

MAYO 2018

EL FRANQUÍMETRO

I Estudio de la franquicia en A Coruña

ELABORADO POR
FranquiShop



CONTENIDO



*El primer informe de la franquicia
en tu ciudad.*

INTRODUCCIÓN

Presentación del FRANQUÍMETRO

LA FRANQUICIA EN ESPAÑA

Principales magnitudes del sector en España

LA FRANQUICIA EN GALICIA

Principales magnitudes del sector en Galicia

LA FRANQUICIA EN A CORUÑA

La franquicia por zonas comerciales

El perfil del emprendedor

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN. EL FRANQUÍMETRO.

La franquicia es una fórmula empresarial que inició su andadura en nuestro país en los años 80 y que, hoy en día, forma parte esencial del tejido comercial de nuestro país. Mediante un acuerdo de colaboración empresarial, el franquiciador, propietario de un negocio de éxito, cede al franquiciado el derecho a explotarlo en un determinado territorio con su marca, su saber hacer y su apoyo técnico y comercial.

EL FRANQUIMETRO es una iniciativa de FRANQUISHOP, consultora especializada en el sector de la franquicia, que tiene como objetivo mostrar la realidad de la franquicia en nuestra vida cotidiana. Para ello, no sólo tiene en cuenta las principales magnitudes del sector a nivel nacional y autonómico, sino también su implantación en los principales ejes comerciales de nuestras ciudades, tanto a nivel de calles como de centros comerciales.



LA FRANQUICIA EN ESPAÑA

Según el Informe 2018 LA FRANQUICIA EN ESPAÑA publicado por la Asociación Española de Franquiciadores, las principales **magnitudes del sector** en nuestro país son las siguientes:

Enseñas operativas	1.348
Establecimientos abiertos al público	74.398
Propios	20.620
Franquiciados	53.778
Millones de euros de facturación	27.592
Empleos	278.951

	ALIMENTACIÓN	HOSTELERÍA	MODA	TRANSPORTE	ESTÉTICA
Facturación (millones de euros)	10.740	5.554	2.148	1.347	711
Enseñas operativas	68	198	238	14	105
Número de establecimientos	13.997	8.659	9.107	2.359	4.286

LA FRANQUICIA EN GALICIA

Galicia es la quinta comunidad autónoma por número de enseñas de acuerdo con el informe anteriormente citado, siendo las principales magnitudes del sector las siguientes:

Enseñas operativas	54
Establecimientos abiertos al público	2.370
Millones de euros de facturación	546
Empleos	7.856

LA FRANQUICIA EN A CORUÑA

En este apartado vamos a analizar la presencia de **establecimientos franquiciados** en determinadas zonas de la ciudad y su entorno, con el objetivo de determinar el índice de penetración de la franquicia respecto de la actividad comercial en general y en cada uno de los emplazamientos y sectores analizados.

1. ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL ESTUDIO

Para la realización del Franquímetro hemos tomado en consideración las zonas comerciales más relevantes de la ciudad, concretamente:

- Calle Real.
- Plaza de Lugo.
- Centro Comercial Marineda.

Se ha excluido del presente estudio aquellas actividades que no son susceptibles de ser explotadas en franquicia, como es el caso de las entidades financieras, las farmacias o los estancos.

Por sectores, se han agrupado los **296 establecimientos** analizados en cuatro grandes categorías: **comercio, restauración, servicios** y, dado que son zonas que cuentan con una fuerte implantación de comercios dedicados a la **moda**, hemos contemplado este subsector del comercio como un sector más.

2. ESTRUCTURA COMERCIAL DE LAS ZONAS ANALIZADAS.

Con carácter general, indicar en cuanto a la estructura de la oferta comercial de las zonas analizadas que el 38 % de los establecimientos corresponde al sector moda, el 35 % al sector comercio, el 20 % a restauración y solo el 7 % al sector servicios. Podemos decir que son zonas claramente orientadas a la moda y al comercio, que representan más del 70 % de la oferta comercial, mientras que los servicios tienen una presencia prácticamente testimonial.

3. RELEVANCIA DE LA FRANQUICIA EN LA ZONA. PENETRACIÓN POR SECTORES

DATOS GLOBALES

Tras analizar **296** establecimientos comerciales ubicados en las zonas anteriormente descritas, las principales conclusiones de nuestro estudio son las siguientes.

La penetración de la franquicia se sitúa en el **20 %** (58 marcas en franquicia).

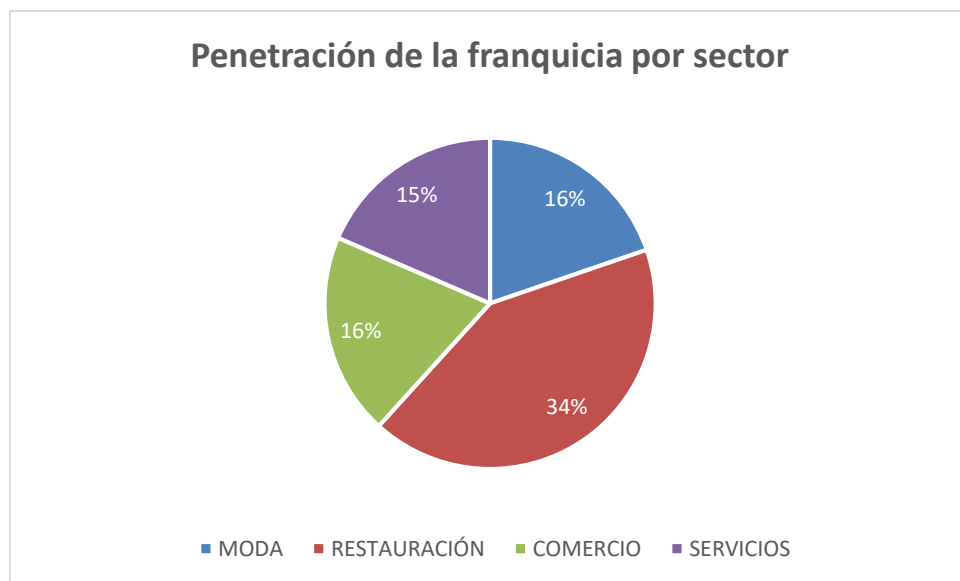


Por sectores de actividad, la penetración de la franquicia varía de forma sustancial de un sector a otro:

- i. El sector **servicios** presenta un porcentaje de penetración de la franquicia del **15 %** (3 establecimientos sobre 20), con la particularidad de que dichos establecimientos están ubicados exclusivamente en el centro comercial analizado y pertenecen a los sectores de peluquería (MARCO ALDANT), estética (NAILS FACTORY) y servicios relacionados con el automóvil (DETAIL CAR). No hay ninguna franquicia de servicios en las calles comerciales analizadas.
- ii. El **comercio especializado** presenta una penetración del 16% (17 establecimientos sobre 105), con presencia en los subsectores de cosmética (EQUIVALENZA, L'OCCITAINE EN PROVANCE, YVES ROCHER), óptica (GENERAL OPTICA, MULTIOPTICA, OPTICALIA), telefonía (THE PHONE HOUSE, MOVISTAR, YOIGO), juguetes (IMAGINARIUM, EUREKA KIDS, PARTY FIESTA), deportes (DECIMAS) y chocolatería (CHOCOLAT FACTORY).
- iii. El sector de la **moda** tiene un porcentaje de penetración igualmente del 16 % (18 establecimientos sobre 105). Destacan el sector del calzado (CLARKS, GEOX, KRACK, PACO MARTINEZ), moda íntima (CALZEDONIA, INTIMISSIMI, TEZENIS),

infantil (NANOS, MAYORAL, SERGENT MAJOR) y novias (PRONOVIAS), además de marcas generalistas como PARFOIS, JACK&JONES y POLINESIA).

- iv. Finalmente, las franquicias de **restauración** son las más numerosas y el sector que presenta un mayor grado de penetración, al alcanzar el 34 % de la oferta (20 establecimientos de 59). Las marcas presentes son GRANIER, BURGER KING, HORNO SAN BRANDAN, 100 MONTADITOS, CAMBALACHE, FOSTER'S HOLLYWOOD, KFC, LA PIADINA, LA TAGLIATELLA, LIZARRÁN, LOOPS COFFEE, MC'DONALDS. MUERDE LA PASTA PEGGY SUE, PIZZA MOVIL, SMOOY, TACO BELL, TGB, VIPS.



CALLES COMERCIALES

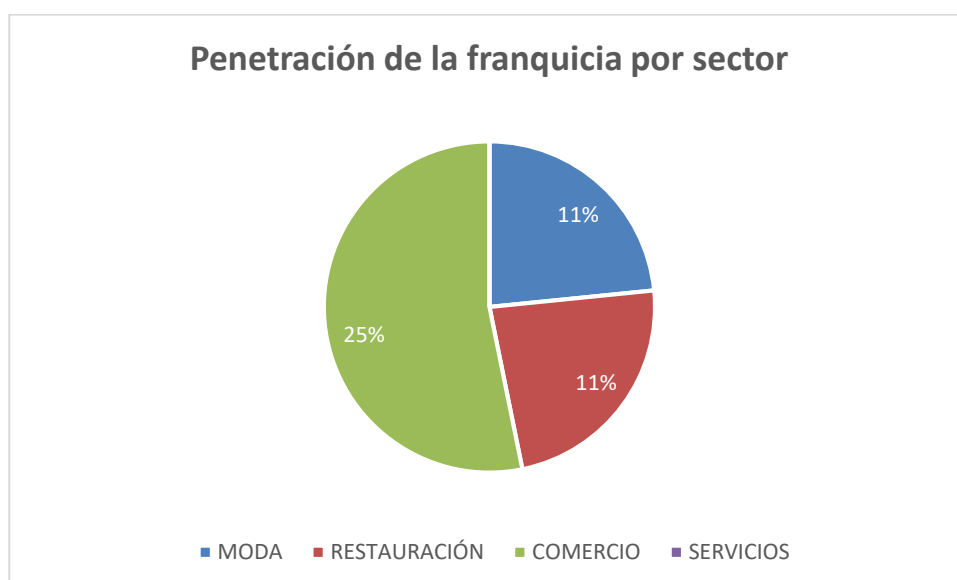
Las principales calles comerciales de nuestras ciudades son un objetivo preferente para las marcas franquiciadoras. En el Franquímetro hemos analizado la implantación de la franquicia en las dos calles anteriormente indicadas, con el siguiente resultado:

La penetración de la franquicia en estas calles se sitúa en el 15 % (23 marcas en franquicia para un total de 155 establecimientos).



Por sectores de actividad, la implantación de la franquicia varía de forma sustancial de un sector a otro:

- Como indicábamos anteriormente, no hay ninguna franquicia de **servicios** en las calles analizadas.
- Las franquicias tienen una presencia prácticamente idéntica en **moda** y **restauración** (11 %, respectivamente).
- Finalmente, en el ámbito del comercio especializado, la franquicia representa casi una cuarta parte de la oferta, con un **25 %**.



CENTROS COMERCIALES

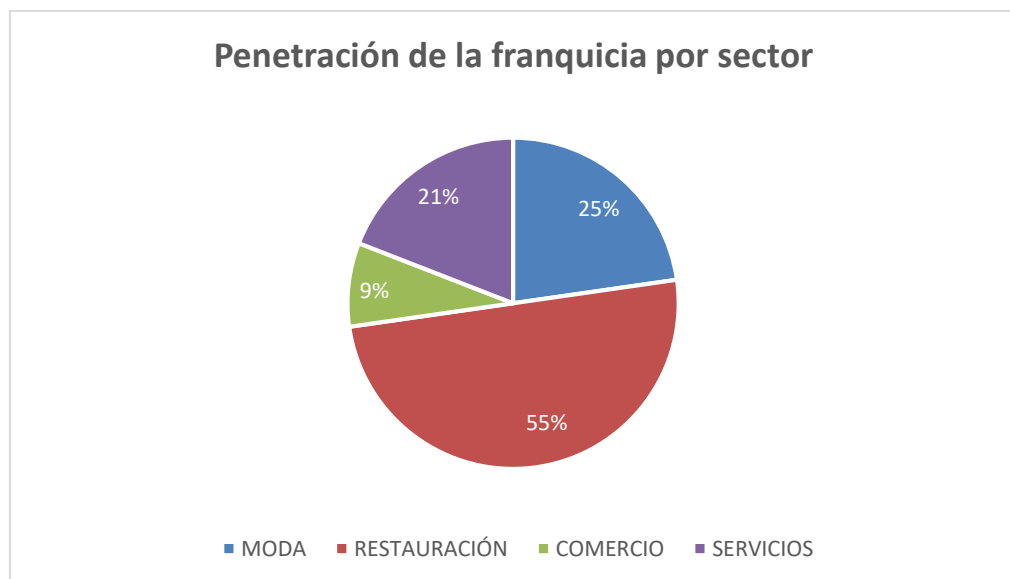
En el presente Franquímetro hemos analizado también la presencia de la franquicia en el centro comercial de referencia, MARINEDA, con el siguiente resultado:

La penetración de la franquicia en los centros comerciales se sitúa en el 25 %, es decir, 10 puntos por encima de la penetración en las calles comercial.



Por sectores de actividad y al igual que sucede en las calles comerciales, la penetración de la franquicia varía de forma sustancial de un sector a otro:

- En el sector **comercio** especializado es donde representa un porcentaje más bajo, con el **9 %**.
- En el sector **servicios** representa el **21 %** de la oferta.
- En el sector de la **moda** alcanza el **25 %**
- Finalmente, en el sector de la **restauración** representa el **55 %**, es decir, más de la mitad de la oferta del centro comercial.



4. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Tras la celebración de 37 ediciones de FRANQUISHOP a nivel nacional, el emprendedor en franquicia responde al siguiente perfil:

- Hombre o mujer indistintamente (ligero predominio de los hombres)
- Entre 35 y 45 años
- Interesado preferentemente por hostelería, lavanderías autoservicio, alimentación, moda y agencias de viaje.
- Con una capacidad de inversión de 35.000 €
- Con el objetivo de abrir su negocio en menos de 6 meses

CONCLUSIONES

- La **franquicia** presenta un índice de penetración en las principales zonas comerciales de A Coruña del **20 %**
 - En las calles comerciales, es del **15 %**
 - En el centro comercial, dicho índice se sitúa en el **25 %**
- Por **sectores de actividad**, el índice de penetración es el siguiente:

○ Restauración	34 %
○ Moda	16 %
○ Comercio	16 %
○ Servicios	15 %
- Se trata de la penetración más baja de todas las **ciudades** estudiadas hasta la fecha por FRANQUISHOP, más de 10 puntos por debajo de ciudades como Málaga o Valencia:

○ A Coruña	20 %
○ Sevilla	23 %
○ Las Palmas	24 %
○ Valencia	30 %
○ Málaga	33 %
- Sí se cumple la tendencia observada en otras ciudades, la franquicia incrementará su presencia en A Coruña en los próximos años y en todos los sectores analizados.
- Destaca la inexistencia de franquicias de servicios en las calles comerciales y el bajo grado de penetración de la restauración en dichas zonas.

- Por el contrario, la presencia de la franquicia es muy significativa en la oferta de restauración ubicada en el centro comercial analizado, ubicación escogida también por las franquicias de servicios.
- El perfil del **emprendedor en franquicia** corresponde a hombre o mujer indistintamente, entre 35 y 45 años, interesado preferentemente por hostelería, lavanderías autoservicio, alimentación, moda y agencias de viaje, con una capacidad de inversión de 35.000 € de fondos propios y con el objetivo de abrir su negocio en menos de 6 meses.

FranquiShop

Feria de Franquicias en A Coruña

7 DE JUNIO. HOTEL NH A CORUÑA FINISTERRE



+ de 60 oportunidades de negocio

INSCRÍBETE GRATIS EN WWW.FRANQUISHOP.COM

