

carros, que agrupa a casi doscientos empresarios de toda España. La ventaja de convertirse en franquiciador es que "uno va a crecer más rápido", explica Vallhonrat.

Es el caso del Grupo Enerpal, una compañía dedicada a las energías renovables, que surgió de la iniciativa de tres jóvenes veinteañeros en el año 1997, en Palencia. Después de montar varias sucursales en Valladolid, León, Soria y finalmente en Madrid se lanzaron a franquiciar por su veloz ritmo de crecimiento. A finales de 2003 abrieron su primera franquicia, y ya van por el medio centenar. 30.000 euros es el canon que hay que pagar para entrar en la red.

"El problema es que hay determinadas marcas que quieren crecer muy rápido y no llegan a consolidarse", dice Vallhonrat. De ahí que el índice de fracasos de enseñas que cada año cierran sus puer-

tan. "Conozco muchos conceptos que han desaparecido", cuenta Oscar Morales, uno de los cuatro fundadores y responsable de la expansión. Después de abrir el primer local en 2002 montaron el segundo

de 600 y 1.000 marcas, y el 80% de ellas son de nacionalidad española

para comenzar a franquiciar, Morales lo tiene claro: lo principal es que "uno vea que el negocio es franquiciable, que sea posible traspasar el *haber hacer* que uno ha adquirido y que haya una marca detrás", dice. Y, por supuesto, "que

bado que el negocio funciona. "Necesitas dos o tres años para ver que realmente va a funcionar, pero hay quien, al cabo de cuatro meses con una tienda, ya está franquiciando", critica. "Lo esencial para montar una franquicia es tener un negocio real, que esté probado y que tenga éxito", explica Eduardo Tormo.

Una vez que se monta la red, el negocio se complica. Las expectativas de crecimiento acarrearán nuevos retos. "Aunque seas una pequeña empresa tienes que estar organizado como una grande, porque el primer franquiciado que tenga va a exigirlo", señala Eduardo Tormo. Esa opinión la comparte Jesús Mendiguchía, director de Enerpal España, que aterrizó en la compañía procedente de una gran multinacional y con la mentalidad ya predisposta: "La estructura de la compañía puede pensarse como la de una multinacional con una central y una serie de unidades de negocio".

Un crecimiento imparable

El número de marcas que opera en España ha pasado de 170 en 1994 a casi un millar en 2004. En conjunto, reúnen 63.990 establecimientos, una estimación más optimista que otras realizadas por el informe *Evolución de la franquicia en España 1995-2005* de la consultora Barbadillo Asociados. Hay casi 1.400 negocios que se denominan a sí mismos franquicias, pero no hay un sello de calidad (que se tramita actualmente) que reconozca qué es una fran-

quicia y qué negocio no cumple con los mínimos exigibles.

Las franquicias tienen, cada año, un mayor peso en el comercio minorista en España. La facturación de 2004 fue de 16.058 millones de euros, lo que supone un 13,88% de la caja total del comercio. En otros países europeos o en Estados Unidos la franquicia copa hasta el 50%, según el informe *Situación actual de la franquicia en España*, de la consultora Tormo y Asociados. En todo

caso, el concepto de lo que se considera una franquicia cambia de unos países a otros ligeramente.

En los próximos años continuará aumentando el peso de las franquicias, y será emergente la aparición de redes en el sector de servicios, señalan los expertos. Más franquicias extranjeras, que ven con buenos ojos el mercado español, desembarcarán en España, mientras las redes españolas saldrán al exterior.

Al registro, por Internet

Cerca de 20.000 empresas entregarán este año sus cuentas telemáticamente

EL PAÍS / NEGOCIOS

Las empresas españolas pueden enviar ya sus cuentas y libros de forma telemática a los registros mercantiles. Según datos del Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantiles y el Servicio de Certificación de Registradores (SCR), se estima que este año se enviarán más de 20.000 documentos.

Este proceso, según expli-

can las entidades citadas, "agiliza las tareas administrativas para las empresas, y proporciona mejoras importantes para la productividad".

El envío telemático de cuentas y libros, aseguran estas entidades, "ahorra tiempo y costes en el momento de la presentación de estas cuentas en los diferentes registros españoles, evitando las habituales colas ante las oficinas de los Registros en los días finales del perio-

do de entrega", cuya fecha límite es el 30 de abril.

El SCR implementó el año pasado esta herramienta para el envío seguro de documentos a los registros. Previa identificación del usuario mediante su certificado electrónico, y gracias a un interfaz muy simple, es posible firmar y enviar documentos a todos los registros de forma segura, con validez y garantía jurídica.

Según explica Arjan Sundar-

En 2004 se tramitaron más de 25.000 envíos telemáticos de documentos por parte de 8.000 empresas

das, director general del Servicio de Certificación de los Registradores (SCR), "el envío telemático de libros se está convirtiendo en una herramienta cada vez más utilizada por las empresas españolas, debido a ahorro que supone y la flexibilidad que les confiere al poder entregar los libros durante un periodo de dos meses con total seguridad", explica.

El responsable del SCR espera, además, una *avalancha* de peticiones: "El año pasado se tramitaron más de 25.000 envíos telemáticos de documentos por parte de 8.000 empresas. Este año, esperamos aumentar significativamente estos números y repetir el éxito de la pasada temporada".