

Don Piso invertirá en Madrid 10 millones de euros

• Don Piso, empresa especializada en intermediación inmobiliaria, prevé invertir más de diez millones de euros en la capital.

Dicha inversión se concretará en la puesta en marcha de 155 nuevas agencias en la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM) en los próximos cinco años. Estas oficinas supondrán la creación en la práctica de casi 700 puestos de trabajo y la inauguración de 12.400 metros cuadrados de superficie comercial.

Estas aperturas se enmarcan dentro del plan estratégico de la compañía que comenzará a franquiciar su concepto de negocio en Madrid capital a partir del segundo semestre de este año. Hasta la fecha, Don Piso operaba en la alameda madrileña única y exclusivamente mediante su red de agencias propias, limitando la concesión de franquicias a aquellas oficinas comerciales que están ubicadas en el cinturón metropolitano.

Don Piso estima que sólo Madrid capital tiene capacidad para albergar un total de 55 nuevas oficinas,

de las cuales 19 serán propias y las 36 restantes franquiciadas.

La compañía prevé imprimir un ritmo de crecimiento a la cadena de 20 aperturas por año, con el fin de poder garantizar la formación, servicio y apoyo continuado a su red de franquicias, tal y como establece este sistema de comercio minorista.

Objetivo

El objetivo principal de este plan de expansión es conseguir una masa crítica fuerte de puntos de venta en la Comunidad de Madrid que responda a la estrategia de la compañía de contar con una red nacional de agencias integrada en un 60% por locales en franquicia y en un 40% por agencias de propiedad.

El plan nacional de expansión de Don Piso recoge un techo de entre 800 y un millar de oficinas comerciales en toda España. Las zonas objetivo prioritario de expansión de la cadena catalana son las comunidades del norte peninsular (Cantabria, Galicia y Asturias), debido a la menor implantación que la firma tiene en estas zonas y, por tanto, al mayor potencial de desarrollo.

El sector mantuvo en 2006 su excelente coyuntura

• Las estimaciones de Mundo Franquicia Consulting sitúan en 953 la cifra total de las enseñas en régimen de franquicia en nuestro país

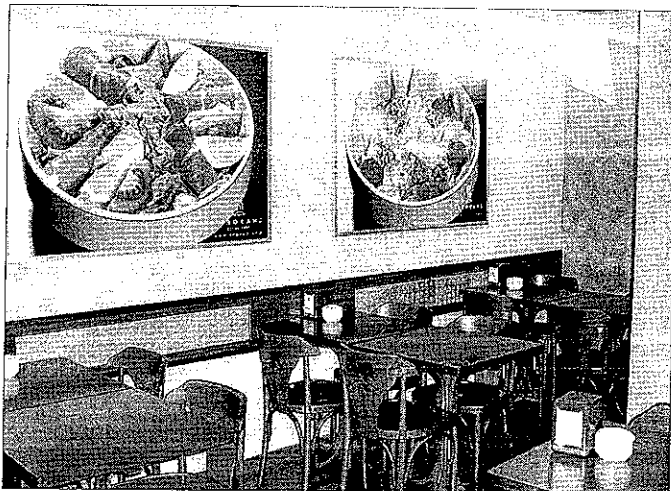
Las estimaciones referidas a la franquicia que han venido a contextualizar la actual celebración del salón Expofranquicia 2007 no pueden ser más positivas, como se traduce en el auge creciente del propio salón. De hecho, el sector está atravesando por una excelente coyuntura en nuestro país.

Efectivamente, según el informe de Mundo Franquicia Consulting referido a 2006, en ese ejercicio aumentó considerablemente el número de enseñas, hasta alcanzar un total de 953, lo que representó un incremento del 6,7% con respecto al ejercicio de 2005.

Asimismo, continuó creciendo el porcentaje de enseñas nacionales, llegando a un 83,7% del total. El 16,3% restante corresponde a enseñas extranjeras, 155 cadenas, procedentes principalmente de Europa (Francia, Portugal e Italia, de forma destacada) y Estados Unidos.

Empleo

Respecto a la variable del empleo, la franquicia dio trabajo en España en 2006 a cerca de 218.000 personas, lo que representa un 12,9% más que en 2005. El año pasado la cifra media de empleos por enseña fue de 228 personas, o lo



El segmento de hostelería-restauración continúa líder, ya que con 149 enseñas engloba cerca del 15,6% del total de establecimientos operativos en España.

que es lo mismo, 3,61 empleos por unidad de negocio.

Por otro lado, en 2006 el comercio minorista español facturó por valor de 183.400 millones de euros. De esa cantidad, el 10,5% correspondió a enseñas, a pesar de que éstas representan tan sólo el 6,4% de los establecimientos, de lo que se puede extraer la conclusión lógica de que los establecimientos franquicia-

dos resultan más rentables de lo que son los negocios independientes.

Cadenas

En lo que se refiere a los sectores de actividad, cabe destacar la positiva evolución experimentada por el subsector de Estética y Cuidado Personal, donde se ha producido un avance en el número de cadenas superior al 39%

con respecto al ejercicio anterior, así como también del sector de Finanzas, que durante 2006 tuvo la oportunidad de ver cómo 18 nuevas enseñas se unían a las cadenas que ya estaban operativas. Por supuesto, el segmento de Hostelería-Restauración sigue líder, pues con 149 enseñas engloba a cerca del 15,6% del total de los establecimientos operativos.

Ránking de las 100 primeras firmas en Franquicias Hoy

• La revista especializada *Franquicias Hoy* ha publicado recientemente un ránking de las 100 primeras empresas.

Dicho ránking, referido a volumen de facturación, se incluye en un informe que ofrece una completa información financiera sobre las empresas, así como los principales datos de interés de otras 160 cadenas.

El estudio, que ha sido publicado por noveno año consecutivo, ofrece una amplia información, gráficos y conclusiones. En él aparece la evolución histórica de las 10 primeras enseñas del ránking, los principales datos de las franquicias que mayor facturación o crecimiento han experimentado, aquellas que más aperturas han realizado, una clasificación de enseñas por número de establecimientos, otra por nivel de inversión, las que ofrecen o no ayuda a la financiación

y las que más empleo generan, así como un gráfico con datos sobre aquellas que suben puestos en esta clasificación, las que bajan, se mantienen o aparecen por primera vez.

VARIABLES

Como dato destacable, *Franquicias Hoy* señala que en conjunto estas 100 franquicias que componen el ránking analizado han facturado 16.970 millones de euros en 2005, una cifra un 15% superior a la alcanzada en el ejercicio anterior. Otro indicador de esta situación es el número de aperturas. Entre agosto de 2005 y julio de 2006 sólo las primeras 25 firmas que más establecimientos han puesto en marcha superan los 2.000 nuevos locales abiertos (500 más que en el mismo período anterior). Además, 93 de las 100 franquicias que aparecieron en el informe anterior repiten en 2006, el 81% de estas marcas son españolas y el 53% ya tienen presencia en el extranjero.

Acam da a conocer las grandes ventajas del arbitraje

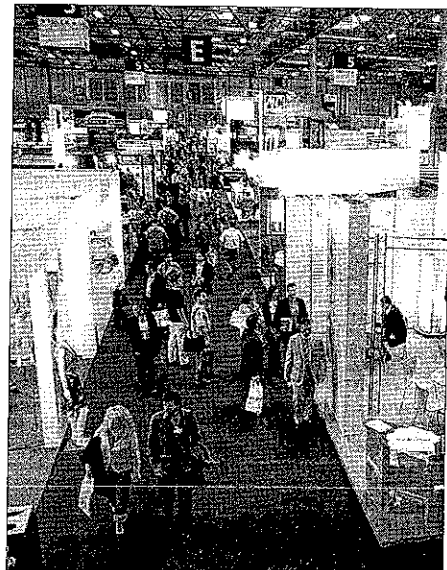
• Explicar las ventajas del arbitraje a los expertos y profesionales es la meta que se ha propuesto Acam en Expofranquicia.

Exponer las ventajas del arbitraje como procedimiento extrajudicial, sobre todo centradas en el ahorro de costes y tiempo para franquiciadores y franquiciados, es el objetivo que desea dar a conocer la Asociación Comunitaria de Arbitraje y Mediación (Acam), entidad privada administradora de arbitraje en su próxima comparecencia en Expofranquicia. Acam estará ubicada en el stand de su *partner* Mundofranquicia, Pabellón 4 stand D415.

Para Ignacio de Górgolas, director ejecutivo de Acam, la apuesta que hace la Corte Arbitral por el sector de la franquicia, uno de los moti-

res de la actividad económica nacional, es clara. "Son indudables las ventajas del arbitraje, tanto en cuanto a ahorro de tiempo como a eficacia de resolución de los laudos, aplicado a un sector tan dinámico como el de la franquicia", explica. "Queremos solventar al sector las dudas prácticas sobre la aplicación de este método extrajudicial en un contrato que una a casa matriz con el franquiciado. La inclusión de la cláusula arbitral en un contrato de este tipo obliga a ambas partes por igual. Esto provoca que ambas partes tengan un comportamiento impecable entre ellos".

Los conflictos en el contrato de franquicia son inevitables, como lo son en cualquier ámbito contractual mercantil. Pero la solución a dichos conflictos está al alcance de las partes, de franquiciadores y franquiciados, y sin necesidad de acudir a



Los problemas en el contrato de franquicia son inevitables, pero el arbitraje minimiza los conflictos.

los órganos judiciales. En este marco, el Arbitraje cobra protagonismo, sobre todo en un mundo como el económico, donde las relaciones interempresariales requieren iniciativas que contribuyan

a una rápida adopción de decisiones en la carrera de la competitividad. Cualquier franquicia que se decante por el arbitraje puede establecer relaciones más fluidas con todos sus proveedores.