

El mercado de las franquicias en Nigeria

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lagos

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

09 de diciembre de 2022
Lagos

Este estudio ha sido realizado por
Mateo Haas Vilaplana

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lagos

<http://Nigeria.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



Una franquicia comprende los derechos otorgados por una parte, el franquiciador, que autoriza y requiere a otra parte, el franquiciado, a cambio de una compensación financiera directa o indirecta, para participar en el negocio de venta de bienes o servicios en su propio nombre bajo un sistema designado por el franquiciador que incluye: conocimientos y asistencia, prescribe en parte sustancial la forma en que se operará el negocio de la franquicia, control operativo significativo y continuo por parte del franquiciador, y, está asociado sustancialmente con una marca registrada, marca de servicio, nombre comercial o logotipo designado por el franquiciador.

No existe una legislación específica que regule la situación de las franquicias en Nigeria. Sin embargo, se pueden hacer inferencias a partir de la Propuesta de Ley de Franquicias de 2019 ante la [Asamblea Nacional de Nigeria](#) para poder definirla.

De acuerdo con los últimos datos estadísticos de la “[Small and Medium Enterprises Development Agency of Nigeria](#)” (SMEDAN) y la “[National Bureau of Statistics](#)” (NBS), en Nigeria operan cerca de 40 millones de pequeñas y medianas empresas (PYMES). Según el informe, las PYMES en Nigeria aportaron el 46,31 % del producto interno bruto (PIB) del país y representaron el 96,7 % de las empresas.

Dados los grandes desafíos empresariales que se plantean al penetrar el mercado nigeriano, la alternativa del modelo de franquicia permite explorar soluciones y cambiar las tácticas para adaptarse a un mercado complejo como es Nigeria. Algunos de estos desafíos son: capacidad inadecuada, competencia gerencial, gestión competente de recursos o estructuras comerciales informales.

Las franquicias se presentan como un modelo óptimo para fomentar el desarrollo de pequeñas y medianas empresas en distintos sectores. Además, funcionan como un catalizador para la creación de empleo, la transferencia de habilidades y la creación de riqueza. Por otra parte, dadas las características del tejido empresarial de Nigeria, el fomento y la aparición de nuevas PYMES es, sin duda, la mejor respuesta a uno de los graves problemas que enfrenta la economía local: el desempleo de la población joven. Un problema que se ha visto agravado en los últimos años por el elevado crecimiento de la población, que no ha ido aparejado de un crecimiento económico integrador.

El desarrollo del mercado de franquicias se ha visto favorecido significativamente por los desarrollos inmobiliarios de los modernos centros comerciales en muchos centros urbanos como Lagos, Ibadan, Port Harcourt, Owerri y Abuja.

El principal sector que atrae la actividad de las franquicias en Nigeria es claramente el sector de la alimentación. Otras áreas con actividades significativas incluyen moda, salud y belleza, apuestas deportivas, agricultura o en el sector de *Oil and Gas*.

La cantidad de sectores heterogéneos que operan en el mercado nigeriano hacen que la demanda de franquicias también siga este patrón de diversidad. Si bien destaca la demanda por franquicias



de restauración, estas no son la únicas y cada vez más se va diversificando el tipo de establecimiento que se desea abrir bajo un contrato de franquicia en el país.

Cada franquicia establece precios en función del tipo de servicio que presta, el producto que vende y de la situación del mercado. Debido a la gran variedad de sectores que lo integran, no resulta sencillo determinar características generales que definan el mercado de las franquicias. Además, en la regulación nigeriana no existen indicaciones sobre quién deberá establecer el precio de los productos, en consecuencia, serán el franquiciador y el franquiciado quienes lo determinen mediante el contrato de franquicia.

La estructura de los costes operativos de una franquicia abierta en Nigeria variará según el sector en el que se opere, el tamaño, la ubicación geográfica y otros condicionantes. En líneas generales se pueden identificar los principales costes operativos: cuota inicial, tasas y cánones, alquiler y adecuación del local, sueldos, publicidad, abastecimiento y cláusulas de no éxito y penalizaciones entre otras.

En el ámbito logístico, la vía terrestre por carretera es el principal canal de transporte más empleado en el país. No obstante, su estado es mayoritariamente deficitario, sobre todo en zonas rurales. Además, en la época de lluvias sufren inundaciones debido a las precipitaciones abundantes. Es frecuente encontrar obras en medio de la calzada que dificultan el tráfico y los materiales que se utilizan para reparar los pavimentos suelen ser de mala calidad. Dadas estas circunstancias, Nigeria ocupa el puesto 130 del [Global Competitiveness Report 2019](#) del [Foro Económico Mundial](#) en lo que se refiere a calidad de infraestructuras. Adicionalmente, la conectividad de los puertos y aeropuertos también es deficitaria en comparación con el resto de los países de África occidental, y que a pesar de ser el país más poblado y con mayor PIB de África, Nigeria no es un *hub* aéreo ni marítimo. Todo ello conlleva un importante grado de dificultad tanto para abastecerse de productos importados como para transportar productos locales.

Para poder operar satisfactoriamente en Nigeria habrá que hacer un estudio exhaustivo de las posibilidades de abastecimiento en las ubicaciones de las franquicias, conocer a los principales *players* dentro del mercado de la distribución en Nigeria e incorporar los costes de las infraestructuras ineficientes a la estructura de costes global de la franquicia.

Las principales barreras de acceso al mercado nigeriano serían la normativa del producto, los requisitos de etiquetado, documentación y requerimientos para la importación, las barreras técnicas al comercio o los aranceles a la importación, e inclusive, la prohibición a importar determinados productos.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

