

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

ESTUDIO DE LA IMPLANTACIÓN DE FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN EN TENERIFE

STUDY ABOUT THE ESTABLISHMENT OF CATERING FRANCHISE IN TENERIFE

Autor/a: D^a María Selene González Rodríguez

Tutor/a: D^a Isabel Montero Muradas

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Curso Académico 2013 / 2014

SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA

30 JUNIO 2014

D./Dña. ISABEL MONTERO MURADAS del Departamento de DIRECCIÓN DE EMPRESAS E HISTORIA ECONÓMICA.

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado titulada ESTUDIO DE LA IMPLANTACIÓN DE FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN EN TENERIFE y presentada por la alumno/a MARIA SELENE GONZÁLEZ RODRIGUEZ .realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 30 DE JUNIO de dos mil catorce

El/La tutor/a o Los/as tutores/as



Fdo: D./Dña ISABEL MONTERO MURADAS.

LUGAR Y FECHA
30 JUNIO 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA FRANQUICIA	5
2.1.	SITUACIÓN GLOBAL.....	5
2.2.	SITUACIÓN EN ESPAÑA.....	6
2.3.	SITUACIÓN EN CANARIAS	9
3	SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN	10
4	FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN.....	16
5	ANÁLISIS DAFO PARA TENERIFE	24
5.1	TENERIFE NORTE	24
5.2	TENERIFE SUR.....	27
5.3	TENERIFE ZONA METROPOLITANA	29
6	CONCLUSIONES.....	31
7	BIBLIOGRAFÍA.....	33

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y MAPAS

Gráfico 2. 1: Clasificación según número de enseñas, unidades y facturación	5
Gráfico 2. 2: Creación de nuevas empresas	6
Gráfico 2. 3: Facturación global en el sector	7
Gráfico 2. 4: Inversión global en el sector	7
Gráfico 2. 5: Generación de empleo en el sector	8
Gráfico 2. 6: Redes y establecimientos por CCAA	9
Cuadro 3. 1: Evolución de grupo CNAE5610 y CNAE 563 por CCAA.....	10
Cuadro 3. 2: Variación nº de empresas del grupo CNAE5610 entre 2009-2013.....	11
Cuadro 3. 3: Empresas y empleados asalariados. Año 2013	13
Cuadro 3. 4: Distribución de las empresas de restauración Canarias. Comparación datos España.	14
Cuadro 3. 5: PIB de la hostelería española por CCAA. Miles de euros	15
Cuadro 4. 1: Enseñas y establecimientos en España.....	16
Cuadro 4. 2: Facturación, inversión y empleo en España.....	16
Cuadro 4. 3: Comparativa enseñas y establecimientos Canarias-España	18
Cuadro 4. 4: Comparativa nº de enseñas y establecimientos Tenerife-Canarias	19
Cuadro 4. 5: Distribución geográfica de establecimientos en Canarias.....	20
Cuadro 4. 6: Distribución geográfica de enseñas y establecimientos por subsectores en Canarias.....	21
Mapa 4. 10: Distribución geográfica en Tenerife por zonas.....	22
Gráfico 5. 1: DAFO para Tenerife norte.....	24
Gráfico 5. 2: DAFO para Tenerife sur	27
Gráfico 5. 3: DAFO para Tenerife zona metropolitana	29

RESUMEN:

La franquicia de restauración es uno de los formatos más atractivos para la inversión dentro de la franquicia en nuestro país. Mediante esta investigación pretendemos conocer si Tenerife es un destino adecuado para la instalación de una franquicia de restauración. Profundizaremos en cuál es la situación en cada una de las zonas de la isla, cuáles son actualmente más atractivas para la inversión y cuáles tienen más perspectivas de futuro. Todo ello se expondrá de forma que pueda proporcionar información útil para un posible empresario o inversor. Para este trabajo fue necesario desarrollar una base de datos acerca de la franquicia de restauración en Tenerife ya que no se había elaborado una investigación tan concreta acerca del tema. Los resultados muestran las carencias que tiene el sector en España y en Tenerife, así como las distintas oportunidades y amenazas que ofrece la isla para un negocio de este tipo.

Palabras clave: Franquicia, restauración, inversión, negocio.

ABSTRACT:

Catering franchise is one of the most attractive formats for investing in franchise inside our country. Through this investigation we aim to know if Tenerife is a suitable place for setting catering franchise up. We are interested in the situation of each island area, which are at present more attractive for investing and which of them have at present better future perspectives. All this will be exposed with the objective of provide useful information for potential entrepreneurs or investors. For this research it was necessary to develop a specific database about Tenerife catering franchise because there was not any investigation that provides concrete information on the subject. Finally, the results show the deficit of the sector in Spain and Tenerife, as well as different opportunities and threats that offer the island for this kind of business.

Key words: Franchise, catering, investment, business.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años los sistemas de distribución se han diversificado y han dado lugar a nuevos modelos tales como el que centrara nuestro objeto de estudio: la franquicia. Éste es un concepto relativamente moderno que en mayor o menor grado se ha desarrollado con éxito en gran parte del mundo. La madurez del sistema varía según el país. Podemos encontrarnos mercados incipientes, sistemas maduros donde ya existe un gran desarrollo y conocimiento de la franquicia o mercados en auge. La franquicia es una evidencia de la globalización en los mercados ya que gracias a este fenómeno es posible vender la idea franquiciadora a lo largo del mundo y los consumidores la identifican.

Dada la importancia que está adquiriendo este sistema llama nuestra atención estudiar cuál es la situación actual de la franquicia en España y concretamente en Tenerife. Al mismo tiempo, centraremos nuestro estudio en la restauración ya que este formato en franquicia fue uno de los primeros en expandirse dentro de nuestras fronteras y además es un sector con un peso importante en nuestro país.

Por tanto, nuestro objetivo será crear un estudio que sea útil para diagnosticar como se encuentra la franquicia de restauración en este momento: cuál es su distribución geográfica, que comunidades tienen más peso, que subsectores dentro de la restauración tienen más importancia, etc. Más concretamente, analizaremos la viabilidad de una franquicia de este tipo en Tenerife, qué hace de la franquicia de restauración un formato de inversión atractivo en esta zona, así como cuáles son sus ventajas y desventajas.

Para lograr una visión completa de cuál es la situación consideramos necesario analizar, en primer lugar, el sector franquicia en general para conocer cuál es el marco en el que nos movemos y determinar cuáles son las características de este formato en España y Canarias: En qué fase de expansión se encuentra, como evoluciona su facturación o si genera empleo entre otras cuestiones. En segundo lugar, dado que tratamos la franquicia de restauración es importante analizar cuál es la situación de este sector en las zonas de estudio designadas. Tenemos que tener en cuenta que este sector agruparía empresas no-franquicia, que serían nuestra competencia directa, así como empresas franquicia. Estudiar qué peso este sector en la economía, como se distribuye en las diferentes comunidades autónomas (en especial en Canarias) y conocer cómo son estas empresas en general nos proporciona una perspectiva importante del entorno en el que actuamos.

Por tanto, dados los objetivos que nos planteamos nuestra investigación se desarrollará en tres fases: Partiremos analizando el sector de la franquicia en España y Canarias, para ello utilizaremos en repetidas ocasiones el informe de la franquicia elaborado por Tormo Franchise Consulting en 2014. A continuación, pasaremos a analizar el sector de la restauración en España y Canarias para ver cuál es el papel que este sector juega en la economía de nuestro país. En este caso nos apoyaremos en el estudio elaborado por la Federación Española de Hostelería (FEHR): “Los sectores de la hostelería 2012”. Además este epígrafe contará con varios gráficos, elaborados específicamente para esta investigación partiendo de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Por último, unificaremos nuestros dos grandes temas de estudio, la franquicia y la restauración, dando lugar al tercer epígrafe, dedicado exclusivamente al análisis de la franquicia de restauración en España, Canarias y nuestra zona de estudio particular: Tenerife. Para este apartado fue necesario recolectar datos específicos acerca de la franquicia de restauración en las islas y específicamente en Tenerife. Estos datos que no son accesibles o no se encuentran específicamente para nuestra zona de análisis fue necesario elaborarlos de primera mano, con la finalidad de analizar la presencia y peso de las cadenas franquiciadoras del sector restauración en nuestro ámbito de estudio. Los datos recolectados estarán accesibles en forma de anexo y nos muestran que enseñan y que número de establecimientos existen en cada isla. Por último, realizaremos un análisis de viabilidad para la isla de Tenerife, donde mediante tres análisis DAFO comentaremos que situación existe en cada zona de la isla.

Finalmente presentaremos nuestras conclusiones, en las cuáles trataremos de extrapolar de toda esta información porqué un empresario o inversor debe considerar España y concretamente Tenerife como un destino adecuado para la instalación de una franquicia de restauración. Además, para Tenerife trataremos de identificar que zonas tienen más perspectivas de futuro y propondremos posibles mejoras para lograr que las diferentes zonas de la isla sean un punto de referencia atractivo para la franquicia.

2. SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA FRANQUICIA.

2.1. SITUACIÓN GLOBAL

La franquicia en España, a pesar de su desarrollo tardío respecto a otros países del mundo e incluso de la Unión Europea ha experimentado un desarrollo vertiginoso desde su implantación llegando a niveles de países con más años de experiencia e incluso superándolos.

Gráfico 2. 1: Clasificación según número de enseñas, unidades y facturación



Fuente: “La franquicia en el mundo” (Tormo y Asociados 2011)

En el gráfico anterior podemos ver como actualmente Estados Unidos es la clara líder en el formato franquicia con 3000 enseñas y más de 900000 unidades. Las primeras enseñas que exportaron su negocio al mundo en forma de franquicia partieron de este país, por tanto es un sistema totalmente desarrollado capaz de desarrollar marcas propias, expandirlas dentro del país y a otros países con éxito.

España ocupa una posición más favorable en enseñas que en número de establecimientos lo cual nos indica que aunque existen muchas enseñas en el país su representación en cuanto a locales es limitada. No obstante, el aspecto más destacable de este último gráfico son los datos relativos a facturación. Podemos observar que en este aspecto España retrocede considerablemente respecto a países que a priori están peor posicionados en el sector franquicia, ya que poseen menos enseñas y número de unidades. Esto nos revela que a pesar de considerarse un país maduro en este sector, la realidad es que le falta mucho por desarrollar y mejorar.

El desarrollo de la franquicia en un país se produce de la siguiente manera: En primer lugar, comienza la llegada de franquicias internacionales que comienzan a desarrollar los mercados

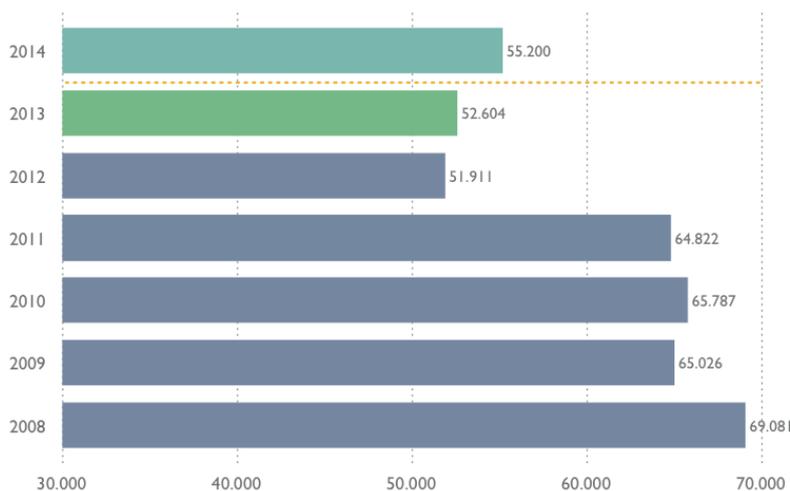
en las ubicaciones más relevantes. Posteriormente, cuando esas marcas ya están afianzadas dentro del país, comienzan a desarrollarse marcas locales que en primer lugar se expanden en el país de origen y una vez logren en crecimiento deseado se lanzan a la expansión internacional. España está en el segundo paso pero, a pesar de haber logrado la creación de múltiples franquicias locales falta este salto internacional que daría un plus al sistema franquiciador español. Si pensamos detenidamente sólo Mango y Zara con sus diferentes enseñas tienen una presencia internacional consolidada.

El crecimiento Español ha sido notablemente acelerado y es posible que en camino hayan quedado aspectos básicos por afianzar en las franquicias ya existentes, algunos pueden ser: baja rentabilidad, costes demasiado altos o inadecuada explotación de unidades franquiciadoras. Estos últimos elementos impiden el adecuado crecimiento del sector franquicia.

Por otra parte, es evidente que la situación de crisis que se ha vivido en estos años ha ocasionado efectos a nivel mundial y este sector no ha permanecido ajeno a ello.

2.2 SITUACIÓN EN ESPAÑA

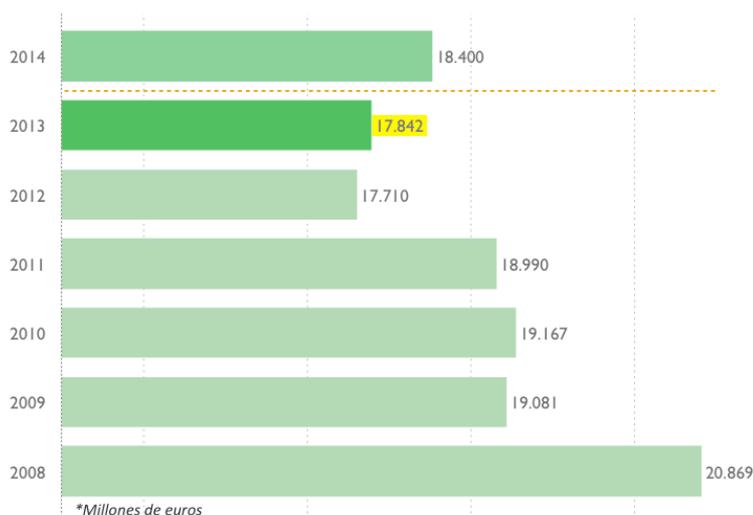
Gráfico 2. 2: Creación de nuevas empresas



Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014)

A partir del año 2008 se ha producido una caída en el número franquicias, esto coincide evidentemente con el inicio de la situación de recesión en la que aún estamos inmersos. Esta caída ha ido agudizándose cada vez más hasta lograr su cifra más baja en 2012 con 51911 empresas, lo que significa un descenso de casi un 25% desde el año 2008. No obstante, a partir de este mínimo producido en 2012 el sector comienza a recuperarse, produciéndose creación positiva de empresas en el año 2013 (crecimiento del 1,5%). Para el año 2014, a pesar de sólo contar con previsiones, se estima que existirán 2596 nuevas empresas, lo que supone un crecimiento de casi un 5% respecto al año anterior.

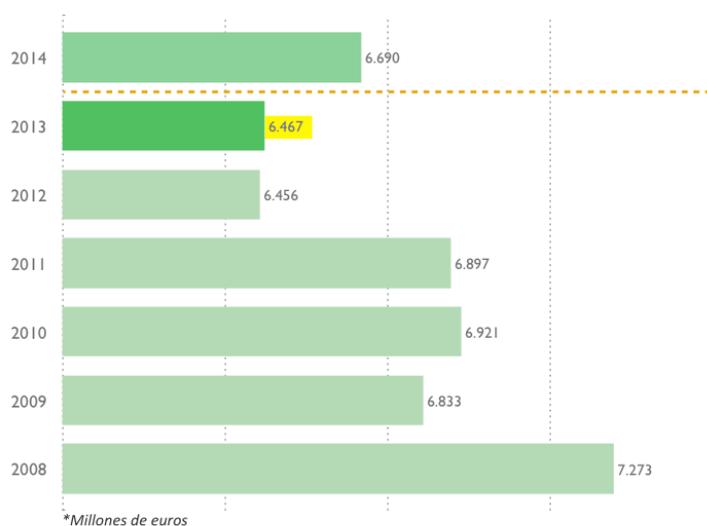
Gráfico 2. 3. Facturación global en el sector



Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014)

En cuanto a la facturación se aprecian dos grandes descensos, el primero en 2009, año en el que la facturación fue de 19081 millones de euros produciéndose una caída de casi un 9% respecto a 2008. El segundo se produce en el año 2012 cuando desciende un 7,23% respecto al año anterior. Evidentemente, estos descensos en la facturación están altamente relacionados con la caída en el número de unidades que existen en el sector que analizamos en el gráfico anterior. Por otra parte, no todos los datos son tan negativos, en los dos últimos años la situación ha remontado y a partir de 2012 se aprecia un leve crecimiento. En 2013 se produce un aumento de 132 millones de euros en la facturación respecto a 2012.

Gráfico 2. 4: Inversión global en el sector



Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014)

La inversión sigue la misma línea que anteriores variables. En el año 2008 se situaba en 7273 millones de euros, disminuyendo considerablemente en el año 2009 un 6%. En el año 2010 se produce una ligera mejora. No obstante, a partir de este momento se inicia una caída continua casi hasta la actualidad. El peor momento se vive en 2012, cuando desciende más de un 6%

respecto al año anterior, lo cual supone un descenso acumulado de casi un 12% desde el año 2008. Las perspectivas, sin embargo, parecen dar signos de mejoría. Para 2014 se espera llegar a 6690 millones de euros de inversión, lo cual, sin olvidar que son sólo estimaciones y aunque no se llega a niveles previos a la crisis económica supone una mejoría considerable.

Gráfico 2. 5: Generación de empleo en el sector



Fuente: “Informe de la franquicia 2014” (Tormo franchise consulting 2014)

El empleo es uno de los temas más discutidos en la situación actual. En los últimos años se han destruido muchos puestos de trabajo y recuperar los niveles anteriores a la crisis se antoja imposible. El sector franquicia no ha permanecido ajeno a su entorno y podemos apreciar grandes descensos del año 2008 al 2009, así como otra gran caída del año 2011 al 2012. La cifra más baja de estos años la encontramos en 2012 con 325017 empleos. Lo cual implica una destrucción de 73453 puestos de trabajo desde el año 2008. Al igual que con el resto de variables se esperan mejoras para el año 2014, concretamente un repunte de un 4,5% respecto al año 2013.

Las cuatro variables analizadas: número de empresas, facturación, inversión y empleo han seguido cauces similares a partir del año 2008. Los gráficos coinciden en que el punto valle o año con peores datos es el año 2012, donde la caída es más significativa para todas las variables. Si analizamos la situación, no podría ser de otra manera ya que las cuatro variables están íntimamente relacionadas. La inversión se contagia del clima pesimista que se ha vivido en la economía durante los últimos seis años y al mismo tiempo esa reducción de la inversión trae consigo menos creación de empresas franquiciadoras.

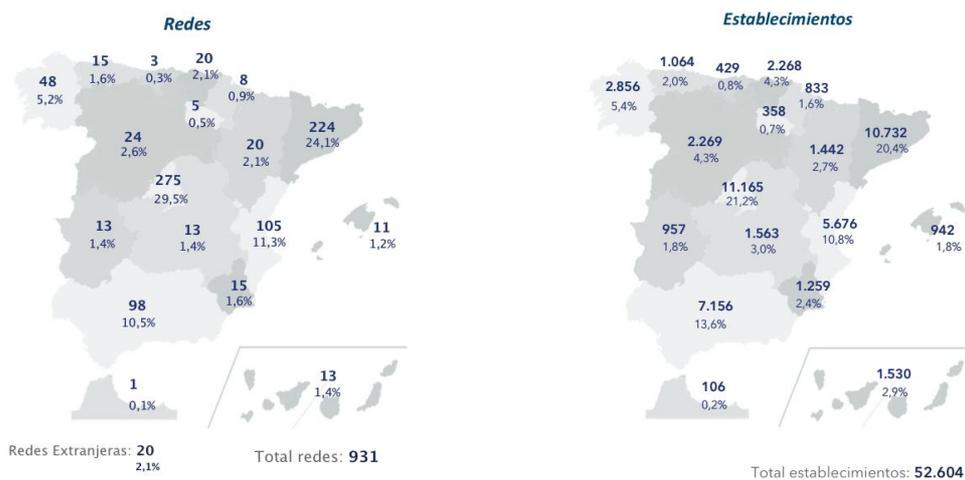
Podemos llegar a pensar que la franquicia puede llegar a resistir mejor estos embates de la economía que otros sectores ya que ésta se considera una apuesta o inversión segura y por tanto, es posible que un inversor prefiera apostar antes por este sector que intentar emprender un proyecto con una idea propia sin seguridad de éxito. Sin embargo, la cultura empresarial española aún no está del todo concienciada con los puntos a favor que puede dar una franquicia, así como de la seguridad de la inversión.

El sector franquicia cuenta con la garantía de vender algo que ya está probado, que gusta al cliente y tiene éxito y reconocimiento en el mercado. A pesar de todo esto, dada la magnitud de la situación económica actual el sector se ha visto notablemente afectado.

Por otra parte, las perspectivas parecen ser positivas de cara al futuro. En 2013, ya la economía dio signos de cierta mejora aunque muy superficial. El estudio realizado por Tormo Franchise Consulting nos proporciona previsiones para finales de 2014 que auguran una mejoría considerable. Es necesario destacar el hecho de que tan sólo son previsiones, es más, una vez finalizado el primer trimestre de 2014 y viendo la situación actual se perfilan demasiado optimistas.

2.3 SITUACIÓN EN CANARIAS

Gráfico 2. 6: Redes y establecimientos por CCAA



Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014)

En el mapa anterior podemos observar la distribución de la franquicia en España por comunidad autónoma. En el panorama nacional hay dos comunidades que son claras líderes en cuanto a peso en sector franquicias se refiere: En primer lugar Madrid con 11165 establecimientos y 275 redes y en segundo lugar, Cataluña con 10732 establecimientos y 224 redes. Estas dos comunidades unidas abarcan casi el 50% del peso del sector en los dos indicadores que apreciamos en el mapa. Les seguirían Andalucía y Comunidad Valenciana con un peso en torno al 10%, el resto están muy por debajo de estos máximos.

Centrándonos en la comunidad objeto de nuestro estudio, Canarias, vemos que está muy alejada de las líderes. En número de redes estaría en la undécima posición de la escala nacional, con un peso de tan sólo el 1,4%. En establecimientos la posición mejora sutilmente con una novena posición y un peso del 2,9%.

La situación de Canarias llama la atención ya que a pesar de su reducido tamaño es una comunidad con las cifras turísticas más elevadas en España, lo cual, desde el punto de vista económico es muy atractivo para instalar una franquicia. Sin embargo, su peso en la franquicia es muy reducido, lo cual nos hace pensar que es un territorio que este sector aún no ha sabido explotar.

3 SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN

En el punto anterior hemos tratado la situación actual del sector franquicia en nuestras zonas de estudio. A continuación nos centraremos en el marco del sector restauración para contextualizar cada vez más cuál es el escenario en el que nos movemos.

Comentar la situación del sector restauración es fundamental ya que parte de él es nuestro sector de estudio: la franquicia de restauración y además también contiene a la competencia.

Cuadro 3. 1: Evolución de grupo CNAE5610 y CNAE 563 por CCAA

Empresas de empresas de restauración por CCAA.							
	2013	%	2012	2011	2010	2009	%
Nacional	247471	100	251296	253302	256219	255883	100
Andalucía	41725	16,9	42073	42391	42733	42879	16,8
Aragón	6917	2,8	6913	6921	6964	6942	2,7
Asturias, Principado de	6824	2,8	7017	7065	7136	7205	2,8
Balears, Illes	7771	3,1	7870	7956	8116	8371	3,3
Canarias	13310	5,4	13498	13495	13969	13976	5,5
Cantabria	3687	1,5	3774	3756	3777	3742	1,5
Castilla y León	16269	6,6	16546	16644	16951	16887	6,6
Castilla-La Mancha	10062	4,1	10141	10381	10419	10249	4,0
Cataluña	37858	15,3	38898	38969	39094	38111	14,9
Comunitat Valenciana	28256	11,4	28703	29157	29348	29095	11,4
Extremadura	5859	2,4	6011	6016	6024	6163	2,4
Galicia	18521	7,5	18775	18950	19327	19405	7,6
Madrid, Comunidad de	26678	10,8	26922	27147	27763	28050	11,0
Murcia, Región de	6664	2,7	6769	6945	6946	6955	2,7
Navarra, Comunidad Foral de	2570	1,0	2526	2395	2575	2582	1,0
País Vasco	12109	4,9	12439	12725	12671	12833	5,0
Rioja, La	1857	0,8	1864	1862	1896	1893	0,7
Ceuta	282	0,1	291	274			
Melilla	252	0,1	266	253			

Fuente: Instituto nacional de estadística y elaboración propia

Cuadro 3. 2: Variación nº de empresas del grupo CNAE5610 entre 2009-2013

TOTAL	Variación 2009-2013	% Variación
Nacional	-8412	100,00
Andalucía	-1154	13,72
Aragón	-25	0,30
Asturias, Principado de	-381	4,53
Balears, Illes	-600	7,13
Canarias	-666	7,92
Cantabria	-55	0,65
Castilla y León	-618	7,35
Castilla-La Mancha	-187	2,22
Cataluña	-253	3,01
Comunitat Valenciana	-839	9,97
Extremadura	-304	3,61
Galicia	-884	10,51
Madrid, Comunidad de	-1372	16,31
Murcia, Región de	-291	3,46
Navarra, Comunidad Foral de	-12	0,14
País Vasco	-724	8,61
Rioja, La	-36	0,43
Ceuta		
Melilla		

Fuente: INE y Elaboración propia

Como comentamos nuestro interés es analizar el sector restauración en su totalidad, éste se compone de dos grandes grupos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE): CNAE 5610 que integra las siguientes actividades: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, establecimientos que ofrecen comida para llevar, vendedores de helados en carrito, carritos ambulantes de comida y preparación de comida en puestos de mercadillo; CNAE 563 que integra: Bares y tabernas, bares de copas, disco bares y disco pubs, cervecerías, cafés, bares de zumos y vendedores ambulantes de bebidas.

En la tabla 3.1 podemos observar cuál ha sido la evolución de estas categorías en los últimos cinco años. Esto nos ayuda a visualizar cuál ha sido el crecimiento de este sector y a posicionarnos respecto a cómo se encuentra el sector actualmente. Además nos permite ver cuál es la distribución por comunidad autónoma, lo cual es útil para definir cuáles de ellas cuentan con un sector restauración más desarrollado y cuáles de ellas en cambio podrían mejorar.

Para comenzar analizaremos la situación hace cinco años para luego compararla con la actual. En 2009 existían 255883 empresas de la categoría analizada. Existen cuatro comunidades: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid que conjuntamente suponen el 54% del total de empresas de restauración en España. En el lado opuesto: Ceuta, Melilla, La Rioja, Comunidad Foral de Navarra y Cantabria en ese orden son las comunidades con menos peso en este sector con menos del 2% de empresas. La tendencia nacional en número de empresas se mantiene en crecimiento hasta el año 2010, podemos ver que del año 2009 al 2010 el número de empresas aumento un 0,1%. Sin embargo, a partir de

este año comienza una caída generalizada en todas las comunidades. A nivel nacional desde el año 2010 hasta el 2013 se pierden 8748 empresas, lo que supone una caída del 3,4% aproximadamente.

Por tanto, si analizamos la situación en 2013 vemos que las líderes se mantienen en porcentajes similares ya que el descenso ha sido generalizado. Sin embargo, si analizamos las pérdidas que sufre cada comunidad vemos que Comunidad de Madrid con un 16,31% es la líder en destrucción de empresas. Le seguirían Andalucía, Galicia y Comunidad Valenciana en este orden. Es especialmente destacable el caso de Cataluña que a pesar de ser una de las líderes tan sólo pierde un 3,61% del total de destrucción de empresas entre los años 2009 y 2013. Las comunidades autónomas con menos peso sufren pérdidas relativamente mucho menores lo que evidencia un sector restauración más escaso pero más fuerte que en otras comunidades. La Comunidad Foral de Navarra es la que menos destrucción de empresas ha sufrido en España.

La restauración en España ha sufrido pérdidas sobre todo debido a la situación económica. Sin embargo, ha demostrado ser un sector más fuerte que otros ya que, aunque no se ha producido creación positiva de empresas en los últimos años la destrucción empresarial no ha sido catastrófica. Además, esta destrucción se produce con distinta magnitud en las diferentes comunidades autónomas. Aunque formen parte de un país cada comunidad tiene unas características propias que marcan esta diferencia (cifras de paro, densidad de población, impacto de la crisis en los sectores principales, etc.)

Hay diferentes formas de entender la causalidad de esta situación. En primer lugar, la explicación más simplista consistiría en pensar en una destrucción correlativa al número de empresas previas a la crisis y esto encajaría con la situación en ciertas comunidades. No obstante, comunidades como Cataluña nos revelan que no necesariamente tiene porque producirse este fenómeno. En segundo lugar, la fortaleza con la que cuenta el sector y sus empresas en la comunidad autónoma es fundamental y esto influye directamente en la destrucción de empresas que se haya sufrido.

Los datos de comunidades como Madrid o Andalucía revelan que probablemente existía una sobre oferta de establecimientos, lo cual no quiere decir que el sector no pueda crecer más sino que tiene que diversificarse y apostar por nuevos formatos que si tendrán cabida en estas comunidades. Podría decirse que estas empresas, una vez que se ha roto la burbuja y ha dado comienzo la crisis han visto todas sus carencias y inevitablemente han caído.

En las comunidades con cifras más bajas vemos que existe un sector con empresas más afianzadas que han soportado la situación. Lo mismo para Cataluña, es un ejemplo digno de estudio que siendo la segunda comunidad con más empresas haya sufrido tan poca destrucción.

En cuanto a Canarias las islas ocuparían la séptima posición en la escala nacional por número de empresas de restauración. En 2009 poseían un 5,5% de la cuota nacional con 13976 empresas. Esta cifra disminuyó paulatinamente en 2009 y 2011, perdiéndose en estos años 481 establecimientos. No obstante, en 2012 se produce un débil repunte ya que el crecimiento es positivo con 3 nuevas empresas. Este dato es una excepción ya que en el año siguiente la cifra vuelve a caer y se pierden 188 empresas. A nivel nacional representamos el 7,92% de las pérdidas que se han producido en estos años. En 2013 Canarias cuenta con 13310 empresas de restauración, lo que supone un 5,4% del total nacional.

A priori Canarias debería ser de las primeras comunidades en retomar la creación positiva de empresas ya que su principal actividad económica, el turismo, ya ha recobrado cifras anteriores a la crisis. Sin embargo, vemos que incluso en este último año se ha producido una destrucción considerable de empresas. La razón de esta situación es que aunque el sector turístico se haya recuperado, las cifras de desempleo no mejoran y esto implica que la población local no tiene capacidad adquisitiva. Esta situación paraliza la creación de empresas ya que tampoco existirán emprendedores canarios que apuesten por invertir dado el contexto.

Por tanto, el sector turístico por ahora no llega a tener el peso suficiente para lograr la creación de empresas aunque evita que se produzcan pérdidas aún mayores.

Cuadro 3. 3: Empresas y empleados asalariados. Año 2013

	Sector restauración (CNAE 561 + 563)	%	Total CNAE	% (CNAE 561 + 563) respecto a total CNAE
TOTAL EMPRESAS	247471	100	3146570	7,86
Sin asalariados	91211	36,857	1681588	5,42
De 1 a 2 asalariados	94136	38,039	922646	10,20
De 3 a 5 asalariados	37268	15,060	280643	13,28
De 6 a 9 asalariados	17550	7,092	125029	14,04
De 10 a 19 asalariados	5004	2,022	74204	6,74
De 20 a 49 asalariados	1862	0,752	39506	4,71
De 50 a 99 asalariados	282	0,114	11745	2,40
De 100 a 199 asalariados	107	0,043	6130	1,75
De 200 a 499 asalariados	29	0,012	3450	0,84
De 500 a 1000 asalariados	11	0,004	885	1,24
De 1000 a 5000 asalariados	9	0,004	643	1,40
Mas de 5000 asalariados	2	0,001	101	1,98
Asalariados	706300	-	10941500	6,46
Media empresa	2,85	-	3,48	7,86

Fuente: INE y elaboración propia

De la tabla 4.3 se desprenden diversos datos. En primer lugar, podemos apreciar cuál es la distribución dentro del sector de restauración por tamaño de empresa. En este sentido, cabe destacar que dentro del sector restauración la mayoría de empresas están compuestas por 1 o 2 asalariados lo cual nos indica que no son empresas intensivas en uso de mano de obra, es más un 36,85% de las empresas no tienen ningún asalariado. De resto la estructura es descendente hasta llegar a cifras mínimas a partir de los 500 asalariados.

En España sólo existen 22 empresas de restauración que tengan más de 500 asalariados, lo cual supone tan sólo un 0,8% respecto al total nacional. El tamaño que logran las empresas de un país nos dice mucho sobre como es su economía. En España existen muy pocas empresas que lleguen a contar con más de 50000 asalariado en todo un país. Si vemos los datos de la restauración el porcentaje es casi nulo. Por tanto, esto nos lleva a la hipótesis, ya

planteada para las enseñas de franquicia, que España es un país en el que sus empresas no se expanden.

En el caso concreto de la restauración, es evidente que si una empresa no aumenta su número de locales por el panorama nacional nunca conseguirá esas cifras de asalariados. En el cuadro podemos ver que sólo existen dos grandes empresas de restauración quizás estemos hablando de empresas como McDonald o Burguer King, que están presentes en todas las comunidades autónomas.

Por otra parte, tenemos los datos para realizar la comparación de número de empresas del sector restauración respecto a las empresas de la economía en general. En España existen 3146570 empresas, de las cuales 247471 son empresas del sector restauración lo cual significa un 7,86%.

Cuadro 3. 4. Distribución de las empresas de restauración Canarias. Comparación datos España.

	Sector restauración Islas Canarias (CNAE 561 + 563)	%	Sector restauración España (CNAE 561 + 563)	% (Canarias- España)
TOTAL EMPRESAS	13310	100	247471	5,38
Sin asalariados	4635	34,8	91211	5,08
De 1 a 2 asalariados	4407	33,1	94136	4,68
De 3 a 5 asalariados	2361	17,7	37268	6,34
De 6 a 9 asalariados	1369	10,3	17550	7,80
De 10 a 19 asalariados	387	2,9	5004	7,73
De 20 a 49 asalariados	127	1,0	1862	6,82
De 50 a 99 asalariados	17	0,1	282	6,03
De 100 a 199 asalariados	7	0,1	107	6,54
De 200 a 499 asalariados	0	0,0	29	0,00
De 500 a 1000 asalariados	0	0,0	11	0,00
De 1000 a 5000 asalariados	0	0,0	9	0,00
Mas de 5000 asalariados	0	0,0	2	0,00

Fuente: INE y elaboración propia

En Canarias la situación es similar a la de España en general, analizada en la tabla anterior. Dentro del sector restauración canario existen 13310 empresas de las cuáles un 34,8% son sin asalariados y un 33,1% cuentan con 1 o 2 asalariados. A partir de estas cifras que ya englobarían casi un 70% del sector, el porcentaje va decreciendo paulatinamente hasta llegar a empresas de 100 a 199 asalariados que sería sólo un 0,1% del sector.

En Canarias no existen empresas de restauración que cuenten con más de 200 asalariados, lo cual nos ayuda a ver claramente que es una comunidad con un parque empresarial compuesto mayoritariamente por pymes.

Canarias sigue el modelo generalizado en España, incluso más agudizado ya que no existe ninguna empresa que tenga más de 200 asalariados. El tamaño de la comunidad hace estas

cifras un tanto más justificables que el total español ya que tenemos que reconocer que sería difícil lograr que una empresa sólo en Canarias tuviera 5000 asalariados.

En la tabla también podemos observar cuál es el peso del sector canario de restauración respecto al total español, en ninguna escala de asalariados Canarias llega al 10% de participación. El porcentaje que reúne el dato más relevante sería el total de empresas donde podemos ver que Canarias cuenta con un 5,4% de las empresas del sector de restauración español.

Cuadro 3. 5: PIB de la hostelería española por CCAA. Miles de euros

CC.AA.	2008	2009	2010	ESTIMACIÓN 2012	CUOTA2010 %
Andalucía	10.076.699	10.244.571	10.005.970	10.420.061	0,137
Aragón	1.905.278	1.953.302	1.949.263	2.007.091	0,026
Asturias (Principado)	1.424.470	1.563.940	1.561.227	1.580.696	0,021
Baleares (Islas)	4.513.394	4.577.768	4.576.159	5.121.791	0,067
Canarias (Islas)	5.726.944	5.637.189	5.683.648	6.218.756	0,082
Cantabria	935.525	966.570	912.328	941.802	0,012
Castilla La Mancha	1.857.817	1.810.585	1.782.966	1.824.218	0,024
Castilla y León	3.343.781	3.513.307	3.466.283	3.618.565	0,048
Cataluña	12.999.577	13.202.881	13.452.761	14.299.449	0,188
Comunidad Valenciana	7.204.428	6.974.311	6.844.121	7.238.244	0,095
Extremadura	827.946	876.450	890.767	923.124	0,012
Galicia	2.710.660	2.977.800	2.947.016	3.121.500	0,041
Madrid (Comunidad)	10.418.601	11.038.455	11.151.478	11.600.602	0,152
Murcia (Región)	1.505.280	1.515.949	1.461.737	1.515.801	0,020
Navarra (Comunidad Foral)	961.463	1.017.655	1.001.750	1.055.778	0,014
País Vasco	3.770.639	3.787.116	3.869.329	4.068.607	0,053
Rioja (La)	491.642	483.738	483.343	487.315	0,006
Ceuta y Melilla	111.856	123.413	122.854	130.152	0,002
Total	70.786.000	72.265.000	72.163.000	76.173.552	1,000

Fuente: "Los sectores de la hostelería 2012"

En primer lugar, he de comentar que los datos que podemos encontrar en la tabla anterior se refieren al sector hostelería en total, en el cuál también se incluye el sector hotelero. Sin embargo, ante la imposibilidad de encontrar datos del PIB desglosados por categorías CNAE tomaremos estos datos como referencia para analizar la importancia económica que tiene este sector para la economía española.

España es un país donde el sector servicios es un claro líder en la economía, dentro de este el sector HORECA, que analizamos en el gráfico anterior, también juega un papel importante. Para este análisis tomaremos como referencia en año 2010, donde vemos que el PIB del sector en total es de 72265000 mil euros. En España el PIB en ese año fue de 1045620 millones de euros, lo cual implica que el sector hostelería supone un 6,9% del PIB.

El sector hostelería de la comunidad canaria suma un PIB de 5683648 mil euros, lo que relacionado con su PIB en 2010 que fue 40478 millones de euros significa un 14,04% de cuota. El sector hostelería es evidentemente importante en las islas dado que el sector clave en su economía es el turismo. Por otra parte, el PIB del sector hostelero canario es un 8,2% del total del sector hostelero nacional.

4 FRANQUICIAS DE RESTAURACIÓN

En este análisis contaremos con una serie de gráficos que nos permitirán posicionar correctamente la situación de la franquicia de restauración en España, determinando qué sectores están más desarrollados, cuáles se encuentran en expansión, así como aquellos que resultan más rentables.

Cuadro 4. 1: Enseñas y establecimientos en España

	Enseñas	%	Establecimientos	%
Cafeterías	28	18,54	705	11,15
Cervecería y tapas	25	16,56	1019	16,12
Fast food	31	20,53	2615	41,36
Heladerías	18	11,92	484	7,66
Italiana	17	11,26	389	6,15
Temáticas	23	15,23	698	11,04
Varios	9	5,96	412	6,52
TOTAL	151	100,00	6322	100,00

Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014).

Cuadro 4. 2: Facturación, inversión y empleo en España

	Facturación	%	Inversión	%	Empleo	%
Cafeterías	191	5,30	87	5,54	6037	9,16
Cervecería y tapas	457	12,68	195	12,41	9581	14,54
Fast food	2141	59,39	783	49,84	31725	48,15
Heladerías	93	2,58	43	2,74	1705	2,59
Italiana	262	7,27	176	11,20	5949	9,03
Temáticas	396	10,98	249	15,85	9015	13,68
Varios	65	1,80	38	2,42	1870	2,84
TOTAL	3605	100,00	1571	100,00	65882	100,00

Fuente: "Informe de la franquicia 2014" (Tormo franchise consulting 2014) y elaboración propia.

En las tablas anterior podemos ver la información desglosada por los diferentes subsectores que podríamos encontrar dentro del sector restauración según los criterios de Tormo franchise: Cafeterías, cervecerías y tapas, fast food, heladerías, italianos, temáticos y otros. En este sentido, el subsector fast food se sitúa como claro líder en esta lista ya que casi el 21% de las enseñas del país, así como el 41% de los establecimientos son de este subsector.

En cuanto a facturación, inversión y empleo fast food sigue siendo claramente líder con diferencias más drásticas que en las variables anteriores. Destacamos la facturación, donde acaparan casi el 60% del sector. Al sector fast food le seguiría en importancia cervecerías y tapas que ronda el 15% en casi todas las variables. El caso de las cafeterías es curioso ya que, por una parte su número de enseñas y establecimientos es similar al de cervecerías y tapas, no obstante, en facturación e inversión cosechan resultados bajos (en torno al 5%). El subsector de temáticos podría considerarse el tercero en importancia con cifras en torno al 10% - 15% en todas las variables. En cuanto a las heladerías e italianos ambos subsectores se mueven en cifras similares en cuanto a enseñas y establecimientos. Sin embargo, cuando hablamos de las

tres variables restantes la tendencia de ambos se bifurca. Por un lado, en facturación las italianas cosechan mejores resultados con 262 millones de euros, en cambio las heladerías sólo logran 93 millones de euros (la cifra más baja del sector franquicia de restauración). Por otro lado, en inversión las cifras de las italianas también son mayores que en las heladerías.

Las heladerías se configuran como franquicias de baja inversión, con facturaciones más modestas que otros subsectores. Por otra parte, en empleo las italianas crean más mano de obra que las heladerías lo cual tiene sentido si pensamos en la configuración de ambos tipos de establecimiento.

Tenemos que tener en cuenta que según el proceso de inmersión que siguen las franquicias en un territorio que ya explicamos anteriormente, las enseñas pioneras en la expansión a nuevos países suelen ser precisamente los restaurantes fast food, véase McDonald o Burger King.

Si pensamos concretamente en España donde el peso del sector restauración es bastante significativo, tiene sentido que sean las franquicias de este tipo las primeras en instalarse. Por lo tanto, este tipo de establecimientos son los que más se han expandido y perfeccionado hasta lograr las mejores cifras en facturación, inversión y empleo.

Por otra parte, la crisis económica es un elemento vital a tener en cuenta en nuestro análisis, el consumo se ha visto reducido y es evidente que aquellas empresas que ofrecen su producto a precios bajos son más capaces de resistir a esta restricción del consumo, lo cual significa otro punto a favor de estos establecimientos. Por el contrario, aquellas franquicias que ofrecen productos o servicios a una calidad-precio mayor han sido más castigadas por los efectos de la crisis.

En cuanto a las cafeterías su bajo nivel de facturación e inversión en relación con el número de enseñas y establecimientos existentes revela una baja rentabilidad y productividad de este subsector. Las cafeterías a priori no parecen ser un sector profundamente afectado por la crisis, no obstante, puede que el problema en este particular sea que todavía no se ha alcanzado la solidez necesaria para competir con el sector cafetería tradicional (no franquicia) y a esto se ha unido la mala situación económica.

El sector heladerías podemos considerarlo como un sector nuevo en el mundo de la franquicia ya que en los últimos años se ha producido un boom de este tipo de establecimientos que actualmente podríamos considerar en fase de expansión y consolidación en el mercado español.

Hasta ahora hemos analizado datos relativos a la franquicia de restauración en el territorio español utilizando los datos de la investigación de Tormo Franchise Consulting, a continuación empezaremos a tratar concretamente la franquicia de restauración en Canarias, aunque en algunos casos realizando comparaciones con el total español. Para ello, nos serviremos de la búsqueda de datos propia que comentamos en el apartado de metodología.

En este sentido, es necesario comentar lo siguiente: Las enseñas franquiciadoras cuentan con dos tipos de establecimientos, los propios y los establecimientos franquiciados que son los que obedecen al término teórico de franquicia. En nuestra búsqueda resultó imposible diferenciar estos dos tipos de establecimientos ya que la mayoría de las enseñas no proporciona información en este sentido. Por tanto, contabilizamos todos los establecimientos que efectivamente pertenecen a la franquicia sin diferenciar si eran propios o franquiciados. De este modo, en las tablas que comentaremos a continuación se aprecia cierto sesgo respecto

a la información que obtuvimos del informe Tormo Franchise Consulting que se explica con lo anteriormente expuesto. Este sesgo, repito, ha sido inevitable ya que necesitábamos contar con datos referentes a la comunidad autónoma canaria y específicamente relativos a Tenerife que no se encontraban elaborados y que eran fundamentales para el desarrollo de este estudio.

Por otra parte, dado que ésta ha sido una investigación propia empezaré comentando los criterios utilizados para agrupar las distintas franquicias. A diferencia de “Franchise Consulting” he decidido dividir las franquicias de restauración en cinco grandes grupos: Cafeterías, cervecerías, bares y tapas, fast food, heladerías-yogurterías y cocina regional-temáticos.

Respecto a esta clasificación conviene aclarar ciertos puntos: En primer lugar, dentro del grupo cafeterías se incluirán: panaderías con zona degustación, churrerías, dulcerías, teterías y creperías. En segundo lugar, dentro de fast food se incluyen: pizzerías, hamburgueserías, restaurantes de comida para llevar y kebab. El tercer lugar, dentro de cocina regional-temáticos se incluirán todo lo que se dedique a una temática en particular: japoneses, italianos, chinos, americanos y restaurantes genéricos que los consideraremos como cocina regional. Por último, dado el auge que han tenido las franquicias del formato yogurterías he decidido agruparlas con las heladerías aunque en las clasificaciones que han aparecido hasta ahora ni siquiera han sido mencionadas.

Cuadro 4. 3: Comparativa enseñas y establecimientos Canarias-España

	Establecimientos			Enseñas		
	España	Canarias	%	España	Canarias	%
Cafeterías	2740	56	2,04	127	20	15,75
Cervecerías, bares y tapas	2233	33	1,48	101	10	9,90
Cocina regional y temáticas	3924	17	0,43	132	10	7,58
Fast Food	2980	112	3,75	96	14	14,58
Heladerías y Yogurterías	1947	37	1,90	42	14	33,33
TOTAL	13824	255	1,84	498	68	13,65

Fuente: Elaboración propia

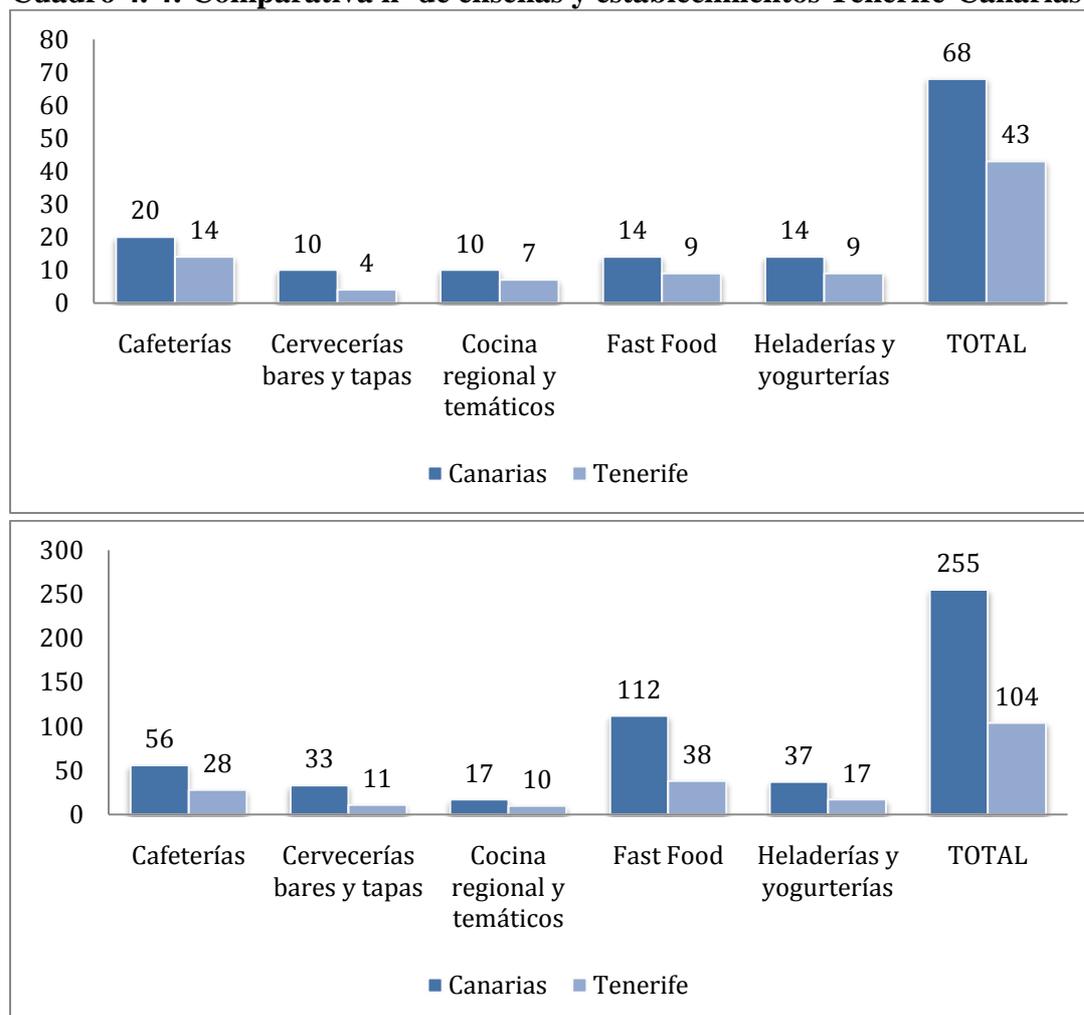
Tal y como comentamos en el gráfico anterior, Canarias no se puede considerar una comunidad autónoma en el que la franquicia este ampliamente desarrollada e implantada. Las cifras que se muestran en el gráfico anterior contribuyen a corroborar esta teoría.

En el número de enseñas nos encontramos claramente atrasados respecto a niveles que si se dan en el resto del país ya que sólo contamos con la presencia de un 13,65% de las enseñas que operan en España. Esto parece indicar que tan sólo ciertas franquicias bastante representativas del sector se “atreven” a implantarse en Canarias. Otra posible causa podría ser que el hecho de que en otras comunidades se produce creación de enseñas franquiciadoras en cambio en Canarias pocas se han atrevido a dar ese paso emprendedor. No podemos olvidar el hecho de que Canarias es un territorio de acceso ciertamente complejo, una vez que superamos la barrera de ser una región ultra periférica y la franquicia llega a las islas lo hace a las dos capitales principales: Tenerife y Gran Canaria. Pocas marcas se aventuran a expandirse al resto de islas, ya sea por la complejidad logística o porque simplemente no ven viabilidad. De este modo, las posibilidades expansionistas se reducen claramente. No obstante, olvidando estos primeros obstáculos, Canarias a priori es un territorio muy

llamativo para instalar un negocio de este tipo dadas las altas cifras turísticas que se concentran en ciertos puntos de las islas.

En cuanto a número de establecimientos se dan variaciones ya que las franquicias de fast food son las claras líderes con 112 establecimientos en las islas. Por tanto, a pesar de que hay menos enseñas de fast food que cafeterías, estas han logrado una expansión mayor con más locales por empresa. En segundo lugar situaríamos las cafeterías y a estas les seguirían heladerías y yogurterías, cervecerías, bares y tapas y por último las franquicias de cocina regional y temáticos, las cuáles tan sólo cuentan con 17 establecimientos en las islas respecto a los 3924 que podemos encontrar en todo el país.

Cuadro 4. 4: Comparativa nº de enseñas y establecimientos Tenerife-Canarias



Fuente: Elaboración propia

Una vez hemos comparado la presencia de franquicias de restauración por subsectores entre Canarias y España vamos a ver cuál es la situación dentro de Canarias, concretando algo más nuestro punto de análisis: Tenerife. Esto nos ayudará a comprender como se distribuye la franquicia de restauración en la zona y que subsectores tienen actualmente más desarrollo y cuáles menos. Información valiosa si decidiéramos abrir un establecimiento de este tipo.

Si comenzamos hablando del total, vemos que de las 68 enseñas presentes en las islas 43 se encuentran en Tenerife o lo que es lo mismo un 63%. Analizando por subsectores vemos que

en las cafeterías un 70% de las enseñas que se encuentran en las islas tienen presencia en Tenerife. En cervecerías y bares contamos con la presencia del 40%, en cocina regional y temáticos un 70% y en heladerías-yogurterías y fast food un 64%.

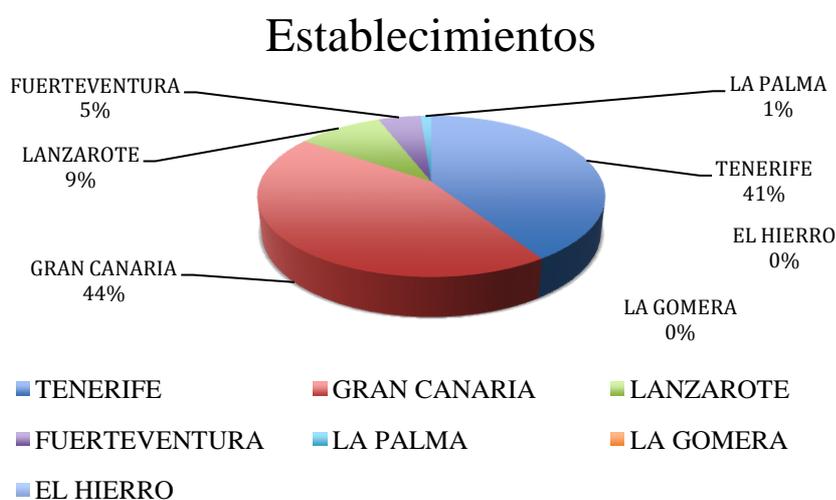
En cuanto al número de establecimientos, la dinámica continúa siendo similar. En total existen 255 establecimientos de franquicia de restauración en Canarias, lo cual implica que en Tenerife contamos con el 41,5% de todos los establecimientos presentes en Canarias. En Cafeterías, Tenerife concentra la mitad de establecimientos en las islas con un 50% de los mismos. En el resto de subsectores el porcentaje es inferior al 50%. Es destacable el poco peso que tienen los fast food respecto a los otros sectores ya que tan sólo un 34% de los existentes en las islas se sitúan en Tenerife.

Tenerife suma importantes porcentajes en el número de establecimientos. En algunos subsectores más de la mitad de las franquicias se encuentran en Tenerife y presumiblemente la mayor parte de la otra mitad se encuentra en la otra isla capitalina. Por tanto, tenemos dos grandes núcleos: Gran Canaria y Tenerife, aunque Fuerteventura y Lanzarote dada su importancia y crecimientos turístico también cuentan con un número importante de franquicias como veremos en el siguiente gráfico.

Dado que nuestro objeto de estudio es Tenerife, debemos concluir diciendo que en las islas tenemos varios casos de expansión: franquicias que se establecen en las dos islas casi simultáneamente, franquicias que sólo se expanden a una isla, suponemos que para ver la reacción del mercado, y algunos casos concretos que se instalan directamente en las islas menores.

En referencia al número de establecimientos, es bastante destacable el caso de las fast food, la situación parece revelarnos que el público tinerfeño no acoge a este subsector tan bien como la isla vecina. La base de datos elaborada, nos revela además que Fuerteventura y Lanzarote agrupan una cantidad considerable de estos establecimientos como veremos el gráficas posteriores.

Cuadro 4. 5: Distribución geográfica de establecimientos en Canarias



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. 6: Distribución geográfica de enseñas y establecimientos por subsectores en Canarias

ENSEÑAS	TF	GC	LZ	FTV	LP	LG	EH
Cafeterías	14	10	3	1	0	0	0
Cervecerías y bares	4	9	1	2	1	0	0
C.regional y temáticos	7	4	1	1	0	0	0
Fast food	9	10	7	5	1	0	0
Heladerías y yogurterías	9	7	5	3	0	0	0
TOTAL	43	40	17	11	2	0	0

ESTABLECIMIENTOS	TF	GC	LZ	FTV	LP	LG	EH
Cafeterías	28	24	3	1	0	0	0
Cervecerías y bares	11	18	1	2	1	0	0
C.regional y temáticos	10	5	1	1	0	0	0
Fast food	38	54	13	6	1	0	0
Heladerías y yogurterías	17	11	6	3	0	0	0
TOTAL	104	112	24	12	3	0	0

Fuente: elaboración propia

En general la isla con mayor porcentaje de establecimientos es Gran Canaria con un 44%, seguida de Tenerife con un 41%, esto, a pesar de que la segunda tiene un número mayor de enseñas. En siguiente lugar estaría Lanzarote con un 9% y Fuerteventura con un 5%, La Palma tan sólo cuenta con un 1%, conseguido muy recientemente con la instalación en la isla de ciertas enseñas. Las islas más pequeñas: El Hierro y La Gomera no cuentan con ningún establecimiento de franquicia de restauración.

En el cuadro 4.9 profundizamos aún más y, obviando los datos de Tenerife que ya fueron analizados en el gráfico 5.4, observamos que en Gran Canaria existen tres enseñas menos que en Tenerife. Si desglosamos esta cantidad observamos que tan sólo en cervecerías-bares y fast food se supera a Tenerife. Lanzarote cuenta con 17 enseñas, de las cuáles fast food y heladerías-yogurterías ocupan una cuota bastante significativa. En Fuerteventura, con un total de 11 enseñas, la situación es similar a Lanzarote. Por último, en La Palma existen sólo 2 enseñas, uno de fast food y una de la categoría cervecerías y bares.

En cuanto a establecimientos, Gran Canaria supera a Tenerife, esto se debe sobre todo a la notable desigualdad que existe en la categoría fast food, donde Gran Canaria tiene 16 establecimientos más que Tenerife, siendo la clara líder en Canarias en este subsector. Si comparamos los dos grandes núcleos: Tenerife y Gran Canaria, vemos que de los cinco subsectores descritos Tenerife se lleva el liderazgo en tres de ellos: Cafeterías, cocina regional y temáticos y heladerías-yogurterías. Sin embargo, la diferencia entre ambos en los fast food es determinante.

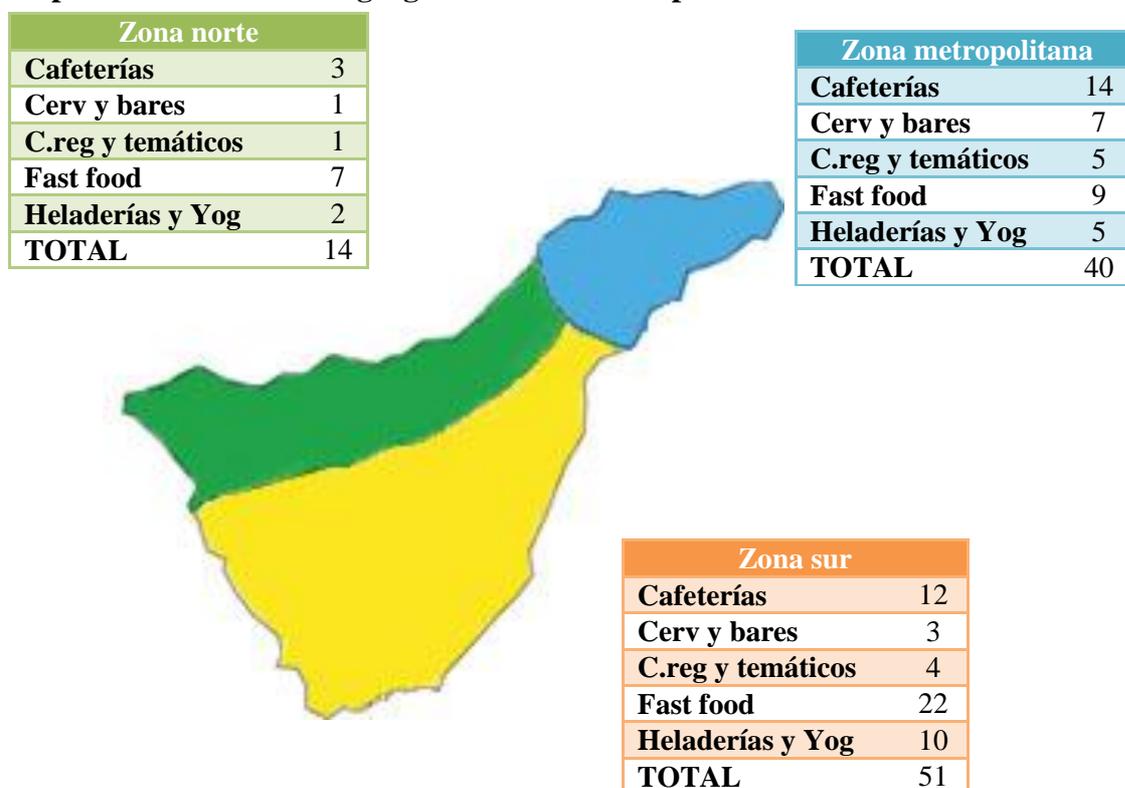
En las islas más orientales: Fuerteventura y Lanzarote, la segunda tienen una mayor expansión del sector con 24 establecimientos, esta cuantía es menos de una quinta parte de lo que encontramos en las islas capitalinas pero el doble de lo que existe en Fuerteventura. El fast food es el subsector con más expansión en las dos islas, en Lanzarote existen 13 establecimientos de este tipo y en Fuerteventura 5, lo cual supone aproximadamente la mitad de los establecimientos en ambas. Por último, La Palma supone un caso excepcional ya que

como menciona anteriormente su expansión está comenzando, actualmente sólo cuenta con 3 establecimientos.

La situación canaria muestra una clara concentración en las islas capitalinas, como ya comentamos anteriormente. Es posible que esta situación se deba a las dificultades que encuentran las enseñas para instalarse en las islas menores ya que logísticamente hablando es más complejo o que ni siquiera exista este planteamiento por considerar a estos destinos como no aptos.

La densidad de población para las enseñas franquiciadoras es uno de los indicadores principales a tener en cuenta cuando se decide instalar una franquicia. En el caso canario creo que este ha sido uno de los principales problemas ya que las enseñas se están centrando demasiado en este punto olvidando otras cuestiones como la competencia existente. Es cierto que visto desde el exterior podemos considerar que municipios como Santa Cruz de la Palma o Puerto del Rosario no cumplen con los requisitos necesarios para ser buenos emplazamientos. Sin embargo, si realizamos un análisis desde dentro, es decir, si realmente se conocen las islas nos damos cuenta que pueden llegar a ser nichos de mercado idóneos. Este problema se agudiza en las islas de El Hierro y La Gomera donde no existe ninguna franquicia. Teniendo en cuenta que El Hierro tiene una población de 10979 habitantes (según datos del INE en 2013) es comprensible que grandes franquicias no lo vean como un destino viable. Sin embargo, existen franquicias de costes más reducidos como puede ser el caso de las heladerías-yogurterías o algunos fast food que podrían ser buenas opciones y aunque tenga una población reducida sigue contando con un tránsito de población turística significativo. Esto es un ejemplo que también sirve para La Gomera, isla cuya población dobla la de El Hierro.

Mapa 4. 10: Distribución geográfica en Tenerife por zonas



Fuente: Elaboración propia

En este punto llegamos al análisis más minucioso que realizaremos en la investigación y consiste en analizar la distribución de establecimientos dentro de Tenerife con el fin de analizar qué zonas tienen un mayor peso en la franquicia y cuáles podrían ser emplazamientos adecuados para la instalación de una empresa de este tipo.

En primer lugar, es necesario puntualizar que con el objetivo de lograr un análisis más concreto hemos segmentado la isla en tres grandes zonas: Zona norte, sur y metropolitana. Consideramos que esta división es la que mejor se ajusta a las características sociales, económicas y culturales de cada zona.

Si tenemos que realizar un resumen descriptivo de cada una de las zonas sería el siguiente: La zona metropolitana es el centro neurálgico de la isla, la mayoría de grandes empresas tienen sus sedes en esta zona, demográficamente a pesar de que geográficamente es el ámbito más pequeño agrupa el 41,15%. Los municipios que componen esta zona son: La Laguna, Santa Cruz de Tenerife y Tegueste. Los dos primeros son los que más densidad de población tienen en toda la isla.

La zona sur es la zona más “nueva” de la isla ya que ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, sobre todo relacionado con el turismo: establecimientos hoteleros, apartamentos, centros comerciales, parques de atracciones, etc. Podemos afirmar que el crecimiento en los veinte años se ha concentrado en esta zona sobre todo es destacable el municipio de Arona, Adeje y San Miguel. Como vemos en el mapa la zona sur es muy extensa y agrupa un grupo numeroso de municipios: Adeje, Arafo, Arico, Arona, Candelaria, Fasnia, Granadilla de Abona, Guía de Isora, Güimar, El Rosario, San Miguel y Vilaflor de Chasna. A pesar de esto, demográficamente tan sólo cuenta con el 32% de la población de Tenerife. No obstante, este dato lo consideramos engañoso ya que forma parte de los datos proporcionados por el censo y en estos no se contempla la gran afluencia turística que tiene esta zona que no forma parte de la población.

En cuanto a la zona norte, ésta agrupa la mayoría de los primeros municipios en desarrollarse en la isla. Todavía la agricultura tiene cierto peso y también existen ciertos núcleos tradicionalmente turísticos como el Puerto de la Cruz. Demográficamente esta zona agrupa el 26,5% de la población y cuenta con los siguientes municipios: Buenavista del Norte, Garachico, La Guancha, Icod de los Vinos, La Matanza de Acentejo, La Orotava, Puerto de la Cruz, Realejo, San Juan de la Rambla, Santa Úrsula, Santiago del Teide, El Sauzal, Los Silos, Tacoronte, El Tanque, La Victoria de Acentejo.

La franquicia de restauración tiene un desarrollo desigual en las tres zonas. El sur de la isla es el que más establecimientos agrupa con 51 de ellos. Destaca sobre todo el subsector de fast food con 22 establecimientos, claramente más desarrollado en esta parte de la isla ya que en la metropolitana sólo existen 9 y en el norte 7. En heladerías y yogurterías también supera ampliamente a otras zonas ya que dobla el número de ellos en ambos casos.

La zona metropolitana cuenta con 5 y la norte con 2. En el resto de sub sectores la zona sur pierde posiciones respecto a la metropolitana, así es el caso de las cafeterías y cocina regional y temáticos donde la metropolitana tiene un establecimiento más y en cervecerías y bares donde tiene cuatro más. No obstante, el desequilibrio es tan elevado en los otros dos sectores que estas pequeñas diferencias no impiden que la zona sur cuente con un 25% más de establecimientos que la zona metropolitana.

En cuanto a la zona norte que hemos mantenido ajena a esta comparación, sus números distan mucho de las otras dos zonas, es claramente la zona con menos expansión franquiciadora. En total cuenta con 14 establecimientos de los cuáles hay tres cafeterías, una cervecería, bar, un cocina regional-temático, siete fast food y dos heladerías yogurterías. Además los datos de nuestra investigación nos revelan que la mayoría de estos establecimientos se encuentran en centros comerciales, los que no obedecen esta tendencia se ubican en la única zona turística del norte: El Puerto de la Cruz.

5 ANÁLISIS DAFO PARA TENERIFE

En este epígrafe realizaremos una simulación que nos muestra cuáles serían las ventajas e inconvenientes de instalar una franquicia de restauración en la isla por cada una de sus zonas relevantes: Zona norte, zona sur y zona metropolitana.

Articularemos esta simulación mediante un análisis DAFO elaborando un proyecto ficticio para cada una de las partes de la isla. Como sabemos, un DAFO se divide en un análisis interno, del cual obtenemos las fortalezas y debilidades, y un análisis externo, del cual obtenemos nuestras amenazas y oportunidades.

En este caso, como no contamos con una franquicia en concreto de la que obtener sus fortalezas y debilidades internas realizaremos esta parte haciendo referencia a la franquicia en general, centrándonos en cuáles serían las fortalezas y debilidades de la misma. De esta forma, estos apartados se repetirán para los tres análisis ya que las fortalezas y debilidades de la franquicia son las mismas independientemente de la zona. En el análisis externo, si profundizaremos en las amenazas y oportunidades que ofrece cada zona en concreto.

5.1 TENERIFE NORTE

Gráfico 5. 1: DAFO para Tenerife norte

DAFO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> -Creación de empresas estables. -Rapidez de crecimiento. -Riesgo comercial más bajo por optar por un modelo ya probado y exitoso. -Gestión del punto de venta optima. -Marketing y publicidad. -Exclusividad de territorio (no siempre). -Reconocimiento por parte de consumidores de otros lugares, incluso a nivel mundial en algunos casos. -Garantía de obtener el mismo producto y servicio gracias al know how. 	<ul style="list-style-type: none"> -Altos costes iniciales: Derechos de entrada. -Pago de royalties -Numerosas directrices de ubicación, medidas local, material, etc. -Margen de actuación limitado. -Directrices impuestas. -Método estandarizado que en ocasiones no se ajusta al mercado en el que se opera -Vinculación al éxito del franquiciador y demás franquiciados.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Potencial del turismo alternativo (cultural, deportivo, de naturaleza, rural, 	<ul style="list-style-type: none"> -Situación económica actual -Elevada competencia de establecimientos

etc.)	no-franquicia
-Alta riqueza natural, baja contaminación, pueblos conservados.	-Competencia con precios más competitivos.
- Mercado poco explotado por las franquicias de restauración, capacidad de crecimiento.	-Sector turístico en decadencia el favor de la zona sur.
-Núcleos poblacionales con potencial turístico sin explotar	-Zona turística y de ocio nocturno concentrada en un solo municipio
-Zonas comerciales concentradas normalmente en centros comerciales.	-Infraestructuras hoteleras anticuadas
-Alquileres más bajos en zonas comerciales abiertas.	- Escasas infraestructuras de transporte
-Mayor probabilidad de encontrar nichos de mercado	-Consumidores más conservadores
	-Núcleos de población dispersos y en algunos casos poco poblados
	-Ausencia de zonas comerciales abiertas con éxito

Fuente: Elaboración propia

Para comenzar, explicaré las fortalezas y debilidades de la franquicia, que como comenté anteriormente serán comunes a todas las zonas.

La franquicia es un formato empresarial que cuenta con numerosas fortalezas. En primer lugar, permite la creación de empresas estables ya que cuando se decide abrir una franquicia optamos por un negocio ya contrastado que tiene éxito en otras partes del país o del mundo. Por lo general, cuando optamos por el modelo franquicia asumimos un negocio con menos riesgo que uno tradicional y teóricamente con garantías de lograr un crecimiento rápido ya que la idea es que adoptas un negocio ya en funcionamiento. Aunque literalmente abres un negocio nuevo en la zona y tienes que conseguir tus clientes locales, etc. Cuentas con una ventaja significativa sobre otros comercios tradicionales y es que gracias al know how y a las políticas de marketing y publicidad que llevan a cabo las enseñas, muchos consumidores conocerán el negocio e incluso habrán probado el producto y servicio, antes que se inaugure el nuevo local.

En segundo lugar y sobre todo orientado a emprendedores, la franquicia te da un negocio ya hecho con numerosos “extras” que ya vienen configurados: como por ejemplo la gestión en el punto de venta, el ya mencionado know how, que para muchos nuevos empresarios supone una gran ayuda. Por último, uno de los puntos más característicos de la franquicia es la exclusividad de territorio la cuál consideramos una gran fortaleza ya que gracias a esta cláusula tenemos la garantía de no tener competencia de la misma empresa cerca de nuestro negocio. He de comentar que no en todas las enseñas se garantiza esta fórmula. Lógicamente, aquellas empresas que no concedan esta garantía tendrían una gran debilidad, ya que otro empresario tendría la posibilidad de abrir un establecimiento contra el cuál no puedes competir porque no existe diferenciación posible.

Por otro lado, consideramos que una de las principales debilidades de la franquicia es su coste, evidentemente es un formato muy atractivo por todas las garantías que ofrece. Sin embargo, no todas las enseñas son igual de exitosas, incluso algunas sólo cuentan con uno o dos locales en todo un país, por lo que no es tan probable que se produzca esa identificación y éxito contrastado que se busca. No obstante, adquirir la “idea” suele contener altos derechos de entrada aparte de los propios de la instalación con las directrices exactas que se proponen.

Además, siempre va a existir el pago de royalties que puede depender de la cifra de negocios o ser una cuantía fija.

Por otra parte, cuando negocias con una enseña franquiciadora te comprometes a obedecer todas las directrices de ubicación, medidas del local, material, diseño, materias primas y precios, lo cual a veces proporciona un margen de actuación totalmente limitado. En ocasiones, el franquiciado puede desear proponer mejoras para su local dadas las características concretas de la población a la que se dirige y no es posible ya que existe un método totalmente estandarizado.

Por último, no podemos olvidar que formamos parte de una red empresarial y que aunque no podemos decidir sobre ella estamos bajo su influencia directa. Si el restaurante de la franquicia “x” es acusado de cualquier irregularidad o si simplemente no ejecuta las directrices de la franquicia adecuadamente y su comida o servicio es de mala calidad, todas las unidades de franquicia se verán implicadas porque forman parte de una imagen común.

La segunda parte de nuestro análisis trata de ver cuáles serían las amenazas y oportunidades que se nos presentarían en cada zona de análisis.

El norte de Tenerife es la zona más “verde” de la isla, posee una gran riqueza natural y paisajística que es fácilmente explotable turísticamente hablando. El turismo de las islas canarias se ha enfocado tradicionalmente en lo que se considera turismo de sol y playa, para esta modalidad el sur de la isla es más apto sobre todo teniendo en cuenta las condiciones meteorológicas. A pesar de esta última evidencia, el norte fue la primera potencia turística en la isla con el desarrollo del municipio de El Puerto de La Cruz, que ha sido siempre la locomotora turística de la zona. Sin embargo, en los últimos años este municipio ha visto como pierde muchos consumidores debido a este auge de la zona sur y al propio deterioro de las infraestructuras, entre ellas las hoteleras, a las cuáles no se les ha dado una renovación adecuada.

Retomar el liderazgo de la zona norte como destino de sol y playa se antoja bastante improbable pero esto no cambia el hecho de que esta localización tiene un alto potencial que sería fácilmente explotable con formas de turismo alternativo. Algunas de ellas podrían ser: turismo cultural, deportivo, de naturaleza, rural, etc. Aunque no podamos olvidarnos de ese turismo tradicional, porque las islas tienen la configuración perfecta para ser líderes en este campo, cualquiera de estas alternativas podría proporcionarnos diversificación turística y diferenciación ya que en cierto modo nos convertiríamos en un destino multi-turístico.

Como mencionamos antes, el Puerto de La Cruz ha sido siempre la zona turística y de ocio nocturno por excelencia en el norte, esta concentración ha dejado de lado a muchos municipios o localizaciones que tienen un gran potencial turístico que no se ha sabido aprovechar. Estas zonas con potencial podrían ser nichos de mercado en los que estas franquicias podrían instalarse.

El norte de Tenerife cuenta con múltiples zonas comerciales ya que la mayoría de los municipios cuentan con su propia zona comercial abierta con alquileres más baratos que en otras partes de la isla. No obstante, creo que existe un problema de dimensión ya que estas zonas comerciales no tienen el éxito de sus análogas en La Laguna o Santa Cruz. Cuando hablo de dimensión me refiero sobre todo a densidad de población, muchas franquicias tienen estipulado en sus requisitos que sólo puede solicitarse instalar esta franquicia en poblaciones con cierto número de habitantes.

Tenerife se caracteriza por contar con núcleos de población dispersos y en algunos casos poco poblados, que no cumplen con estos requisitos y algunos sin embargo serían buenos candidatos a la instalación de una franquicia. Además las zonas comerciales abiertas se componen mayoritariamente de negocios muy tradicionales sin ningún tipo de innovación, por lo que la franquicia adecuada podría contar con una gran oportunidad.

Actualmente, el modelo comercial de éxito en esta zona es el centro comercial, donde se agrupan la mayoría de las escasas franquicias de la zona con alquileres evidentemente más elevados. A todo esto tenemos que sumarle que las infraestructuras de transporte en esta zona de la isla no están tan optimizadas como en otras zonas. El servicio de guaguas no funciona correctamente, las estaciones están en mal estado, las zonas comerciales abiertas no cuentan con aparcamientos e incluso en cuanto a carreteras estamos peor comunicados que en el sur o el la metropolitana, esto evidentemente afecta al turismo y a la propia población a la hora de desplazarse.

Si hablamos en particular de los consumidores, descontando donde existe gran afluencia turística, éstos son en general más conservadores que en otras zonas. Con esto me refiero a que existe una alta tasa de la misma que no conoce las enseñanzas de franquicia que se instalan en la zona y por tanto, no existe el efecto reconocimiento y cuesta más penetrar en el mercado. Con esto, la población de esta zona sigue confiando más en los establecimientos tradicionales que son mayoría en esta zona y además suelen ofrecer precios más económicos, aunque no siempre. Aunque probablemente porque no existen alternativas competitivas y cercanas.

Por último y muy importante, la situación económica actual es una de las amenazas más significativas a la que se enfrenta cualquier empresa de cualquier sector y es un factor a tener en cuenta.

5.2 TENERIFE SUR

Gráfico 5. 2: DAFO para Tenerife sur

DAFO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> -Creación de empresas estables -Rapidez de crecimiento -Riesgo comercial más bajo por optar por un modelo ya probado y exitoso -Gestión del punto de venta optima -Marketing y publicidad -Exclusividad de territorio (no siempre) -Reconocimiento por parte de consumidores de otros lugares, incluso a nivel mundial en algunos casos. -Garantía de obtener el mismo producto y servicio gracias al know how. 	<ul style="list-style-type: none"> -Altos costes iniciales: Derechos de entrada -Pago de royalties -Numerosas directrices de ubicación, medidas local, material, etc. -Margen de actuación limitado -Directrices impuestas -Método estandarizado que en ocasiones no se ajusta al mercado en el que se opera -Vinculación al éxito del franquiciador y demás franquiciados.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Zona líder en el sector turístico -La alta presencia de extranjeros facilita el reconocimiento de las franquicias. 	<ul style="list-style-type: none"> -Situación económica actual -Alta competencia de empresas de restauración no franquicias aunque no tan

-Meteorología favorable, temperatura agradable durante todo el año.	elevada como en el norte
-Múltiples zonas turísticas de ocio, playa, etc. repartidas por varias zonas y diferentes municipios en el sur	-Competencia con precios mayoritariamente más competitivos.
-Mayor número de Centros comerciales y zonas abiertas adecuadas para la instalación de la franquicia	-Alta presencia de franquicias de restauración
-Infraestructuras turísticas modernas	-Más difícil lograr cuota de mercado
	-Mayor sensibilidad a las tasas turísticas
	-Zonas exclusivamente turísticas

Fuente: Elaboración propia

La zona sur cuenta con una ventaja importante respecto a las otras dos zonas y es su meteorología, que es más favorable ya que la temperatura es agradable durante todo el año.

Por otra parte, esta zona ha contado con un desarrollo en infraestructuras importante en los últimos veinte años, tal que actualmente concentra la mayoría y más modernizados hoteles de la isla, grandes centros comerciales, zonas comerciales abiertas, zonas de ocio, parques temáticos e innumerables playas totalmente adaptadas a las necesidades turísticas. Todo esto ha propiciado que actualmente sea la zona líder en el sector turístico y cuando hablamos de zona no entendemos un solo núcleo, como si ocurre en la zona norte, sino que esta actividad se divide en varias zonas y diferentes municipios del sur. Este alto número de centros comerciales y zonas abiertas con bastante afluencia propician entornos bastante atractivos para la instalación de franquicias de restauración. Además, la alta presencia de extranjeros facilita el reconocimiento de las franquicias ya que muchos de ellos contarán con sus equivalentes en sus países de origen.

Por tanto, todo esto convierte a la zona sur en idónea para localizar una franquicia de restauración aunque también existen ciertas amenazas, la más relevante es la competencia.

La zona sur cuenta con muchas posibilidades para la instalación de la franquicia, no ocurre como en el norte donde exceptuando una o dos zonas no existen zonas con éxito garantizado. En esta zona, además de la competencia tradicional si existe representación de muchas franquicias de éxito y por tanto es más difícil lograr cuota de mercado. El público turístico puede que no sea tan sensible a los precios, sin embargo, la competencia tradicional sigue siendo una amenaza en este sentido ya que sus precios son generalmente menores.

Por otra parte, en esta zona de la isla hay lugares que podríamos categorizarlas como exclusivamente turísticas, situación que no se da en otras partes porque en mayor o menor medida se combina población local y turística. Esto yo lo considero un arma de doble filo, para muchos puede ser una gran ventaja pero también tenemos que apreciar que la ausencia casi total de población local implica una sensibilidad extrema a la situación turística. Si por alguna razón cayera el turismo en la isla, todos los negocios que existen en estas zonas cerrarían porque simplemente no tendrían mercado.

En esta zona una posible amenaza podría ser el modelo turístico por el que se ha apostado: turismo de sol y playa. Esta alta especialización conlleva una dependencia que considero un riesgo ante posibles contingencias.

Por último, como franquicia de restauración el modelo de todo incluido con el que muchos turistas vienen a la isla es una clara amenaza para algunos subsectores de la restauración y esto es inevitable con el formato turístico predominante.

5.3 TENERIFE ZONA METROPOLITANA

Gráfico 5. 3: DAFO para Tenerife zona metropolitana

DAFO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> -Creación de empresas estables -Rapidez de crecimiento -Riesgo comercial más bajo por optar por un modelo ya probado y exitoso -Gestión del punto de venta optima -Marketing y publicidad -Exclusividad de territorio (no siempre) -Reconocimiento por parte de consumidores de otros lugares, incluso a nivel mundial en algunos casos. -Garantía de obtener el mismo producto y servicio gracias al know how. 	<ul style="list-style-type: none"> -Altos costes iniciales: Derechos de entrada -Pago de royalties -Numerosas directrices de ubicación, medidas local, material, etc. -Margen de actuación limitado -Directrices impuestas -Método estandarizado que en ocasiones no se ajusta al mercado en el que se opera -Vinculación al éxito del franquiciador y demás franquiciados.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Densidad de población más elevada de la isla -Centro económico y empresarial de la isla -Existencias de zonas comerciales abiertas bastante activas y transitadas -Presencia de múltiples centros comerciales -Cultura del ocio más desarrollada -En ciertas zonas gran concentración de menores de 30 años (zona universitaria), estrato de población especialmente receptivo a las franquicias. -Infraestructuras de transporte más desarrolladas -Turismo de cruceros 	<ul style="list-style-type: none"> -Situación económica actual -Alta presencia de restauración no-franquicia -Competencia con precios más competitivos. -Alta presencia de franquicias de restauración -Alquileres elevados -Espacio limitado -Sector turístico no tan desarrollado como en las otras zonas -Pocas infraestructuras hoteleras

Fuente: Elaboración propia

En la zona metropolitana la situación es distinta a las otras dos zonas, no tiene tanta riqueza natural como el norte y tampoco es una potencia turística como en el sur. Su baza más importante es la densidad de población, como dijimos en otro punto concentra más del 40% de la población de la isla y este factor es muy atractivo para las franquicias.

La zona metropolitana es además el centro económico y empresarial de la isla, se concentran la mayoría de las centrales de las grandes empresas y concentra varios polígonos industriales importantes.

En cuanto a lo comercial, la zona agrupa dos grandes zonas comerciales abiertas exitosas, bastante activas y transitadas donde los alquileres son elevados y hay una considerable cantidad de franquicias de todo tipo. Por otra parte, también existen varios centros comerciales, no todos ellos con éxito ya que se ha producido un cierto descontrol en la construcción de los mismo. Respecto a esto último, esta zona concentra mucha población pero en poco espacio y esto implica que aunque haya mercado teóricamente para absorber las numerosas zonas comerciales que se han construido, lo cierto es que geográficamente no existe espacio para contener esas zonas sin que se estorben y se “coman” unas a otras. Esta situación se ve claramente en el centro de Santa Cruz.

La mayoría de los consumidores optamos por una zona comercial tipo centro comercial debido a la cercanía, esto en la metropolitana no se produce y entonces entran en juego otros aspectos como los servicios adicionales que podamos obtener, que zona comercial agrupa más establecimientos de nuestro interés o simple preferencia personal.

Por otra parte, esta zona agrupa una alta cantidad de establecimientos de restauración tanto franquicias como no. Las zonas de terrazas son una constante y tenemos que tener muy en cuenta que muchas veces los no-franquicia ofrecen precios más competitivos.

En esta zona, no se aglutina el turismo típico del resto de la isla, tampoco es una zona eminentemente turística pero si existen ciertas cuotas de turismo alternativo que nos muestran que la diversificación es posible. En Santa Cruz se está tratando de fomentar el turismo de cruceros. En San Cristóbal de La Laguna existe una fuente de turismo cultural bastante importante. Estos dos casos son para una posible franquicia de restauración una oportunidad, a esto le sumamos que los dos grandes núcleos metropolitanos están unidos por una infraestructura de transporte, como es el tranvía, que interconecta ambas ciudades haciéndola una sola.

En cuanto a las características de la población, en general existe una población local con una cultura del ocio más desarrollada, si bien es cierto que actualmente esta población tiene a su disposición más fuentes de ocio cercanas que un ciudadano del norte de Tenerife.

Por otra parte, existe una oportunidad que no se presenta en ninguna otra zona y es la alta presencia del estrato de población menor de 30 años ya que en esta zona está instalado el campus universitario. Este estrato es actualmente receptivo a las franquicias ya que es una generación ya globalizada, en contacto permanente a través de las redes sociales. Internet hace que conozcas una franquicia sin que necesariamente la hayas visto personalmente, esto puede producirse a través de publicidad en las redes sociales, series extranjeras, películas, etc.

Por último, y como ya comente en la zona norte la situación económica es un elemento a tener en cuenta, quizás la zona que más permanece ajena en cierto modo a esto es la zona sur porque el consumidor tipo es una persona que está de viaje y que tiene poder adquisitivo. Para el resto, es una amenaza aún más importante.

6 CONCLUSIONES

España es un país no maduro en cuanto a franquicia se refiere, hemos visto que existe una distribución desigual en instalación de este formato a lo largo del país. Algunas comunidades como: Comunidad de Madrid o Cataluña, agrupan gran cantidad de enseñas y establecimientos mientras que otras como la que centra nuestro estudio: Canarias, son poco relevantes en este sentido.

La falta de expansión de las enseñas franquiciadoras es una realidad. Contamos con la presencia en nuestro país de muchas enseñas pero un alto porcentaje de ellas no supera los cinco establecimientos. Este patrón lo observamos en franquicias extranjeras y en mayor medida en franquicias españolas. Respecto a esto, una cuestión muy relevante es la creación de franquicias propias. Los países maduros en el sector son capaces de crear franquicias, expandirlas en su mercado y por último instalarlas en otros países. Realmente ese es el espíritu de la franquicia, lograr la expansión a gran escala.

Una franquicia debería ser un negocio innovador, de calidad y ante todo muy exitoso. Se tiende a pensar que todo tipo de establecimiento de restauración es franquiciable y en teoría sí, pero en la práctica no. Si no se ofrece nada que marque la diferencia respecto a un establecimiento tradicional, no merece la pena el pago del canon de entrada. Es más, ni siquiera existirá un know how firme sobre el que vender nuestra idea. En España abundan estos casos, hay muchos establecimientos de restauración que aparecen en las guías de franquicias y sólo cuentan con un local. Cuando investigamos de qué tipo de negocio se trata vemos que no ofrece nada atractivo que puedan tentar a un inversor a optar por franquiciar.

Un ejemplo claro de lo que significaría crear una idea de negocio de éxito franquiciable y exportable lo encontramos en Cervecería cien montaditos, este es un concepto innovador aunque conserva ciertas señas de identidad de la cultura española. Con esto no pretendo generalizar, hay muchas formulas posibles. Otra posible opción sería una franquicia inspirada en la gastronomía española pero con ciertos elementos diferenciadores.

Las Islas Canarias además de todo lo anterior se enfrenta a otras adversidades. La distribución desigual en las islas se magnifica llegando a la situación de existir islas en las no hay una sola franquicia de restauración. Las islas menores son actualmente nichos de mercado en donde instalar cualquier tipo de franquicia. Fuerteventura y Lanzarote tienen un potencial turístico elevado y aún la presencia de franquicias de restauración es limitada. La Palma ya ha comenzado su incursión en la franquicia de la mano de McDonald y Cervecería La Sureña, aún puede abarcar la instalación de muchas más enseñas en otros municipios y de otros subtipos.

Hay zonas que se menosprecian por su volumen de población. En la cuestión isleña los inversores deberían analizar más concretamente cómo es el posible emplazamiento y no descartarlo sistemáticamente por sus cifras de población. Tenemos que tener en cuenta que en estos lugares existe un mercado que sólo tiene acceso al establecimiento típico, no existe nada innovador y por tanto cualquier franquicia podría ser un completo revulsivo

Por otra parte, las franquicias se concentran en puntos muy concretos: ciertos municipios y centros comerciales. La instalación en centros comerciales se sobrevalora mucho en las islas. Es evidente que siempre en esos emplazamientos se disfrutara de mucho tránsito de personas.

Sin embargo, en el caso concreto de los establecimientos de restauración es posible que la mayoría de sus subgrupos tuvieran más mercado potencial en ciertas zonas abiertas.

Comentamos antes que la creación de franquicias propias es una tarea pendiente para toda España y Canarias no escapa a esto. En Canarias ni siquiera existe esa creación poco innovadora que se da en el resto del país, casi no hay franquicias de creación canaria. Por tanto, del mismo modo que una franquicia de gastronomía española podría dar buenos resultados, una franquicia de comida canaria también podría configurar una idea muy creativa. La cuestión es sobre todo pensar con un punto de mira amplio e imaginar una idea que sea adaptable a muchos lugares.

En Canarias hasta ahora hemos resaltado las posibilidades de las islas menores pero las capitalinas también tienen capacidad de crecimiento. En concreto Tenerife, que es la isla que ha centrado nuestro estudio, vistas las oportunidades y amenazas que gracias al DAFO hemos analizado para las distintas zonas de la isla. Podemos concretar que hay muchos factores a favor de la franquicia en la isla.

La zona Tenerife norte es un mercado poco explotado por las franquicias de restauración, con una alta capacidad de crecimiento si se consiguiera poner solución a ciertos problemas “estructurales” que tiene la zona como por ejemplo: la renovación de las infraestructuras, la diversificación turística y la apuesta por más municipios como zonas turísticas, comerciales y de ocio. Esa renovación turística que revitalice la zona en general y genere flujo turístico por otros municipios y zonas, constituiría un impulso a la inversión y quizás las franquicias de restauración estarían más dispuestas a asentarse en lugares urbanos o incluso rurales de esta zona.

En la zona sur, existe dependencia turística pero por ahora existe un sector sólido que constituye un argumento firme para aquellos que se plantean la apertura de un local. El sur se confirma como la zona con más penetración por parte de la franquicia de restauración, aún así, como vimos en el desarrollo de la investigación estamos muy lejos de los números presentes en muchas comunidades autónomas lo que nos revela que la expansión tiene cabida también en esta zona. Un ejemplo podría ser el siguiente: la zona sur se está transformando en la más importante en ocio nocturno de la isla y sin embargo todavía no se han instalado franquicias internacionales reconocidas orientadas a este tipo de restauración.

La zona metropolitana con sus zonas comerciales abiertas en este momento es la zona con más demanda para la apertura de establecimientos de restauración ya sean franquicia o no. Esto por otra parte está ocasionando cierta sobre-oferta y la competencia es elevada. Del mismo modo que para la zona sur las posibilidades siguen existiendo para ésta la situación es semejante. Salvando esa alta competencia, sus características hacen a esta zona un lugar ideal para cualquier tipo de franquicia de restauración competitiva.

Por tanto, cualquier inversor extranjero o español tendría múltiples posibilidades para instalar una franquicia de restauración en Tenerife. La falta de expansión es una evidencia que deja tras de sí muchos nichos de mercado tanto a corto como a medio plazo.

7 BIBLIOGRAFÍA

Libros, artículos e informes:

- Federación Española de Hostelería (2013). *Los sectores de la hostelería en 2012*. Madrid: Fundación hostelería de España.
- Miquel, S., Parra, F. y Miquel, M.J. (1999). *Distribución comercial*. Madrid: Esic editorial.
- Resa, S (2011). *Franquicias para comer*. Distribución y Consumo, 40-43.
- Santesmases, M. (2012). *Marketing, conceptos y estrategias*. Madrid: Ediciones pirámide.
- Tormo franchise consulting (2014). *Informe de la franquicia 2014*. Madrid

Páginas web:

<http://www.ine.es>

<http://www.datosmacro.com>

<http://www.tormo.com>

<http://www.infofranquicias.com>

<http://www.tormofranchise.com>

<http://www.fehr.es>

ANEXO

FRANQUICIA	SUBTIPO	ESPAÑA	CANARIAS	TFE	G.C	LZT	FTV	LPA	LG	EH
Antonia Butrón	Cafeterías	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Área Café	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Aromas de Dakar	Cafeterías	7	1	1	-	-	-	-	-	-
Braguetelle	Cafeterías	140	0	-	-	-	-	-	-	-
Banette	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Bracafé	Cafeterías	39	0	-	-	-	-	-	-	-
Bread House	Cafeterías	140	0	-	-	-	-	-	-	-
Bubba Mr	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
B´art	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Cacao Sampaka	Cafeterías	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Café Andino	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Café & Tapas	Cafeterías	1	1	1	-	-	-	-	-	-
Café Cinema	Cafeterías	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Café de Indias Coffe Shop	Cafeterías	18	0	-	-	-	-	-	-	-
Café del Mar	Cafeterías	10	1	-	-	1	-	-	-	-
Café del Mercado	Cafeterías	15	0	-	-	-	-	-	-	-
Caffé di Fiore	Cafeterías	17	1	-	-	-	1	-	-	-
Café Glacé	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Café Melbourne	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Cafés La Mexicana	Cafeterías	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Cafetal Club	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Café&Té	Cafeterías	169	3	1	2	-	-	-	-	-
Caffe Pascucci Shop	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Capuccino Grand Café	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-

Charleston by Salzillo Tea and Coffee	Cafeterías	14	0	-	-	-	-	-	-	-
Charlotte	Cafeterías	35	1	1	-	-	-	-	-	-
Chill Out Tea	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Chocky Churro	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Chocova	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Churrería siglo XIX	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Club del Café Novell	Cafeterías	25	0	-	-	-	-	-	-	-
Cosechas de altura	Cafeterías	1	1	-	1	-	-	-	-	-
Costa Coffe	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Coffe House	Cafeterías	13	0	-	-	-	-	-	-	-
Crêperia	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Creperie Bretonne Annaick	Cafeterías	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Creperia del mar	Cafeterías	14	0	-	-	-	-	-	-	-
Creperia la Boheme	Cafeterías	4	4	4	-	-	-	-	-	-
Croissanterie Mallorca	Cafeterías	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Del Mercado Coffe House	Cafeterías	13	0	-	-	-	-	-	-	-
Disco Pub Amara	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Disfruta	Cafeterías	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Dona Vaniri	Cafeterías	49	0	-	-	-	-	-	-	-
Doopies and Coffe	Cafeterías	17	3	2	-	1	-	-	-	-
Dunkin´Coffee	Cafeterías	32	0	-	-	-	-	-	-	-
Eh Voilà!	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
El Bambero	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
El café de Camilo	Cafeterías	11	0	-	-	-	-	-	-	-

El Café del Poble	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
El Molí Vell	Cafeterías	178	0	-	-	-	-	-	-	-
El Templo del Café	Cafeterías	15	0	-	-	-	-	-	-	-
El Tren Coffee SHOP	Cafeterías	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Espression lavazza	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Espresso Republic	Cafeterías	14	0	-	-	-	-	-	-	-
El Tren Coffe Shop	Cafeterías	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Expressate	Cafeterías	11	1	1	-	-	-	-	-	-
Faborit Coffe Shop	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Ferrocarril 1870	Cafeterías	16	0	-	-	-	-	-	-	-
Fluch Café	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Fortaleza	Cafeterías	17	0	-	-	-	-	-	-	-
Fran Minibar.es	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Fresh & Ready	Cafeterías	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Galera Sport Café	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Gran Café Siglo XIX	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Godiva Berigium S.A	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Golden Cupcake	Cafeterías	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Good You	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Granier	Cafeterías	163	10	2	8	-	-	-	-	-
Happy Factory	Cafeterías	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Hard Rock Café	Cafeterías	6	1	1	-	-	-	-	-	-
Hogar Dulce Hogar	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Horno Sanbrandan	Cafeterías	48	0	-	-	-	-	-	-	-
Horno Santa Eulalia	Cafeterías	49	0	-	-	-	-	-	-	-

Il Caffè di Roma	Cafeterías	50	2	1	-	1	-	-	-	-
Infragantea	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Ingredients: Café	Cafeterías	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Jamaica Coffee Shop	Cafeterías	125	3	1	2	-	-	-	-	-
Juicy Avenue	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Khenyan Classic Coffe	Cafeterías	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Kroxan	Cafeterías	29	0	-	-	-	-	-	-	-
La Baguetina Catalana	Cafeterías	20	0	-	-	-	-	-	-	-
La Casa del Chocolate	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
La Ilíada	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Le Pain Quotidien	Cafeterías	5	0	-	-	-	-	-	-	-
London Café	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Loops & coffe	Cafeterías	15	0	-	-	-	-	-	-	-
L´aroma	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Mokalia	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Moopis & Coffee	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Muerte por Chocolate	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
My Crepe	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Nanai	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Nata Lisboa	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Noche y día	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Nurielle	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Oh Delicious & Coffe	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Original Bagel Café	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
O Rei Das Tartas	Cafeterías	18	0	-	-	-	-	-	-	-

Overpani	Cafeterías	97	0	-	-	-	-	-	-	-
Panignacio	Cafeterías	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Panaria	Cafeterías	35	9	5	4	-	-	-	-	-
Panaderías Calentito	Cafeterías	164	0	-	-	-	-	-	-	-
Panishop	Cafeterías	24	0	-	-	-	-	-	-	-
Pannus	Cafeterías	73	0	-	-	-	-	-	-	-
Papaxoc	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Peter´s Coffees & Hamburguers	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Petit Plaisir	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Plantaciones de origen	Cafeterías	57	2	1	1	-	-	-	-	-
Primer Express	Cafeterías	29	0	-	-	-	-	-	-	-
Próxima	Cafeterías	30	0	-	-	-	-	-	-	-
Real Espresso	Cafeterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Rodilla	Cafeterías	97	0	-	-	-	-	-	-	-
Rosco	Cafeterías	2	2	0	2	-	-	-	-	-
Roscoking	Cafeterías	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Saboreaté y café	Cafeterías	32	0	-	-	-	-	-	-	-
Segafredo Zanetti Espresso	Cafeterías	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Sports Café	Cafeterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Starbucks	Cafeterías	81	1	0	1	-	-	-	-	-
Stracto Experience	Cafeterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Subway	Cafeterías	52	8	6	2	-	-	-	-	-
Tea & Coffe Pot	Cafeterías	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Tea Shop of East West Company	Cafeterías	35	0	-	-	-	-	-	-	-
Top ten coffee & shop	Cafeterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-

Valor Chocolaterías	Cafeterías	27	0	-	-	-	-	-	-	-
Viena Capellanes	Cafeterías	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Wowble!	Cafeterías	4	1	0	1	-	-	-	-	-
Aquí Teruel	Cervecerías, bares y tapas	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Barra de Pintxos	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Barrio Bar	Cervecerías, bares y tapas	47	0	-	-	-	-	-	-	-
Beer Station	Cervecerías, bares y tapas	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Bicibirra	Cervecerías, bares y tapas	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Bierwinkel	Cervecerías, bares y tapas	21	0	-	-	-	-	-	-	-
Bocaditos y Tapas Co.	Cervecerías, bares y tapas	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodega La Fuente	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodegas Galiana	Cervecerías, bares y tapas	25	1	1	-	-	-	-	-	-
Bodeguilla Los Rotos	Cervecerías, bares y tapas	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Brasería Los Duendes	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Cañas y tapas	Cervecerías, bares y tapas	102	1	-	1	-	-	-	-	-
Casa Gilda	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Casa Ibercus & Cía	Cervecerías, bares y tapas	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Cervecería 100 Montaditos	Cervecerías, bares y tapas	205	10	5	5	-	-	-	-	-
Cervecerías El Manicomio	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Cervecería La Amstelería	Cervecerías, bares y tapas	18	0	-	-	-	-	-	-	-
Cervecería La Sureña	Cervecerías, bares y tapas	100	6	3	2	-	-	1	-	-
Cervecería Cruz Blanca	Cervecerías, bares y tapas	75	0	-	-	-	-	-	-	-
Cervecería Gambrinus	Cervecerías, bares y tapas	190	5	-	3	1	1	-	-	-
Cervecería-Restaurante La Madrileña	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-

Chefbuffet	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Coren Grill	Cervecerías, bares y tapas	42	0	-	-	-	-	-	-	-
Dehesa Santa maría	Cervecerías, bares y tapas	76	2	-	1	-	1	-	-	-
Dehesa y Mantel	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Delicatum Tabernas Gourmet	Cervecerías, bares y tapas	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Disco-Pub Amara	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Don Cammillo E Peppone	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Doñana Tapas	Cervecerías, bares y tapas	17	0	-	-	-	-	-	-	-
Drunken Duck	Cervecerías, bares y tapas	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Dublin House	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Enrique Tomás	Cervecerías, bares y tapas	37	0	-	-	-	-	-	-	-
Entretapas y Vinos	Cervecerías, bares y tapas	10	0	-	-	-	-	-	-	-
El Barril del Tapeo	Cervecerías, bares y tapas	17	0	-	-	-	-	-	-	-
El Colmadito	Cervecerías, bares y tapas	5	0	-	-	-	-	-	-	-
El Fraile	Cervecerías, bares y tapas	7	0	-	-	-	-	-	-	-
El Punto Bar	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
El Reventaero	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
El tranvía de durcal	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Espit Chupitos	Cervecerías, bares y tapas	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Fava Rica	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Foster´s Hollywood	Cervecerías, bares y tapas	142	2	-	2	-	-	-	-	-
GPS&C Grupo Selecto de Pubs y Cervecería	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Grillmeister	Cervecerías, bares y tapas	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Guinness Official Irish pUB	Cervecerías, bares y tapas	265	0	-	-	-	-	-	-	-
Gula & Sed Taberna	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-

Hamburguesería Yolaina	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Jamón&Gambas	Cervecerías, bares y tapas	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Jamones Juan Gargallo	Cervecerías, bares y tapas	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Kimuk	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Krunch	Cervecerías, bares y tapas	29	0	-	-	-	-	-	-	-
Kuboking	Cervecerías, bares y tapas	11	0	-	-	-	-	-	-	-
Kurz & Gut	Cervecerías, bares y tapas	19	0	-	-	-	-	-	-	-
La Botellita	Cervecerías, bares y tapas	38	0	-	-	-	-	-	-	-
La Croqueta	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
La Cueva de 1900	Cervecerías, bares y tapas	6	0	-	-	-	-	-	-	-
La Jamboteca	Cervecerías, bares y tapas	11	0	-	-	-	-	-	-	-
La Maison Belge	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
La Pinta	Cervecerías, bares y tapas	7	0	-	-	-	-	-	-	-
La Pulpería	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
La taberna de Chana	Cervecerías, bares y tapas	5	0	-	-	-	-	-	-	-
La taberna del sur	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
La tablería	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
La tortillita bocados redondos	Cervecerías, bares y tapas	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Los bodegones	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Lizarran	Cervecerías, bares y tapas	192	4	2	2	-	-	-	-	-
Marcamar	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Mas Q menos	Cervecerías, bares y tapas	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Mater Asturias	Cervecerías, bares y tapas	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Maytetxu	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Me gusta el pulpo	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-

Mesón Cinco Jotas	Cervecerías, bares y tapas	15	1	-	1	-	-	-	-	-
Odre y Hogaza	Cervecerías, bares y tapas	23	0	-	-	-	-	-	-	-
Pacha	Cervecerías, bares y tapas	24	1	-	1	-	-	-	-	-
Pantaiberic	Cervecerías, bares y tapas	22	0	-	-	-	-	-	-	-
Parabarap Franquicia Low Cost Pub	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Parlamento la Catedral del Tapeo	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Patata y Olé	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Patatín Company	Cervecerías, bares y tapas	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Patio San Eloy	Cervecerías, bares y tapas	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Paulaner Bierhas	Cervecerías, bares y tapas	13	0	-	-	-	-	-	-	-
Pecaditos	Cervecerías, bares y tapas	15	0	-	-	-	-	-	-	-
Porto Vecchio	Cervecerías, bares y tapas	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Ryans	Cervecerías, bares y tapas	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Taberna Bocatín	Cervecerías, bares y tapas	38	0	-	-	-	-	-	-	-
Taberna del Volapié	Cervecerías, bares y tapas	31	0	-	-	-	-	-	-	-
Tapasbar	Cervecerías, bares y tapas	44	0	-	-	-	-	-	-	-
Tapas free	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Tastapans	Cervecerías, bares y tapas	9	0	-	-	-	-	-	-	-
The city arms	Cervecerías, bares y tapas	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Toma Jamón	Cervecerías, bares y tapas	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Tropical cocktails	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Tuvinyco	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Vinoteca, terrabacus	Cervecerías, bares y tapas	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Zirkus Beer	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-

+ K Copas	Cervecerías, bares y tapas	2	0	-	-	-	-	-	-	-
0,40 Cervecerías Mercado Provenzal	Cervecerías, bares y tapas	27	0	-	-	-	-	-	-	-
100M Gallery	Cervecerías, bares y tapas	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Abrasador	Cocina regional y temáticos	36	0	-	-	-	-	-	-	-
Al natural	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
American Country Café	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Ándele	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Assia in wok	Cocina regional y temáticos	14	0	-	-	-	-	-	-	-
Bazaar	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Beirut King	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Bestias, restaurante divertido	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Be Bop A Lula	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Bocatas Calentitos	Cocina regional y temáticos	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodega La Andaluza	Cocina regional y temáticos	26	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodega La Pitarra	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodegas en Ca´r Conde	Cocina regional y temáticos	16	0	-	-	-	-	-	-	-
Bodegas Mezquita	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Brasería Los Duendes	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Bruno Caruso	Cocina regional y temáticos	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Buda Restaurante Fusión	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Bus Station	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Cantina Mariachi. 100% original	Cocina regional y temáticos	10	1	1	-	-	-	-	-	-
Chefbuffet	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
CHINA BOOM!. Urban Chinese Restaurant	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-

Chopp Bocadillos Artesanos	Cocina regional y temáticos	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Churrasquerías Brasa y Leña	Cocina regional y temáticos	27	0	-	-	-	-	-	-	-
Coren Grill	Cocina regional y temáticos	42	0	-	-	-	-	-	-	-
Coyote Ugly	Cocina regional y temáticos	11	0	-	-	-	-	-	-	-
Crapa Pelata	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Creppalette	Cocina regional y temáticos	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Cruji Croques	Cocina regional y temáticos	830	1	1	-	-	-	-	-	-
Da Nicola Píccolo	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Derroscas	Cocina regional y temáticos	18	0	-	-	-	-	-	-	-
Dionisos	Cocina regional y temáticos	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Don Cammillo e Peppone	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Don Ulpiano	Cocina regional y temáticos	18	1	-	1	-	-	-	-	-
Don Vitto	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Draps	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Eh Voilà! Restaurante Crêpería	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
El Antoquito Mexican Grill	Cocina regional y temáticos	12	1	-	-	-	1	-	-	-
El Coso de las brasas	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
El donjuan	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
El Jabalí Alegre	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
El Racó	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
El rancho, asador argentino	Cocina regional y temáticos	10	0	-	-	-	-	-	-	-
El restaurante de Santa Rosalia	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
El Rey de la Gamba	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
El Sitio del Magueyal	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-

FBI (Freak Burguer International)	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Fishop	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Fres Co	Cocina regional y temáticos	20	0	-	-	-	-	-	-	-
Fridays	Cocina regional y temáticos	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Ginos	Cocina regional y temáticos	105	1	-	1	-	-	-	-	-
Iberselec	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Iguanas Ranas	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Il Profundo	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Il Templetto	Cocina regional y temáticos	21	0	-	-	-	-	-	-	-
Imanol	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Japonice	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Japo Express	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Jerónimo- Mesones Ibéricos	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
La Alpargatería	Cocina regional y temáticos	15	0	-	-	-	-	-	-	-
La Andaluza Low Cost	Cocina regional y temáticos	16	0	-	-	-	-	-	-	-
La Bambola Restaurantes	Cocina regional y temáticos	2	1	-	-	1	-	-	-	-
La Bóveda	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
La Comarca	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
La Mafia se Sienta a la Mesa	Cocina regional y temáticos	39	0	-	-	-	-	-	-	-
La Mary Restaurant	Cocina regional y temáticos	11	0	-	-	-	-	-	-	-
La Monumental	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
La Mordida.comidas y bebidas de méxico	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
La Nicoletta	Cocina regional y temáticos	10	0	-	-	-	-	-	-	-
La Olla Caliente	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
La Paellica express	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-

La Piemontesa	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
La postrería	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
La taberna del Pintxo	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
La Tagliatella	Cocina regional y temáticos	118	1	1	-	-	-	-	-	-
La Valdostana	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Las delicias de Don Quijote	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Mades Warung	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Mater Asturias	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Mediterranea de Guisos	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Mills	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Miss Sushi Fresh Restaurant	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Mister Noodles Wok Restaurant	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Napolitano	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Neco Buffet de Cocina Mediterranea	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Nippon Mediterranean & Sushi Restaurant	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Nostrum	Cocina regional y temáticos	85	0	-	-	-	-	-	-	-
Paellador	Cocina regional y temáticos	1859	1	1	-	-	-	-	-	-
Panchito	Cocina regional y temáticos	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Pasta Caffè	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Pasta City. El Auténtico Sabor de Italia	Cocina regional y temáticos	31	0	-	-	-	-	-	-	-
Pastafiore	Cocina regional y temáticos	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Pastamania	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Pastarito Pizzarito	Cocina regional y temáticos	4	0	-	-	-	-	-	-	-

Peggy Sue´s	Cocina regional y temáticos	17	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Jardín	Cocina regional y temáticos	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Leggera	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Marzano	Cocina regional y temáticos	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzetaro	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Prada a tope	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Restaurante Medieval Wien	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Sidrerías Begiri	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Skalop	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Soca	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Sorsi e Morsi	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Spanish Gourmet Tienda y Restaurante	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Spoletto	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Spoom	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Steakburger	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
sushigo	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Sushi Ole Japanese	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Sushicatessen	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Sushimore	Cocina regional y temáticos	12	3	1	2	-	-	-	-	-
Taberna Celta	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Taberna el papelón	Cocina regional y temáticos	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Taberna Marinera Varadero	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Tapelia	Cocina regional y temáticos	41	0	-	-	-	-	-	-	-
Terra Sana	Cocina regional y temáticos	9	0	-	-	-	-	-	-	-
TGB The Good Burger	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-

The knife	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Tommy Mel's	Cocina regional y temáticos	21	0	-	-	-	-	-	-	-
Tony Romas's	Cocina regional y temáticos	20	4	3	1	-	-	-	-	-
Tot Pizza- Pizzería por metro	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Trattoria Pizzería Da Stefano	Cocina regional y temáticos	2	2	2	-	-	-	-	-	-
Udon	Cocina regional y temáticos	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Urban Diner	Cocina regional y temáticos	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Wasabi Sushi Bar & Restaurant	Cocina regional y temáticos	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Wogaboo	Cocina regional y temáticos	10	0	-	-	-	-	-	-	-
Wok Asia	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Woody Burger & Lobster	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
1000 Manzanas – La Sidrería Asturiana	Cocina regional y temáticos	1	0	-	-	-	-	-	-	-
+NTRL	Cocina regional y temáticos	2	0	-	-	-	-	-	-	-
ADK	Fast food	44	25	1	19	3	2	-	-	-
Arrocería Azahar	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Baraka Pizza	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
BBQ Chicken	Fast food	5	1	1	-	-	-	-	-	-
BeyKebap	Fast food	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Bocatas y Más	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Bocatta	Fast food	94	5	-	4	1	-	-	-	-
Brook Steakburger	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Brutus	Fast food	14	0	-	-	-	-	-	-	-
Burger King	Fast food	456	18	8	5	4	1	-	-	-
Burger Ricky	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-

Canel Rolls	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Capitan Burger	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Caribbean Kebap	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Casa Camu	Fast food	11	0	-	-	-	-	-	-	-
Cien Pizzitas	Fast food	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Domino´s Pizza	Fast food	20	0	-	-	-	-	-	-	-
Doña Greta	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Döner Kebap Istanbul	Fast food	53	0	-	-	-	-	-	-	-
Donga	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
El Danes Hot Dog	Fast food	9	3	1	2	-	-	-	-	-
Ensalada y Más	Fast food	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Giros Griego	Fast food	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Go! Pizza	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Homeburger	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Huracanes Pizzería	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Il Capo	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Italy Pasta	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Kimuk	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
KFC	Fast food	67	1	-	-	1	-	-	-	-
La Abuela Manuela	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
La Cresta Asadores	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
La Pepita Home Burger	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
La Rosca de Plata	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Los Alamos	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Mac Papa´s	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-

Marca Sports Café	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Maye´s Bistró	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
McDonald´s	Fast food	354	30	15	11	2	1	1	-	-
Meal Solutions	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Mike´s	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Mostaza	Fast food	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Mr Brooklyn Hot Dog	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Nachos Tomasa	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Nooi	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Ohlala	Fast food	43	9	4	4	1	-	-	-	-
Onnekas	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
O Mamma Mía	Fast food	27	2	1	1	-	-	-	-	-
Pans&Company	Fast food	146	1	-	-	-	1	-	-	-
Papizza	Fast food	11	0	-	-	-	-	-	-	-
Pasta Corner	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Patata y Olé	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Patatín Company	Fast food	9	0	-	-	-	-	-	-	-
Pick a Pizza	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Pitamanía	Fast food	130	0	-	-	-	-	-	-	-
Pita Inn	Fast food	10	3	3	-	-	-	-	-	-
Pizería El Diablito	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzana	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzbur	Fast food	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Hut	Fast food	134	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Leggera	Fast food	36	0	-	-	-	-	-	-	-

Pizza Móvil	Fast food	61	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Planet	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza Sapri	Fast food	27	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizza World	Fast food	5	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzataglio	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzería Restaurante La Antica	Fast food	22	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzerías Cambalache	Fast food	13	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzerías ñam ñam	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzerías Voy Volando	Fast food	72	0	-	-	-	-	-	-	-
Pizzon Pizza	Fast food	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Pollo Campero	Fast food	21	0	-	-	-	-	-	-	-
Pollo Caporal	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Pura Gula	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Q´Comes	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Que Pasta!	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Revive Juice Bars	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Ribs	Fast food	20	0	-	-	-	-	-	-	-
Rock & Ribs	Fast food	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Rodilla	Fast food	92	0	-	-	-	-	-	-	-
Sr-Patata	Fast food	18	0	-	-	-	-	-	-	-
Taberna Zapatones	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Tako Away	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Teleestambul	Fast food	8	0	-	-	-	-	-	-	-
Teleperrito	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Telepizza	Fast food	630	11	4	5	1	1	-	-	-

TeleRicaTorta	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
The Burger Lobby	Fast food	6	0	-	-	-	-	-	-	-
The kebab factory	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
TM Burguer & Fries	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Todo1euro Fast Food Quality	Fast food	4	1	-	1	-	-	-	-	-
Tuttigusti	Fast food	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Twinpizza	Fast food	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Vips	Fast food	91	2	-	2	-	-	-	-	-
Vipsmart	Fast food	7	0	-	-	-	-	-	-	-
Amorino	Heladerías - yogurterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Antiu Xixona Helados	Heladerías - yogurterías	19	0	-	-	-	-	-	-	-
Ben&Jerry´s	Heladerías - yogurterías	36	0	-	-	-	-	-	-	-
Bolas helados arte- sanos	Heladerías - yogurterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Bornay Sunrise & Sunset	Heladerías - yogurterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Cookies & Deco	Heladerías - yogurterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Cremería Vienna	Heladerías - yogurterías	49	0	-	-	-	-	-	-	-
Dolce Pecatto, tiendas de helados y chocolates	Heladerías - yogurterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Farggi	Heladerías - yogurterías	58	0	-	-	-	-	-	-	-
Ferretti	Heladerías - yogurterías	25	2	-	2	-	-	-	-	-
Frigo Happiness Station	Heladerías - yogurterías	2	0	-	-	-	-	-	-	-
Froyosi	Heladerías - yogurterías	2	2	1	-	1	-	-	-	-
Gelatiamo	Heladerías - yogurterías	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Gelats Dino	Heladerías - yogurterías	41	0	-	-	-	-	-	-	-
Giangrossi	Heladerías - yogurterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-

Gino Ginelli	Heladerías - yogurterías	14	0	-	-	-	-	-	-	-
Giuseppe Ricci	Heladerías - yogurterías	6	0	-	-	-	-	-	-	-
Häagen-Dazs	Heladerías - yogurterías	75	3	-	1	1	1	-	-	-
Heladerías Carte d'or	Heladerías - yogurterías	42	2	-	-	-	-	-	-	-
Heladerías Smöoy	Heladerías - yogurterías	94	9	4	2	2	1	-	-	-
Jijonenca	Heladerías - yogurterías	1100	1	-	-	1	-	-	-	-
La Ibense Bornay	Heladerías - yogurterías	81	1	1	-	-	-	-	-	-
La Romana	Heladerías - yogurterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
La Yoghourtería By Danone	Heladerías - yogurterías	19	2	2	-	-	-	-	-	-
La Yogurtería Di Breda	Heladerías - yogurterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Llaollao	Heladerías - yogurterías	72	4	-	3	-	1	-	-	-
Mascarpone	Heladerías - yogurterías	27	0	-	-	-	-	-	-	-
Moo's Milkshakes	Heladerías - yogurterías	3	3	3	-	-	-	-	-	-
Nurielle	Heladerías - yogurterías	12	0	-	-	-	-	-	-	-
Ö!MYGOOD	Heladerías - yogurterías	20	2	2	-	-	-	-	-	-
Paradice Cream	Heladerías - yogurterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Stickhouse	Heladerías - yogurterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Valenciana Shock	Heladerías - yogurterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Vhola	Heladerías - yogurterías	4	0	-	-	-	-	-	-	-
Yogen Früz	Heladerías - yogurterías	1	0	-	-	-	-	-	-	-
Yogurice	Heladerías - yogurterías	29	2	1	1	-	-	-	-	-
Yogurt Yogurt	Heladerías - yogurterías	8	2	1	-	1	-	-	-	-
Yogurtlandia	Heladerías - yogurterías	16	3	2	1	-	-	-	-	-

Yooglers	Heladerías - yogurterías	3	0	-	-	-	-	-	-	-
Yoping	Heladerías - yogurterías	50	1	-	1	-	-	-	-	-
Yoyogurt	Heladerías - yogurterías	7	0	-	-	-	-	-	-	-

TF: Tenerife **FTV: Fuerteventura**
GC: Gran Canaria **LZT: Lanzarote**
LPA: La Palma **EH: El Hierro**
LG: La Gomera

Franquicias en Canarias

BIBLIOGRAFÍA ANEXO

- <http://www.franquicia.net>
<http://www.quefranquicia.com>
<http://www.mundofranquicia.com>
<http://www.saloninternacionalfranquicia.com>
<http://www.registrodefranquiciadores.com>
<http://www.franquiciasplus.com>
<http://www.invertirenfranquicias.com>
<http://www.zonafranquicias.es>
<http://www.franquiciasynegocios.com>
- <http://www.ABCfranquicias.com>
<http://www.franquiciasaldia.es>
<http://www.todofranquicias.com>
<http://www.topfranquicias.es>
<http://www.zonafranquicias.es>
<http://consultafranquicias.com>
<http://www.franquiciasplus.com>
- <http://www.americancoffeevending.com>
<http://www.cafescandelas.com>
<http://www.hostelco.com/coffee-zonebalcarba>
<http://www.molivell.com/panes-artesanales/es>
<http://www.postresbalcarce.com.ar>
<http://www.thebreadhouse.com>
<http://www.cacaosampaka.com>
<http://www.cafeandte.com>
<http://cafeandino.es>
<http://cafescinema.blogspot.com.es>
<http://www.cafedeindias.com>
<http://www.cafedelmarmusic.com>
<http://www.caffedifiore.com>
<http://www.cafeglance.es>
<http://www.lamexicana.es>
<http://www.cafento.com/cafetalclub>
<http://www.pascucci.it>
<http://www.grupocappuccino.com>
<http://www.cafes-salzilla.es>
<http://charlottefranquicias.com>
<http://www.chillouttea.com>
<http://chockychurro.com>
<http://www.chocova.es>
<http://www.churreriasigloxix.com>
<http://www.cafesnovell.com>
<https://www.costa.co.uk>
<http://www.coffeehouseviejotostadero.com>
- <http://www.creperiebretonne.com>
<http://www.crepelaboheme.com>
<http://www.mallorcaquality.com>
<http://www.disfruta.com.pe>
<http://www.donavaniri.es>
<http://www.doopiesandcoffee.com>
<http://www.ehvoila.es>
<http://www.elcafedecamilo.com>
www.dunkincoffee.es
<http://www.faborit.com>
<http://www.areas.es/es/marcas/espression-lavazza>
<http://www.earlofsandwichusa.com>
<http://www.champps.com>
<http://www.lavazza.com>
<http://www.farggi.com>
<http://www.lamaryrestaurant.com>
<http://franminibar.es>
<http://www.freshandready.net>
<http://www.galerasportcafe.com>
<http://www.illy.com/>
<http://www.godivachocolates.eu>
<http://www.goodyou.es>
<http://www.goldencupcake.com>
<http://www.americancoffeevending.com>
<http://www.cafescandelas.com>
<http://www.hostelco.com/coffee-zonebalcarba>
<http://www.molivell.com/panes-artesanales/es>
<http://www.postresbalcarce.com.ar>
<http://www.thebreadhouse.com>
<http://www.cacaosampaka.com>
<http://www.cafeandte.com>
<http://cafeandino.es>
<http://cafescinema.blogspot.com.es>
<http://www.cafedeindias.com>
<http://www.cafedelmarmusic.com>
<http://www.caffedifiore.com>
<http://www.cafeglance.es>
<http://www.lamexicana.es>
<http://www.cafento.com/cafetalclub>
<http://www.pascucci.it>
<http://www.grupocappuccino.com>
<http://www.cafes-salzilla.es>
<http://charlottefranquicias.com>
<http://www.chillouttea.com>
<http://chockychurro.com>

<http://www.chocova.es>
<http://www.churreriasigloxix.com>
<http://www.cafesnovell.com>
<https://www.costa.co.uk>
<http://www.coffeehouseviejotostadero.com>
<http://www.creperiebretonne.com>
<http://www.crepelaboheme.com>
<http://www.mallorcaquality.com>
<http://www.disfruta.com.pe>
<http://www.donavaniri.es>
<http://www.doopiesandcoffee.com>
<http://www.ehvoila.es>
<http://www.elcafedecamilo.com>
www.dunkincoffee.es
<http://www.faborit.com>
<http://www.areas.es/es/marcas/espression-lavazza>
<http://www.earlofsandwichusa.com>
<http://www.champps.com>
<http://www.lavazza.com>
<http://www.farggi.com>
<http://www.lamaryrestaurant.com>
<http://franminibar.es>
<http://www.freshandready.net>
<http://www.galerasportcafe.com>
<http://www.illy.com/>
<http://www.godivachocolates.eu>
<http://www.goodyou.es>
<http://www.goldencupcake.com>
<http://www.pansgranier.com>
<http://www.hardrock.com>
<http://www.infragantea.com>
<http://www.hornosanbrandan.es>
<http://www.ingredientscafe.es>
<http://www.jamaicacoffeeshop.es>
<http://www.khenyan.com>
<http://www.labaguetina.com>
<http://www.juicyavenue.com>
<http://www.lacasadelchocolate.es>
<http://www2.lavitoriana.com>
<http://www.lepainquotidien.es>
<http://www.londoncafe.es>
<http://www.moopisandcoffee.com>
<http://www.loopsandcoffee.com>
<http://www.mokalia.com>
<http://www.mycrepe.com>
<http://www.na-nai.com>
<http://www.natalisboa.com>
<http://www.noheydia.com>
<http://www.nurielle.es>
<http://oh-deliciousandcoffee.es>
<http://www.oreidastartas.com>
<http://www.overpani.es>
<http://www.panaderiascalentito.es>
<http://www.pannus.es>
<http://www.panishop.com>
<http://www.cafento.com>
<https://petitplaisir.com>
<http://www.cafesvitoria.com/inicio>
<http://www.rodilla.es>
<http://www.roscoking.com>
<http://www.segafredofranchising.com>
<http://www.sportsbar.es>
<http://www.saboreateycafe.com>
<http://www.stracto.com>
<http://www.teashop.es>
<http://www.toptencoffeeshop.es>
<http://www.chocolateriasvalor.es>
<http://www.wowble.com>
<http://antoniabutron.com>
<http://www.barradepintxos.com>
<http://www.barriobar.com>
<http://www.beerstation.com>
<http://www.bicibirra.com>
<http://www.bierwinkel.es>
<http://www.bocaditosytapas.com>
<http://www.encarconde.com>
<http://www.cantinamariachi.es>
<http://www.canasytapas.es>
<http://www.casaibericus.com>
<http://spain.100montaditos.com>
<http://www.cerveceriacruzblanca.es>
<http://charlottefranquicias.com>
<http://www.lasureña.es>
<http://www.corengrill.es>
<http://www.dehesasantamaria.com>
<http://www.doncep.com>
<http://www.donanatapas.com>
<http://www.drunkenduck.es>
<http://www.dublinhouseurbanconcept.es>
<https://www.enriquetomas.com>
<http://www.entretapasyvinos.com>
<http://www.grupobarril.com>
<http://www.elcolmadito.es>
<http://www.elcosodelasbrasas.com>
<http://www.puntoabar.com.ar>
<http://www.eltranviadedurcal.es>
<http://www.espitchupitos.com>
<http://www.favarica.es>
<http://www.fostershollywood.es>

<http://gpsgrupo.com>
<http://www.wurstmeister.com>
<http://www.officialirishpub.es>
<http://www.krunchbizkaia.es>
<http://www.kurz-gut.com>
<http://www.lacuevade1900.es>
<http://lajamboteca.es>
<http://www.lamaisonbelge.com>
<http://jamonessgargallo.com>
<http://www.kimuk.es>
<http://www.franquiciaslapinta.com>
<http://www.chanasa.com>
<http://www.latabernadelpintxo.com>
<http://www.latableria.com>
<http://www.latortillita.es>
<http://www.lizarran.es>
<http://www.masqmenos.com>
<http://www.megustaelpulpo.com>
<http://www.pacha.com>
<http://www.meritem.es>
<http://www.pantaiberic.com>
<http://www.parlamentotapeo.es>
<http://www.patatayole.es>
<http://www.patiosaneloy.com>
<http://www.beerandfood.es>
<http://www.grupopecaditos.com>
<http://www.ryans.es>
<http://www.sanleandrotapas.com>
<http://www.tabernadelvolapie.com>
<http://www.doncurado.com>
<http://tapasfree.com>
<http://www.tropicalcocktails.com>
<http://www.tuvinyco.com>
<http://www.terrabacus.com.ar>
<http://mercadoprovenzal.wordpress.com>
<http://www.yooglers.es>
<http://www.abrasador.es>
<http://www.alnatural.biz>
<http://www.andele.es>
<http://www.losbestias.com>
<http://www.bocatascalentitos.com>
<http://www.be-bop-a-lula.es>
<http://www.laandaluza.com>
<http://www.bodegalapitarra.com>
<http://www.bodegasmezquita.com>
<http://www.brunocaruso.com>

<http://www.bus-station.es>
<http://www.choppbocadillosartesanos.com>
<http://www.brasaylena.com>

<http://cigusta.com>
<http://www.corengrill.es>
<http://www.meritem.es>
<http://www.danicola.es>
<http://www.dionisos-bcn.com>
<http://www.donulpiano.com>
<http://www.restaurantdrapsgirona.com>
<http://www.ehvoila.es>
<http://www.elraco.com>
<http://www.restaurantedesantarosalia.com>
<http://www.elreydelagamba.com>
<http://www.elsitiodelmaqueyal.es>
<http://www.fbigourmet.com>
<http://www.grupofishop.com/es>
<http://www.fresco.com>
<http://www.tgifridays.es>
<http://www.ginos.es>
<http://www.hambroneta.com>
<http://homeburgerbar.com>
<http://www.pizzeriahuracanes.com>
<http://www.iberselec.info>
<http://www.iguanasranas.es>
<http://www.ilcapo.net>
<http://www.ilprofumo.es>
<http://www.ilterpietto.com>
<http://www.asadorimanol.es>
<http://www.japonice.com>
<http://www.laandaluzalowcost.com>
<http://www.grupobambola.com>
<http://www.lamafia.es>
<http://www.lamordida.com>
<http://lanicoletta.es>
<http://www.la-monumental.com>
<http://www.lapaellica.com>
<http://www.lapepitaburgerbar.com>
<http://www.lapiemontesa.com>
<http://www.postreria.com>
<http://www.latagliatella.es>
<http://www.mayesbistro.es>
<http://www.guisos.com>
<http://www.missushi.es>
<http://misternoodles.com>
<http://www.necobuffet.com>
<http://restaurantenippon.com>
<http://www.nostrum.eu>
<http://omammamia.es>
<http://www.pastacaffe.es>
<http://www.panchito.com>
<http://www.pasta-city.com>
<http://www.pastafiore.com>

<http://www.mills.es>
<http://www.necobuffet.com>
<http://www.pastanostra.es>
<http://www.pastamania.com>
<http://www.grupandilana.com>
<http://www.pastarito.it>
<http://www.peggysues.es>
<http://www.pizzajardin.es>
<http://www.pizzaleggera.es/>
<http://pizzettaro.com/>
<http://www.pradaatope.es>
<http://www.ribs.es>
<http://www.rockribs.es>
<https://www.rodilla.es>
<http://www.sidrieriabegiris.com>
<http://www.sorsiemorsi.com>
<http://www.spanishgourmetrestaurants.com>
<http://www.spoom.es>
<http://www.steakburger.es>
<https://www.sushiole.com>
<http://sushigo.es>
<http://www.sushicatessen.es>
<http://www.sushimore.com>
<http://tabernacelta.es>
<http://www.tabernaelpapelon.com>
<http://tabernavaradero.es>
<http://www.thegoodburger.com>
<http://www.restaurantesterrasana.com>
<https://theknife.es>
<http://www.tommymels.com>
<http://www.tonyromas.es>
<http://www.totpizza.com>
<http://www.grupodastefano.com>
<http://www.udon.es>
<http://www.urbandiner.es>
<http://wasabisushibars.com>
<http://www.wasabigroup.es>
<http://www.wogaboo.com>
<http://www.woodybyl.com>
<http://www.masntrl.com>
<http://www.abbasid.net>
<http://www.restaurantearroceriaazahar.es>
<http://barakapizza.es>
<http://www.bocatasymas.es>
<http://bbqchicken.com>
<http://www.bigdog-ncf.com>
<http://www.beykebap.es>
<http://www.brooksteakburger.com>
<http://www.brutus.es>

<http://www.burgerking.es>
<http://www.burgerricky.com>
<http://www.bocatta.com>
<http://www.canelrolls.com>
<http://www.capitanburger.com>
<http://www.casacamu.com>
<http://cheeburger.com>
<http://www.cienpizzas.com>
<http://www.dominospizza.es>
<http://www.donyagreta.com>
<http://www.istanbuldonerkebap.es>
<http://www.restaurantesdonga.com>
<http://www.ensaladasyamas.es>
<http://www.girosgriego.com>
<http://www.gopizza.es>
<http://www.hooters.com>
<http://www.italypasta123.com>
<http://www.kimuk.es>
<http://www.kfc.es>
<http://www.lamaryrestaurant.com>
<http://www.marcasportscafe.com>
<http://www.lapepitaburgerbar.com>
<http://www.macpapas.es>
<https://www.mcdonalds.es>
<http://www.mostazaweb.com.ar>
<http://www.nachostomasa.com>
<http://www.onnekas.es>
<http://originalbagelcafe.com>
<http://www.pansandcompany.com>
<http://www.ohlala.es>
<http://www.papizza.es>
<http://www.pastacornes.es>
<http://www.patatayole.es>
<http://www.pickapizza.es>
<http://www.pitamania.ca>
<http://www.pita-inn.com>
<http://pizzbur.gl>
<http://www.pizzamovil.es>
<http://pizzasapri.net>
<http://www.pizzaworld.com.co>
<http://www.anticapizza.es>
<http://www.pizzeriascambalache.es>
<http://www.voyvolando.com>
<http://www.pizzonpizza.com>
<http://pollocampero.com>
<http://www.pollocaporal.es>
<http://puragula.com>
<http://qcomes.es>
<http://www.quepasta.es>
<http://www.revivejuicebars.es>

<http://www.srpatata.com>
<http://www.subwayspain.com>
<http://www.takoaway.com>
<http://www.teleperrito.es>
<http://www.telepizza.es>
<http://telericatorta.com>
<http://www.theburgerlobby.com>
<http://thekebabfactory.es>
<http://www.todo1eurofastfood.com>
<http://www.tuttigusti.es>
<http://www.twinpizza.es>
<http://www.vips.es>
<http://www.amorino.com>
<http://www.antiuxixonahelados.com>
<http://www.ben-jerrys.es>
<http://cookiesdeco.com>
<http://www.dolcepecatto.com>
<http://www.farggi.com>
<http://www.ferrettigelato.com>
<http://www.friigo.es>
<http://froyosi.com>
<http://www.gelatiamo.eu>

<http://www.gelatsdino.com>
<http://www.giangrossi.es>
<http://www.heladeriaricci.com>
<http://haagen-dazs.es>
<http://www.smooey.es>
<http://www.jijonenca.es>
<http://www.danone.es>
<http://www.heladeriadibreda.com>
<http://www.llaollaoweb.com>
<http://mascarpone.es>
<http://www.nurielle.es>
<http://www.omygood.es>
<http://paradicecream.net>
<http://www.valencianashock.com>
<http://www.yogenfruz.com>
<http://www.yogurice.com>
<http://www.yogurtyogurt.es>
<http://www.yogurtlandia.es/es>
<http://www.yooglers.es>
<http://www.yoping.es>
<http://www.yoyogurt.com>