

# LA RECONVERSIÓN DE BARES A FRANQUICIAS IMPULSA LA RESTAURACIÓN

La restauración organizada gana un punto porcentual de cuota cada año. Su crecimiento, tanto en número de visitas como de gasto, está por encima de los operadores independientes. Ya hay cadenas, como La Andaluza, que tienen en marcha un servicio destinado al reciclaje y reconversión de bares y restaurantes

MARÍA CUPEIRO



**N**unca lloverá a gusto de todos. Para algunos consumidores, que la franquicia gane terreno en la restauración está lleno de ventajas; para otros, supone una estandarización que roba algo así como la personalidad al negocio. El caso, deben saber ambos, es que hay lugar para todos porque la restauración está en pleno crecimiento.

Los españoles aumentaron el pasado año sus salidas a bares y restaurantes y gastaron más en cada visita, un comportamiento que llevó al mercado de la restauración a cerrar en 2017 su tercer ejercicio consecutivo de crecimiento, según revelan los datos de la consultora NPD. El aumento de las ventas se apoya en un avance del 1,3 por ciento en el número de visitas, con 98 millones de consumos adicionales fuera del hogar, y en una subida del 1 por ciento en el gasto medio por comensal, hasta los 4,88 euros por visita.

En este crecimiento sobresale la restauración organizada, que gana desde hace siete años una media de un punto porcentual de cuota por año. En

términos generales, la restauración organizada presenta tasas de crecimiento, tanto en número de visitas como en gasto, muy por encima de los operadores independientes, que se mantienen estables, apuntan desde NPD. Las cadenas de restauración cerraron el pasado año con un peso del 23 por ciento sobre el total de las ventas del mercado, una cifra que, con todo, todavía está lejos de lo que representa en otros países de nuestro entorno e incluso del 60 por ciento que alcanza en Japón.

Desde la Asociación de Marcas de Restauración señalan que “la franquicia, como modelo de crecimiento, es estratégico para gran parte de las empresas de nuestro sector, restauración organizada y moderna”. Según sus datos, la restauración representa el 6,2 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) del país y la organizada comercial está en torno al 0,60 por ciento. Y hay recorrido para que siga marcando cifras positivas de crecimiento. De cara a este año, la progresión será mayor del 4,9 por ciento esperado, anuncian desde la patronal que engloba a las principales cadenas de restauración. Hay margen para crecer, las 158 visitas per cápita y año a bares y restaurantes de 2017 siguen lejos de las 186 que había antes de la crisis, según datos de NPD.

### Reciclar bares

Una de las razones que explica este crecimiento de la restauración organizada es la reconversión de los bares, cafeterías y tabernas en franquicias. No hay una cifra para determinar este fenómeno, pero es algo que se ve a diario en las calles. Nielsen calcula que en España existen 260.000 bares, lo que supone un bar por cada 175 habitantes, probablemente, la cifra más alta del mundo. En busca de todos ellos ya hay franquicias que han puesto en marcha servicios específicos para transformar bares ya en funcionamiento en franquiciados de su cadena. Es el caso de La Andaluza, una cadena con 87 restaurantes en funcionamiento y que cuenta con un servicio al que denominan *reciclamos tu bar*.

El presidente del grupo, Diego Espinosa, diferencia entre dos tipos de hosteleros que se acercan a preguntar por este servicio. Por un lado, están quienes tienen un local en funcionamiento y no les va bien el negocio y, por otro, quienes tienen locales donde antes había un negocio de restauración y ahora quieren abrir con una cadena. “Nosotros estamos montando ahora más establecimientos con hosteleros que tienen ya abierto su negocio y quieren transformarse”, indica Espinosa.

Por su parte, la directora general de BaRRa de Pintxos, Virginia Donado,



J. RODRÍGUEZ

**0,60%**  
Del PIB del país  
representa  
la restauración  
organizada  
comercial

señala que alrededor del 5 por ciento de los candidatos que se interesan por abrir un local de su marca son personas que tienen un bar o un restaurante funcionando y lo quieren transformar en franquicia. Un porcentaje que “cada vez está creciendo más. Para muchos, si no lo hacen, la alternativa es el cierre”, apunta Donado.

Espinosa explica que la inversión para reconvertir un bar ya abierto en una franquicia de su cadena puede ser de alrededor de 15.000 euros y que llega a estar listo en 20 días, mientras que si se tiene que hacer una apertura desde cero el montante necesario llega a ser fácilmente el doble.

Otra razón más de peso que lleva a la restauración independiente a pasarse a la organizada es, sin duda, la reducción de los costes que puede suponer. Los bares deben competir en precio y lo hacen en solitario, frente a la ventaja que supone para las cadenas negociar compras de manera conjunta. Los cálculos realizados por La Andaluza señalan que un bar

independiente con una facturación mensual de hasta 40.000 euros podría ahorrar entre 15.000 y 40.000 euros al año si se asocia a una cadena.

También, sin duda, lo que juega a favor de estos negocios es que ya cuentan con local, algo que se valora mucho en la actualidad. Las cadenas llevan hablando desde hace tiempo de la dificultad para encontrar buenas ubicaciones y el aumento de los precios. Muchos apuntan incluso a la existencia de una burbuja en el alquiler de locales.

Pero no todo son ventajas en la transformación de bar a franquicia. Tanto Donado como Espinosa señalan que una de las cosas más complicadas a las que se enfrentan en esta reconversión es a los vicios adquiridos: "Algunos quieren seguir haciendo las cosas como antes, y deben cambiarlas cuando se adhieren a la franquicia", señala Espinosa.

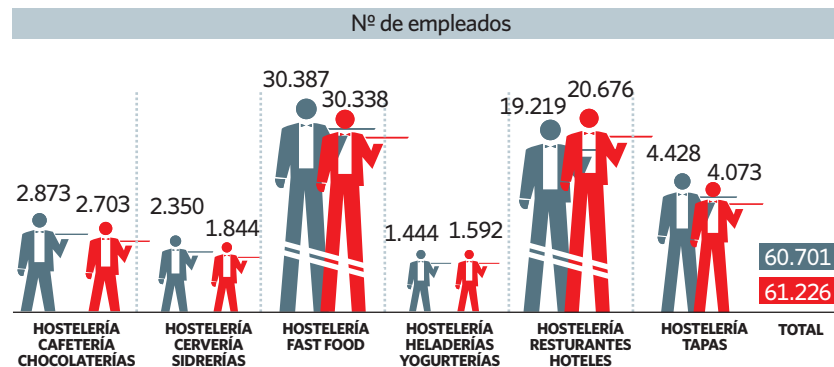
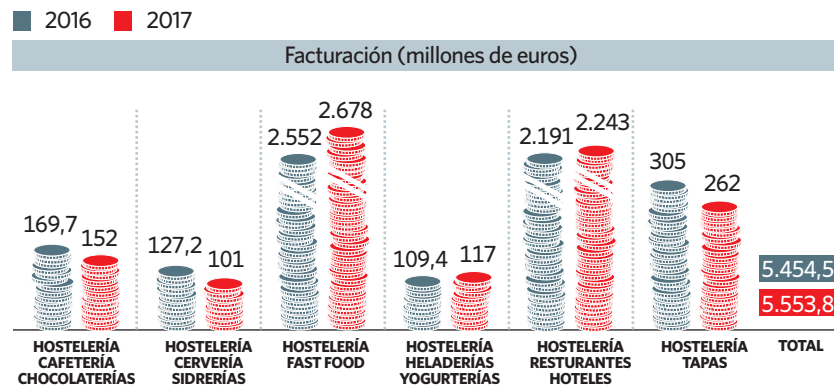
## Más de 2.000 interesados al mes en las enseñas de Comess

El impulso que vive la restauración se refleja también en el empuje de los interesados en abrir nuevos negocios. Desde el grupo Comess Group, que cuenta en sus filas con marcas como Lizarran, Don G, Pasta City o Cantina Mariachi, señalan que en los últimos meses el número de interesados en sus enseñas ha crecido un 50 por ciento, superando las 2.000 personas al mes. De estas peticiones, apuntan desde la compañía, entre el 25 y el 30 por ciento son propietarios de otros restaurantes. En el caso de Lizarran, marca insignia de la compañía, son más de 1.000 las consultas mensuales.

El auge del sector no se deja solo ver en el interés de los futuros franquiciados. También se refleja en las operaciones de compra y venta que desde hace meses realizan fondos de inversión y grupos de restauración. La última de ellas la protagonizó el pasado mes de agosto Rodilla al adquirir la cadena de hamburguesas *gourmet* Hamburguesa Nostra. Unos días antes, AmRest se hacía con la enseña Bacoa, también dentro del mundo de las hamburguesas *premium*, por 3,7 millones de euros. El grupo polaco, que prepara su salida a la bolsa madrileña, realizaba esta adquisición después de desembolsar 240 millones de euros por la firma Sushi Shop y tras haber intentado la compra de la cadena Goiko Grill. Esta última, una marca que no se franquicia, finalmente ha acabado en manos de L Catterton, el fondo de capital riesgo de Louis Vuitton (LVMH) en una operación que valoraba la compañía en 150 millones de euros. También un fondo del Banco Sabadell, Aurica, adquirió el 30 por ciento de la cadena Larrumba.

Hay más, a comienzos de año el fondo de inversión Abac, junto a un grupo de directivos liderado por el exdirectivo de Burger King y de Eat Out, Sergio

## El sector de la hostelería/restauración en franquicia



	Nº DE MARCAS		Nº DE ESTABLECIMIENTOS	
	2016	2017	2016	2017
Hostelería/Cafeterías/Chocolaterías	30	30	684	647
Hostelería/Cerverías/Sidrerías	13	12	549	425
Hostelería/Fast Food	40	45	2.807	3.066
Hostelería/Heladerías/Yogurterías	21	24	571	621
Hostelería/Resturantes/Hoteles	62	65	3.092	3.011
Hostelería/Tapas	21	22	950	889
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>198</b>	<b>8.653</b>	<b>8.659</b>

Fuente: Asociación Española de Franquiciadores.

elEconomista

Rivas, adquirió Beer&Food a Heineken. Poco después, el grupo, que cuenta con marcas como Gambrinus o Cruz Blanca, compraba Tommy Mel's y la masterfranquicia para nuestro país de Tony Roma's. En junio pasado, se hacía con el 100 por ciento de los restaurantes mexicanos La Chelinda al

## Compras, ventas y nuevas marcas

### ■ Rodilla

El grupo propiedad de la cervecera Damm adquirió el pasado agosto la cadena de hamburguesas 'gourmet' Hamburguesa Nostra como parte de su plan de expansión, en el que invertirá cerca de 15 millones de euros en los próximos cuatro años.

### ■ Beer&Food

Propiedad del fondo de inversión Abac, es uno de los grupos más activos. Se hizo en marzo con la masterfranquicia de Tony Roma's para España, y adquirió el pasado mes de mayo la cadena de restaurantes temáticos Tommy Mel's. En junio tomó el control del 100% de la cadena de restaurantes mexicanos La Chelinda.

### ■ AmRest

El grupo compró en julio la firma de comida japonesa Sushi Shop por 240 millones de euros y la hamburguesería Bacoa por 3,7 millones. El grupo adquirió además el 10 por ciento de Glovo por 25 millones.

### ■ Comess Group

Ha adquirido los derechos de explotación de Cold Stone Creamery, The Counter y Built para España.

### ■ Compañía del Trópico

La dueña de Café&Tapas se hizo con el restaurante de Paco Roncero, Estado Puro.



tiempo que desinvertía en la enseña especializada en tapas, Indalo Tapas, que contaba con 17 locales.

El listado de movimientos y operaciones en el sector es más amplio. Sigue con la llegada de firmas extranjeras, como Five Guys, y se completa con las nuevas enseñas que inician su desarrollo cada día en el mercado.

### El segundo sector con más peso en la franquicia

Tras la alimentación, la restauración es el segundo sector de mayor importancia para la franquicia. El informe de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) señala que a finales del pasado año operaban en nuestro país un total de 198 redes, 11 marcas más que en el año 2016. La facturación del sector alcanzó los 5.454,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,8 por ciento, mientras que el número de locales aumentó en seis más hasta situarse en los 8.659 centros. En cuanto a los puestos de trabajo que genera el sector, a finales de 2017 ocupaba a 61.226 trabajadores, lo que supone la creación de 525 puestos de empleo en el año.

Dentro del mundo de la restauración en franquicia, el subsector de la hostelería, restaurantes y hoteles es el que cuenta con un mayor número de

## 259 Nuevos establecimientos de 'fast food' abrieron a lo largo del pasado año en nuestro país

enseñas operativas, un total de 65. Seguido por las cadenas de comida rápida en el que operan 45 firmas, cinco más que el pasado ejercicio. Las cifras demuestran, además, que es el sector del *fast food* el que manda y el que muestra un mayor dinamismo de todos los que componen la restauración.

Y es que, a pesar de contar con un menor número de marcas en funcionamiento que la hostelería, restaurantes y hoteles, es el que alcanza un mayor número de establecimientos en funcionamiento, una mayor cifra de empleados y, por supuesto, una mayor facturación.

Las cadenas de comida rápida son también las que más nuevos locales ha abierto. Este subsector disponía a finales del pasado año de 3.066 establecimientos operativos frente a los 2.809 locales con los que contaba en 2016. En cuanto al número de trabajadores, el *fast food* emplea a 30.338 personas, prácticamente el mismo número que hace dos años. Con todos estos datos, la cifra de negocio de las enseñas de comida rápida fue de 2.678 millones de euros, un 4,9 por ciento más. Un crecimiento superior al alcanzado en el mismo periodo por el conjunto del sector de la restauración, del 1,8 por ciento.