



Inmaculada Núñez
Directora nacional de Sabadell Franquicias

El gran reto del comercio: encontrar la próxima generación de emprendedores

Cuando hablamos del futuro del comercio acostumbramos a hacerlo en términos de digitalización, inteligencia artificial, nuevos hábitos de consumo o transformación tecnológica. Son cuestiones importantes y que, sin duda, marcarán la evolución del sector durante los próximos años. Sin embargo, existe un desafío todavía más determinante y, probablemente, menos visible: encontrar a la próxima generación de emprendedores. Porque el verdadero motor del comercio no son los locales, las marcas o la tecnología. Son las personas que cada mañana levantan una persiana, atienden a sus clientes, generan empleo y contribuyen al desarrollo económico de nuestras ciudades y municipios. Detrás de cada comercio hay una decisión valiente: la de emprender.

España cuenta con una extensa red de pequeños negocios, establecimientos especializados y empresas que forman parte de la vida diaria de millones de personas. Son negocios que generan proximidad, confianza y actividad económica. Pero muchos de ellos afrontan hoy un reto común: asegurar su continuidad en un entorno cada vez más competitivo y en un momento en el que el relevo generacional se convierte en una cuestión estratégica.

La buena noticia es que el espíritu emprendedor sigue muy vivo. Lo vemos cada día en personas que buscan poner en marcha un proyecto propio, desarrollar una actividad empresarial o incorporarse a negocios con recorrido y potencial de crecimiento. Por eso resulta tan importante seguir creando entornos que faciliten el emprendimiento y acompañen a quienes deciden dar ese paso.

La reciente campaña de Banco Sabadell dirigida al segmento de comercios nace precisamente de esa convicción. Apoyar al comercio no significa únicamente apoyar a un sector económico. Significa impulsar el empleo, dinamizar el tejido empresarial local y contribuir al desarrollo de miles de proyectos personales y profesionales que generan riqueza en todo el territorio.

En este contexto, la franquicia ha demostrado ser una de las fórmulas más eficaces para canalizar el emprendimiento. Su capacidad para combinar la iniciativa empresarial de cada emprendedor con la experiencia, el conocimiento y la so-



lidez de modelos de negocio contrastados permite reducir incertidumbres y acelerar el crecimiento de proyectos con vocación de permanencia. La franquicia moderna va mucho más allá de la expansión de una marca. Es una herramienta de profesionalización, innovación y transferencia de conocimiento. Permite que emprendedores de muy distintos perfiles accedan a modelos empresariales que han demostrado su capacidad para generar valor, al tiempo que contribuyen a acercar nuevas propuestas comerciales y de servicios a ciudades y municipios de toda España.

Desde Banco Sabadell hemos tenido el privilegio de observar esta evolución de cerca. Este año celebramos el 30 aniversario de Sabadell Franquicias, tres décadas acompañando a marcas, franquiciados y emprendedores en todas las etapas de su desarrollo. Hemos visto cómo pequeños proyectos se convertían en redes consolidadas, cómo nuevas generaciones asumían el relevo de negocios familiares y cómo la franquicia se consolidaba como uno de los grandes motores del emprendimiento en nuestro país.



Pocas decisiones tienen un impacto tan positivo para una comunidad como la de alguien que decide emprender



Durante estos años hemos aprendido que el crecimiento sostenible no depende únicamente de abrir más establecimientos. Depende, sobre todo, de incorporar a las personas adecuadas, de construir relaciones de confianza y de desarrollar proyectos capaces de mantenerse sólidos a largo plazo. El éxito empresarial no se mide el día de una inauguración; se mide muchos años después.

Por eso, cuando pensamos en el futuro del comercio, debemos mirar más allá de la tecnología o de los nuevos canales de venta. Debemos preguntarnos cómo atraer, formar y acompañar a la próxima generación de empresarios. Cómo facilitar que más personas conviertan una idea en un negocio, una oportunidad en empleo y una inversión en crecimiento económico. Porque el futuro del comercio español dependerá en gran medida de nuestra capacidad para seguir generando emprendedores. Personas capaces de innovar, adaptarse a los cambios y construir proyectos empresariales sólidos que contribuyan al progreso de sus comunidades. Y esa es una responsabilidad compartida entre empresas, instituciones, entidades financieras y el conjunto de la sociedad. Porque detrás de cada comercio que abre sus puertas hay mucho más que una actividad económica. Hay una persona que apuesta por el futuro. Y pocas decisiones tienen un impacto tan positivo para una comunidad como la de alguien que decide emprender.

