

## **El nuevo perfil del franquiciado: más cualificado, con experiencia previa e interesado en diversificar**

**En el último webcast de "Franchise Talks", organizado por la consultora mundoFranquicia, cuatro expertos de distintos sectores han debatido sobre el nuevo perfil del franquiciado**

El número de emprendedores que deciden aventurarse en el mundo de la franquicia continúa en aumento y, con ello, se observa una evolución significativa en el perfil de estos candidatos. Ya no se trata únicamente de que dispongan de los recursos económicos necesarios, sino que cobra importancia el nivel de cualificación. Es decir, los emprendedores actuales buscan oportunidades de inversión en franquicias, que se alineen estrechamente con su formación académica, experiencia laboral y habilidades específicas. Esta tendencia refleja una búsqueda mucho más consciente y estratégica.

Conocedores de primera mano de la evolución del perfil del franquiciado, desde mundoFranquicia han abordado este tema, a través de su ciclo de webcast "Franchise Talks". Para ello, la consultora ha contado con destacados profesionales de reconocidas empresas: Iván Martín, Director de Franquicias de Grupo Alsea (Starbucks, Domino's, Foster's Hollywood, VIPS, Fridays, Burger King, OleMole y Ginos); Antonio Pérez, Director General de Alfa Inmobiliaria; Mercedes Vegas Alonso, Directora de Expansión de Schmidt Group, y Javier García Manzanedo, Socio de mundoFranquicia Emprende.

Analizando el nuevo perfil del franquiciado

En primer lugar, Mercedes Vegas Alonso, Directora de Expansión de Schmidt Group, marca líder en mobiliario del hogar, señala que el perfil del franquiciado que considera más presente en su sector es "aquel emprendedor que ya tiene negocios y busca diversificar, movido por la situación económica y en busca del negocio más estable".

Por otro lado, Iván Martín, Director de Franquicias de Grupo Alsea, plantea que, aunque sigue habiendo muchos perfiles de inversores y autoempleo, después de la pandemia "la financiación se ha endurecido, ahora el dinero ya no vale cero". Y esto ha dado lugar a inversores con más capital propio.

Antonio Pérez, Director General de Alfa Inmobiliaria, apoya lo dicho por Iván Martín, pero además añade que, en el caso del sector inmobiliario, ha detectado una polaridad entre "un menor número de contactos, pero que tienen las cosas claras, y gente que trata de montar un negocio sin saber lo que implica emprender".

Cerrando esta cuestión, Javier García Manzanedo, socio de mundoFranquicia Emprende, destaca la oportunidad que representa el outplacement a la hora de captar franquiciados cualificados y con capacidad financiera. Por ejemplo, trabajadores de grandes corporaciones sujetos a programas de jubilación anticipada, bajas voluntarias indemnizadas... Además, refuerza este argumento apoyándose

en una interesante estadística: "un 3% de los empleados desvinculados quiere emprender y un 7% quiere abrir un negocio por cuenta propia. Es decir, hay un 10% de ellos que no quiere volver al mundo nominal".

#### Selección más estricta del franquiciado

Las franquicias están cambiando su enfoque a la hora de seleccionar nuevos franquiciados. Ya no se trata sólo de que estos tengan el capital necesario, sino de encontrar perfiles óptimos y comprometidos con la inversión. Para Mercedes Vegas Alonso, "es vital contar con inversores que cumplan con ciertas características para garantizar el crecimiento sostenible de la enseña. Al fin y al cabo, estos serán los representantes de la marca".

Por su parte, Iván Martín destaca la importancia de redireccionar a los franquiciados al tipo de negocio que mejor se ajuste a su experiencia. Además, al ser Alsea un grupo con distintos conceptos de restauración, redireccionan a los franquiciados al tipo de negocio que se ajuste más a su perfil y a su experiencia. "Cuando aprendes a conducir coges un utilitario, no un Ferrari". Una analogía con la que se refiere a los distintos niveles de dificultad en la gestión de las marcas que integran el Grupo Alsea.

A su vez, Antonio Pérez recalca que es necesario filtrar las propuestas de candidatos para no poner en riesgo la reputación de la franquicia y su crecimiento a largo plazo: "al final tenemos que filtrar, aunque sean propuestas muy golosas, ya que vale mucho más la reputación de nuestra marca".

Finalmente, Javier García Manzanedo destaca que la identificación de un buen franquiciado es fundamental para garantizar el éxito del negocio. Según sus cifras, el 40% de los negocios fracasan por las personas, lo que destaca la importancia de una buena selección de franquiciados.

En resumen, las franquicias se están decantando cada vez más por perfiles cualificados y comprometidos, garantizando así el éxito y el crecimiento sostenible del negocio.

#### Consejos a la hora de elegir una franquicia

Todos los participantes coinciden en un punto clave: la relevancia de que el concepto de la franquicia realmente apasione al franquiciado, para que esté dispuesto a dedicarle tiempo.

Así lo afirma Antonio Pérez: "para nosotros, el pilar fundamental es que el candidato conozca la actividad a la que se quiere dedicar y que le aportemos la mayor información posible, para que así pueda decidir si es lo que le gusta o no".

Por otro lado, Iván Martín recomienda que los candidatos hablen con otros franquiciados, si tienen dudas sobre la decisión de unirse a la marca: "en nuestro caso, pueden ir a cualquiera de los restaurantes de la cadena y preguntar, sin que nosotros intervengamos, para que el franquiciado le cuente cómo es la marca, qué exigimos...".

¿Cómo evolucionará el perfil del franquiciado?

Javier García Manzanedo apuesta por dos nuevos perfiles de franquiciado. En primer lugar, el derivado de los despidos de personas entre los 45 y 55 años, que tienen difícil el reingreso: "la tasa de españoles por encima de los 50 que salen al paro es mayor que cualquier otra". Por otro lado, hoy la palabra emprendimiento está en auge entre la gente joven, por lo que el segundo perfil podría nacer de las startup fallidas. Ambos perfiles se encontrarían en un momento de la vida en el cual "pueden trabajar de manera autónoma, pero con un gran apoyo detrás".

Otro punto importante de cara a la evolución del franquiciado es el que destaca Mercedes Vegas Alonso: "la profesionalización del franquiciado seguirá creciendo y eso hace que el trabajo de formarle sea mucho más fácil, porque ya entiende lo que le estás explicando y está más preparado para empezar a ponerlo en práctica".

En definitiva, todos los ponentes coinciden en que el perfil del franquiciado continuará evolucionando, lo que implica que las franquicias deberán adaptarse a estos cambios, manteniéndose actualizadas y flexibles para satisfacer las nuevas demandas. Por ello, es crucial que comprendan las necesidades cambiantes de los potenciales franquiciados y ajusten sus modelos de negocio, ofreciendo oportunidades atractivas y adaptadas a los perfiles emergentes. Sin duda, la capacidad de adaptación será clave para mantener la relevancia y el éxito, en un entorno empresarial en constante evolución.

Acerca de mundoFranquicia

mundoFranquicia es una consultora especializada en franquicias, que comenzó su actividad en el año 2000. Desde sus inicios, la compañía es reconocida en el mercado por su profesionalidad, agilidad y rigor en la prestación de servicios enfocados a cubrir las necesidades de un modelo de negocio que representa un porcentaje muy importante del comercio minorista en el país.

Desde su creación, mundoFranquicia ha asesorado a más de un millar de empresas franquiciadoras y a miles de empresarios franquiciados interviniendo en la apertura de sus negocios. La compañía cuenta con delegaciones en las principales localidades españolas y gestiona el portal [www.mundofranquicia.com](http://www.mundofranquicia.com).

**Datos de contacto:**

Juan Carlos Martín Jiménez  
Responsable de Comunicación  
607999866

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Franquicias Emprendedores](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>