, director general de Subway España**

“Ponemos a disposición de la red nuestro propio sistema de *leasing* de equipos. No es barato ya que nuestra intención no es convertirnos en banco, pero puede permitir conseguir el dinero que falta para montar el proyecto”.

**Mario Rojas, asesor de Franquicias de Midas**

“No, porque nuestra expansión mantiene la progresión de los últimos años, ya que los candidatos siguen nuestra recomendación del 50% en fondos propios y el otro 50% –que corresponde al activo fijo y circulante– financiado a través de proveedores y *leasing/renting*”.

**David Sáinz, director general de La Jabonería Galea**

“Ayudar en la inversión inicial, de manera que se pueda afrontar en varios pagos, dependiendo en buena medida del perfil de inversor”. □