

La franquicia pierde un 22% de su facturación como consecuencia del Covid-19 según Tormo Franquicias

Un descenso de 5.000 millones de facturación en este ejercicio ni en todos los sectores tendrá la misma incidencia, ni en todas las empresas tampoco incidirá de la misma forma

Tormo Franquicias Consulting ha presentado en estos días un informe donde valora el impacto de las pérdidas que afectarán al sector franquicia como consecuencia de la actual pandemia.

Estos son los principales datos:

Redes de franquicia: El 81% de las redes de franquicia o lo que es lo mismo 1.041 redes de las 1.284 que vienen operando han tenido que ver como sus establecimientos franquiciados tienen que cerrar temporalmente.

Establecimientos franquiciados: El 77% de los establecimientos franquiciados han tenido que cerrar sus puertas, lo que supone que tan solo un número cercano a las 16.000 unidades sobre 68.426 se mantienen operativas, principalmente en los sectores de alimentación, supermercados, panaderías, transporte, determinadas cadenas de restauración que operan en régimen de delivery y determinados servicios.

Empleo: El empleo es donde mejores resultados presenta el sector. Un 34% de los 382.607 empleos que genera el sector franquicia se mantienen activos en sus trabajos. Esto equivale a más de 130.000 personas trabajando con un indudable peso en el sector de alimentación y supermercados.

Facturación: El impacto en la facturación es altamente significativo. El sector franquicia formado principalmente por pequeñas y medianas empresas perderá un 22% de la facturación proyectada para este ejercicio 2020.

En conjunto, son más de 5.000 millones de euros de facturación que dejarán de poder facturarse por el efecto del Covid-19. De los 23.500 millones de euros de facturación esperada es previsible que las cifras finales se sitúen en torno a los 18.440 millones de euros de facturación conjunta en el sector y que se reparten de la siguiente forma:

Restauración: -1.320 millones de euros

Retail: -1.690 millones de euros

Servicios: -2.050 millones de euros

Ni en todos los sectores tendrá la misma incidencia, ni en todas las empresas tampoco incidirá de la misma forma. Mientras en restauración se acusará un -24% de decremento, en retail donde se incluye el sector alimentación la pérdida será solo de un -13%, mientras que en el otro lado de la balanza

servicios decrecerá un -41%.

Qué es lo que pasará inmediatamente en el sector franquicia

Habrá una recuperación paulatina del consumo y de la demanda que en su conjunto se anticipará en las empresas del sector.

Mayores facilidades para encontrar nuevos locales y negociarlos en mejores condiciones.

Aceleración de los nuevos procesos de expansión en empresas en fases de inicio.

Auge del sector servicios en sus diferentes modalidades y ampliación de la oferta. En este caso, además el sistema de franquicia ofrece indudables ventajas a múltiples nuevos emprendedores.

Aparición de nuevos negocios franquiciadores adaptados a los nuevos escenarios como sucedió en la pasada crisis y que en algunos casos desplazarán a los actuales. Algunos de ellos ya están en gestión. Incremento del delivery y de las ventas on line donde muchos negocios no solo tendrán que adaptarse a este nuevo escenario, sino que tendrán que pensar de forma diferenciada en el mismo como una vía que forma parte sustancialmente del negocio y de los ingresos.

Cierre de franquiciados en todos los sectores de actividad y pérdida de ingresos por royalties y consumo en la casi totalidad de las redes, lo que obligará a una aceleración de la expansión e incorporación de nuevos franquiciados para compensar los déficits previsibles que surgirán.

Mayor competitividad en atracción de clientes con sustanciales rebajas de precios, lo que exigirá una adaptación inmediata a los nuevos escenarios y una optimización de los recursos de marketing y comunicación.

Importantes oportunidades para aquellas empresas con liquidez en poder adquirir o fusionar empresas debilitadas.

La perspectiva de Tormo Franquicias

Es evidente que este es un sector con fortaleza y que saldrá airoso de esta situación.

No obstante, un hecho evidente es que habrá cierre de franquiciados que no tendrán liquidez suficiente para resistir una situación como la generada o no querrán solicitar financiación para poder asumirla. Habrá centrales de franquicia que si con antelación a esta pandemia no andaban sobrados, es evidente que no podrán tampoco resistir.

Pero el contexto general es que la gran mayoría de las empresas del sector seguirán adelante, se incorporarán nuevas empresas en el mismo franquiciando nuevos modelos de negocio y se incrementará la demanda de nuevas franquicias por parte de emprendedores e inversores que en estos momentos ya se observa en la aproximación y demanda de información por parte de los mismos.

Corresponde a las centrales de franquicia un esfuerzo excepcional en liderar el nuevo escenario y en afrontar los cambios que si serán necesarios inmediatamente. Seguramente nada volverá a ser igual y no es función de los franquiciados acometer estos cambios. Es función de cada franquiciador proyectar mucho más allá su marca, su empresa, su franquicia y realizar hoy ya los esfuerzos necesarios si tiene la confianza y la convicción en los valores que representa y en los que debe invertir.

Estos requerimientos afectan por igual a aquellas empresas más desarrolladas, como también y especialmente a todas aquellas empresas en fases de inicio, que si bien son mucho más sensibles, también tienen muchas más oportunidades y menos impedimentos para cambiar y adaptar sus

estrategias al nuevo escenario.

Conclusión

La mayor parte de empresas encuestadas manifiestan una visión positiva. Las mismas entienden que esta es una situación dura, muy dura, pero al mismo tiempo pasajera. También en algún caso se ha percibido pesimismo, pero han sido las menos.

Hay una conciencia de que la recuperación va a ser lenta, pero de lo que se trata quizás no sea de ganar dinero en el corto plazo inmediato, si no de no perderlo, aguantar y mantenerse para después enfocarse en la ampliación de los resultados y lograr un fin de ejercicio equilibrado y ligeramente positivo que permita enfocar un futuro mejor.

Se evidencia una preocupación inmediata por el momento actual y como es lógico por los aspectos económicos, incluso cuando no es necesario, pero a la vez se echa en falta algo más de planificación, dedicación de tiempo y recursos para el nuevo escenario que se plantea y que va a llegar más pronto que tarde. Desde Tormo Franquicias entienden que esta es la clave y que otras empresas en otros sectores ya están anticipando.

Como han manifestado desde la consultora en estos días en diferentes ocasiones, este es el momento de preparar las empresas y realizar todos aquellos esfuerzos que sean necesarios para el momento en que la situación paulatinamente se desbloquee y vuelva a normalizarse. Ahora se dispone de tiempo para ello y es el momento de iniciar los preparativos invirtiendo lo necesario dentro de las posibilidades de cada empresa, para estar a punto en el momento en que se inicie la recuperación.

Acerca de Tormo Franquicias Consulting

Tormo Franquicias Consulting es una de las principales empresas consultoras en franquicia en España. Su equipo acumula una amplia experiencia tras haber participado en la creación y desarrollo de proyectos para más de 600 empresas franquiciadoras, ayudando a cerca de 3.000 personas a integrarse en redes de franquicia.

Sus servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Datos de contacto:

Laura Acosta

Coordinadora de Marketing de Tormo Franquicias Consulting

911 592 558

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

<https://www.notasdeprensa.es>