

Seminario

Cómo franquiciar mi negocio



CEEI Valencia

10 de Septiembre 2015

mundofranquicia |
consulting

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

1

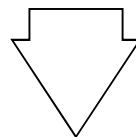
Seminario

Cómo franquiciar mi negocio

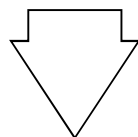


La Franquicia. Términos y Consideraciones Generales.

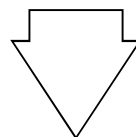
Comercio minorista



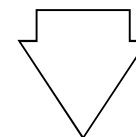
Adopción de nuevas estrategias empresariales.
Consecución de planteamientos comerciales
acordes a las nuevas tendencias de la distribución.



Especialización
comercial

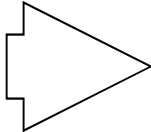
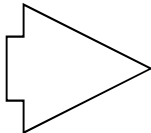
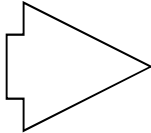


Optimización
de gestión



Asociacionismo

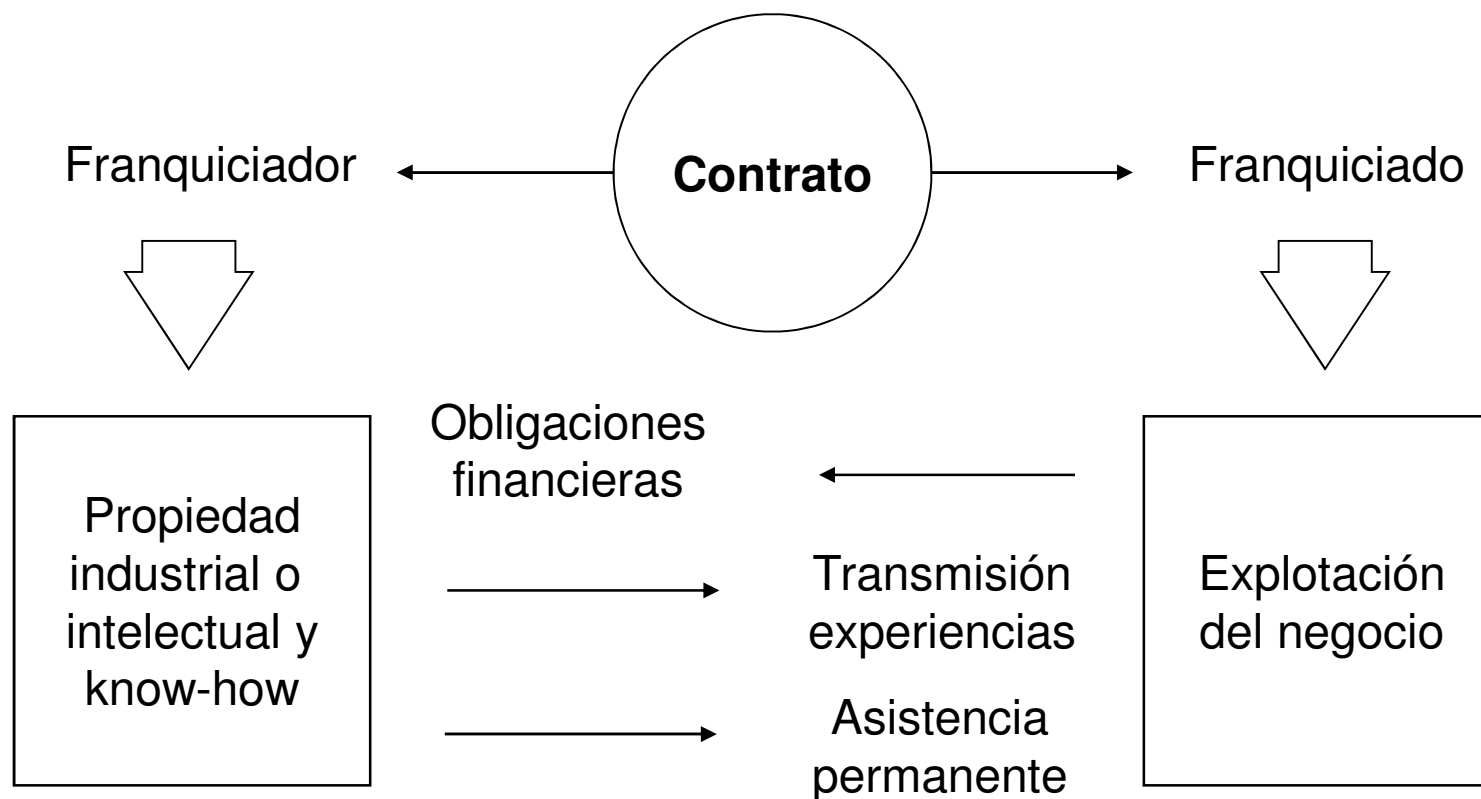
Franquicia

- Concreción de elementos diferenciadores e innovadores respecto a la competencia.  Especialización
- Planteamientos de gestión total de la operatividad del negocio.  Gestión
- Sistema comercial asociado más atractivo y dinámico para la explotación de un negocio en condiciones de mínima inversión y riesgo.  Asociación

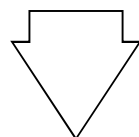
Franquicia

Como sistema de comercio asociado, la franquicia se ve hoy como la solución ideal para la renovación del comercio actual, toda vez que plantea una evolución hacia la especialización y calidad de gestión del pequeño comercio.

Franquicia



Éxito de la relación de franquicia



Principios de mutua confianza entre las partes

Eficacia
empresarial

Disciplina
empresarial



Contrato de franquicia

Ventajas para el Franquiciador (1)

- Posibilidad de aumentar su red de distribución sin necesidad de realizar grandes inversiones financieras y de personal.
- Diversidad de ingresos.
- Control total en la distribución del producto.
- Mantenimiento y protección de una imagen comercial homogénea.

Ventajas para el Franquiciador (2)

- Ausencia de grandes gastos de control de gestión.
- No existe una relación laboral sino un contrato específico entre empresarios independientes.
- La franquicia representa para el Franquiciador un sistema de crecimiento basado en el apalancamiento productivo, financiero y comercial.
- Rentabilización de los esfuerzos de marketing y comunicación.

Ventajas para el Franquiciado (1)

- Garantía de independencia, de continuidad y de pertenencia a un colectivo identificado y apreciado por el público.
- Adquisición de las experiencias del Franquiciador y conocimiento a priori de la rentabilidad y posibilidades del negocio.
- Aprovechamiento de múltiples economías de escala.
- Lanzamiento más rápido y con más posibilidades de éxito.

Ventajas para el Franquiciado (2)

- Ayudas financieras para acometer las inversiones iniciales necesarias.
- Aprovechamiento de los servicios de I+D del Franquiciador en cuanto a productos y técnicas de gestión empresarial.
- Establecimiento de una zona de exclusividad territorial.
- Planes estratégicos de iniciación y continuidad del negocio.

Seminario

Cómo franquiciar mi negocio

2



La Franquicia frente a Otros Sistemas de Comercio Asociado.

Franquicia. Requisitos del sistema (art. 2 RD. 2485/98).

En el contrato de Franquicia el franquiciador cede al franquiciado, a cambio de una contraprestación financiera directa o indirecta, el derecho a la explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos o servicios y que comprenden por lo menos:

- el uso de una denominación o rótulo común y una presentación uniforme de los locales o de los medios de transporte objeto del contrato,
- la comunicación por el franquiciador al franquiciado de un "saber hacer", y...
- la prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial a técnica durante la vigencia del acuerdo.

Contrato de Concesión:

- El concesionario puede comercializar los productos del concedente bajo los signos distintivos de este último.
- No tiene que pagar un derecho inicial de integración ni royalty de funcionamiento.
- El concedente tiene obligación de transmitir un saber hacer.

Contrato de Licencia:

- Se autoriza la utilización de ciertos derechos de propiedad industrial a cambio de contraprestaciones financieras establecidas.
- No es necesaria la integración del licenciatario en la red comercial del licenciante ni la aplicación por parte de éste de políticas comerciales uniformes.
- No se exige exclusividad de marca al poder disponer de licencias relativas a varias marcas competidoras entre sí.

Contrato de Suministro:

Se adquiere el compromiso de suministrar un determinado producto en unas determinadas condiciones.

Contrato de Comisión:

El comisionista, a cambio de una contraprestación económica, se compromete a realizar ciertas operaciones mercantiles, bien por su propia cuenta o bien en nombre del comitente.

Contrato de Agencia:

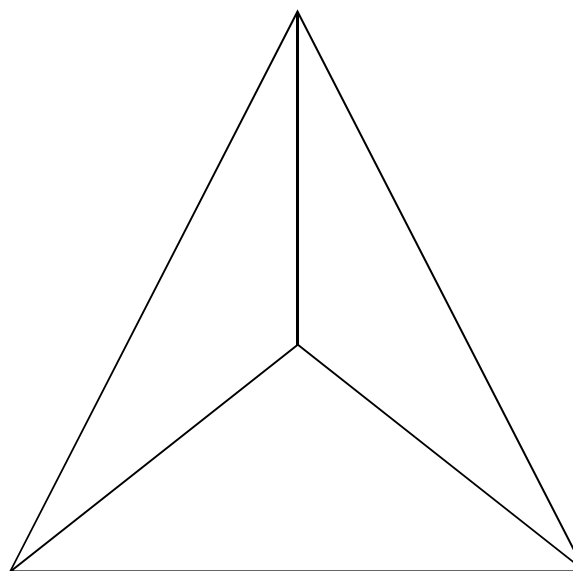
- El agente, de manera permanente y mediante una remuneración y cierta independencia, asume el encargo de preparar o realizar contratos mercantiles por cuenta y en nombre de otro empresario.
- El contrato de agencia, a diferencia del de comisión, tiene una duración determinada y no se agota con la realización de un encargo.

Contrato de Mediación o Corretaje:

Un empresario se compromete a abonar a otro denominado mediador o corredor, una remuneración por indicarle la oportunidad de concluir un negocio con un tercero o por servirle de intermediario en esa conclusión.

Disponibilidad de marca registrada

Denominación común



**Comunicación de
un saber hacer**

Experiencias adquiridas

**Asistencia técnica
y comercial**

Organización franquiciadora

Seminario

Cómo franquiciar mi negocio

3



¿Por qué las Empresas Deciden Franquiciar?

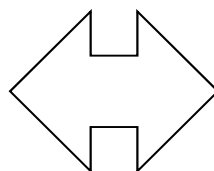
Franquiciar, porque franquiciar es posible.

- Porque se trata de una empresa rentable y saneada.
- Que desarrolla una actividad suficientemente contrastada.
- Que cuenta con un buen posicionamiento en el entorno en el que interviene.
- Que optimizará, así, su proceso de expansión frente a un crecimiento sucursalista.

→ Búsqueda de condiciones de viabilidad

Por economías de crecimiento.

El Franquiciado acomete directamente las inversiones y gastos inherentes a la apertura del establecimiento.



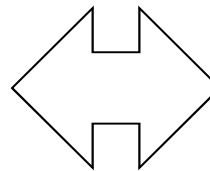
La inversión y gastos de apertura del nuevo establecimiento comercial serán soportados por la empresa.

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por evitar excesos de estructuración.

La expansión se produce
con personal ajeno.



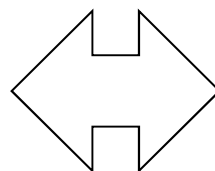
La expansión del negocio a
través de sucursales exigirá
un incremento de plantilla y
en definitiva un
espectacular aumento de
los costes de personal.

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por rentabilización.

Mayor motivación por el éxito y buena marcha del negocio.



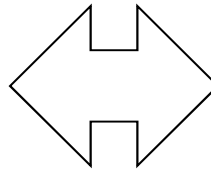
Menor compromiso del personal propio con los resultados empresariales.

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por rapidez y amplitud de crecimiento.

Rápida expansión y efecto multiplicador que fortalecerá la presencia de la marca en los diversos mercados.



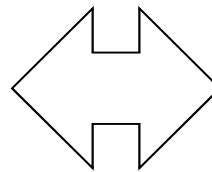
La expansión estará condicionada por la disponibilidad de recursos financieros y humanos.

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por facilidad de control.

El incentivo del franquiciado para la consecución del éxito y resultados de su propio negocio, facilitará al franquiciador el control de la gestión



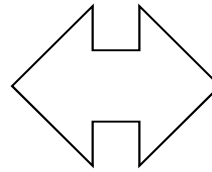
La empresa deberá invertir mucho tiempo y dinero en el control de la gestión de las sucursales de la red

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por economías de escala en la gestión.

La mayor rapidez de expansión conllevará el acceso a mayores economías de escala que permitirán una mejor planificación de las funciones de aprovisionamiento



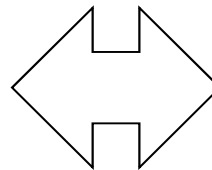
La lentitud de la expansión sucursalista implicará la obtención de menores economías de escala y, en definitiva, problemas de competitividad

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por facilidad de difusión de marca.

Rentabilización de los esfuerzos de marketing al realizar los franquiciados aportaciones a fondos publicitarios con independencia de la promoción que tengan que realizar a nivel local.



La empresa soportará íntegramente el presupuesto publicitario de la red, tanto a nivel local como nacional

Expansión franquiciada

Expansión sucursalista

Por influencia en el entorno empresarial.

- **Ante clientes:** Ventajas ante una red tradicional de distribución – amplitud y calidad de oferta, reducción de intermediarios, mejores precios, mayores opciones de control de la comercialización, agilidad de decisión en faceta comerciales, minoración de devoluciones de stocks, de impagos,... -.
- **Ante proveedores:** involucración en el desarrollo del proyecto de franquicia.
- **Ante competidores:** liderazgo por iniciativa de cobertura del mercado.

4

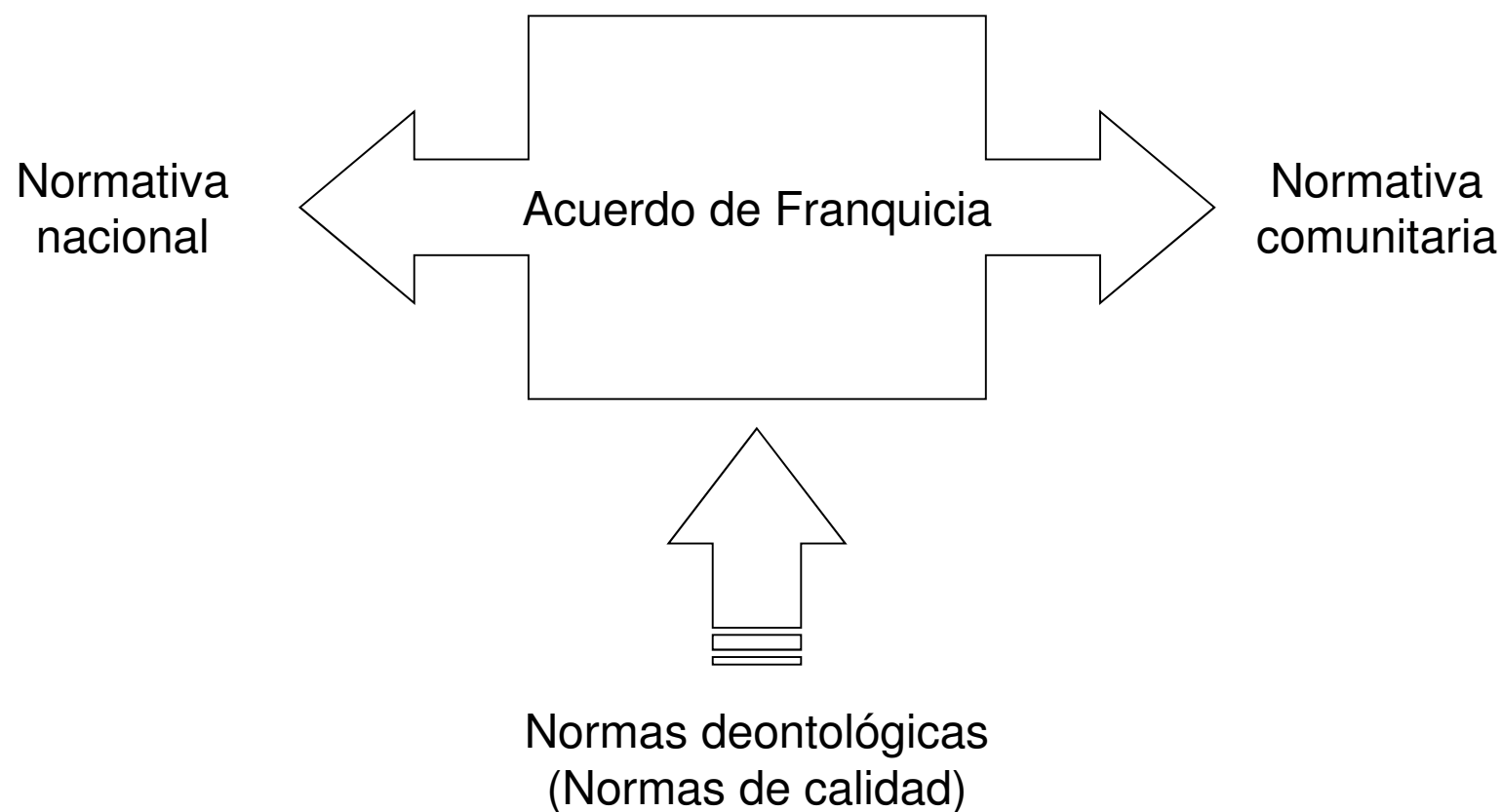


Seminario

Cómo franquiciar mi negocio



La Regulación de la Franquicia.

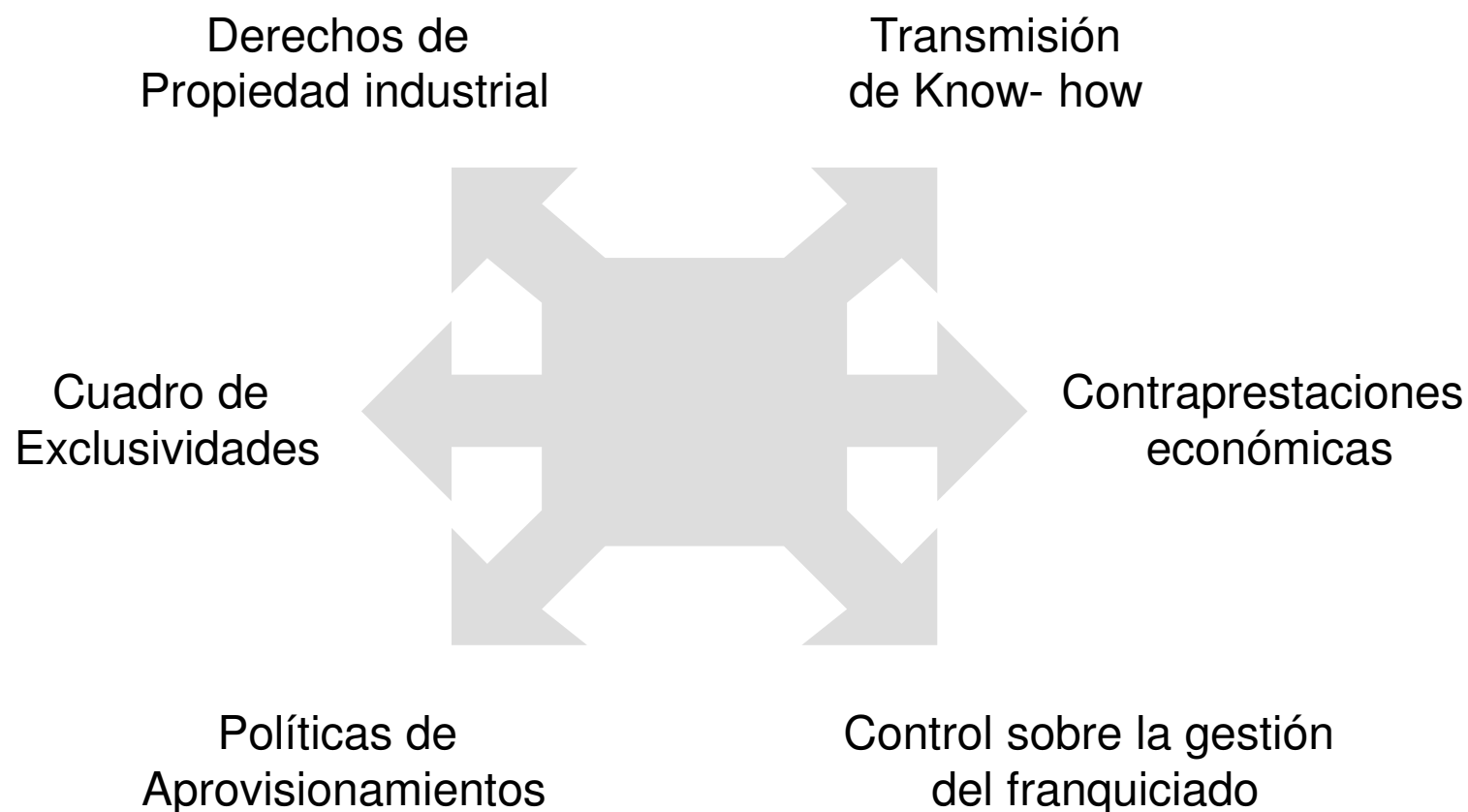


Norma comunitaria.

Reglamento (CE) 2790/1999 de la Comisión relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

El Reglamento 2790/99 establece la prohibición y nulidad de todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva o práctica concertada que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia

Estructura Básica del Contrato de Franquicia



- Con el Contrato buscamos protección y buena relación de interdependencia.
- El Contrato ha de ser largo, reiterativo, completo, sin dar nada por sabido; específico, determinado, detallado; definitorio, preciso; claro e insistente ya que, en caso de conflicto, será la única pieza por la que podrá fallar el juez.
- No puede estar pensado y redactado por abogados de una de las partes para obligar a la otra parte (...) Es imprescindible que sean redactados, en primer lugar, por comerciales y hombres de marketing y sean sometidos, después, a la afinación y toque final del abogado.

- Se trata de un contrato de intereses, no de subordinación, por lo que será preciso evitar toda cláusula y formulación que implique dependencia jerárquica y económica del Franquicia.
- El Contrato tiene que estar íntimamente relacionado con el manual de instrucciones. Ambos documentos, bajo un punto de vista legal, deber ser refrendados por un especialista.

- Las normativas comunitaria y nacional prohíben las prácticas contrarias a la competencia.
- La Franquicia nos permite incluir determinadas obligaciones que serían nulas en otro tipo de contrato.
- La Franquicia no existe sin asistencia al franquiciado, transmisión del saber hacer y cesión de derechos de uso de marca.

Seminario

Cómo franquiciar mi negocio

5



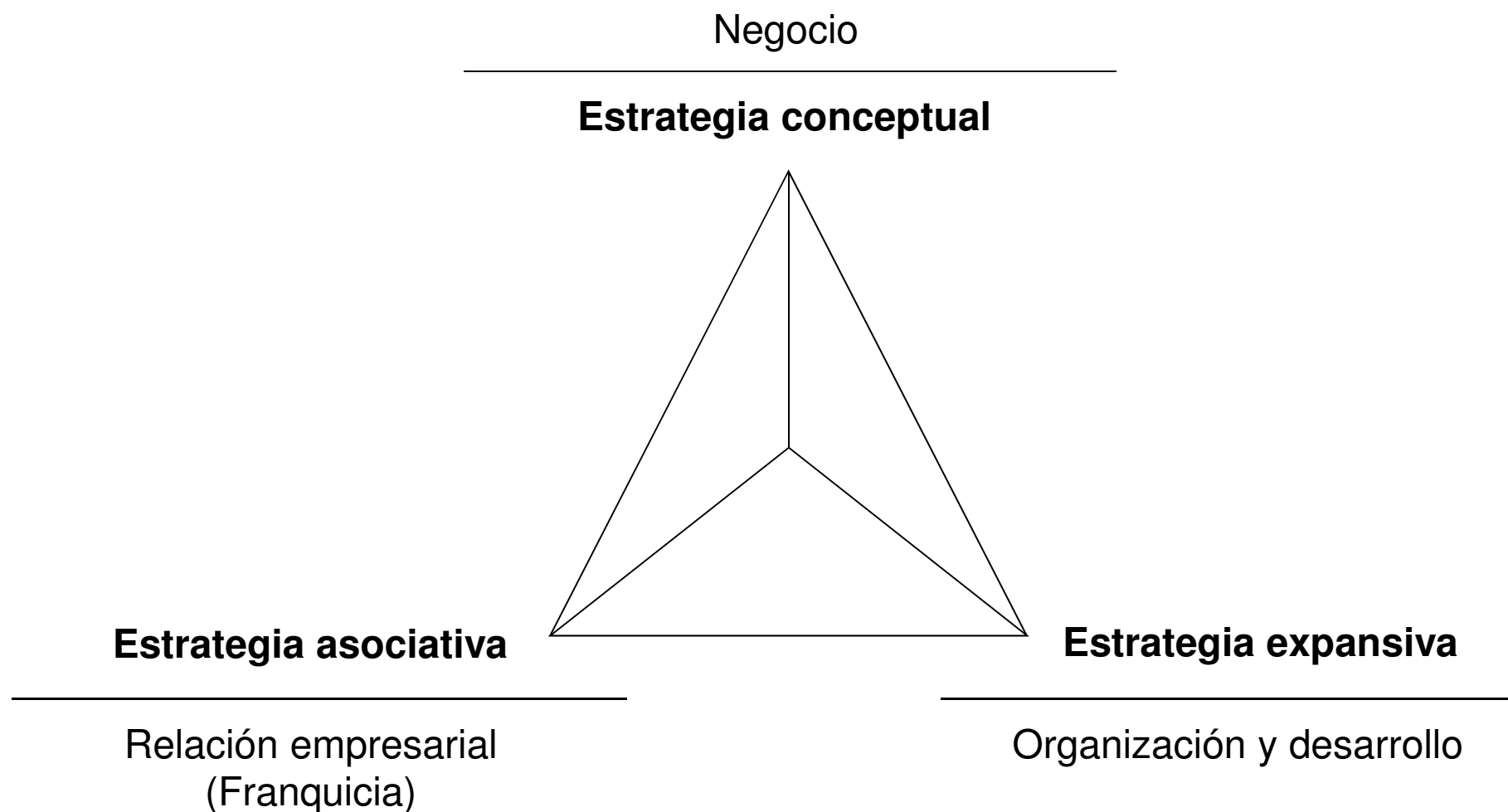
El Proyecto de Franquicia.

El proyecto de franquicia.

Realizar un proyecto de franquicia es definir una estrategia de expansión adaptada a la situación, posibilidades, estructuras y objetivos de la empresa franquiciadora.

Con el desarrollo del proyecto se concretarán todos los factores conceptuales de negocio y las directrices relacionales del acuerdo sobre las que se establecerá la franquicia.

Su realización ha de ser metódica, analítica y decisoria y responder a una triple estrategia:

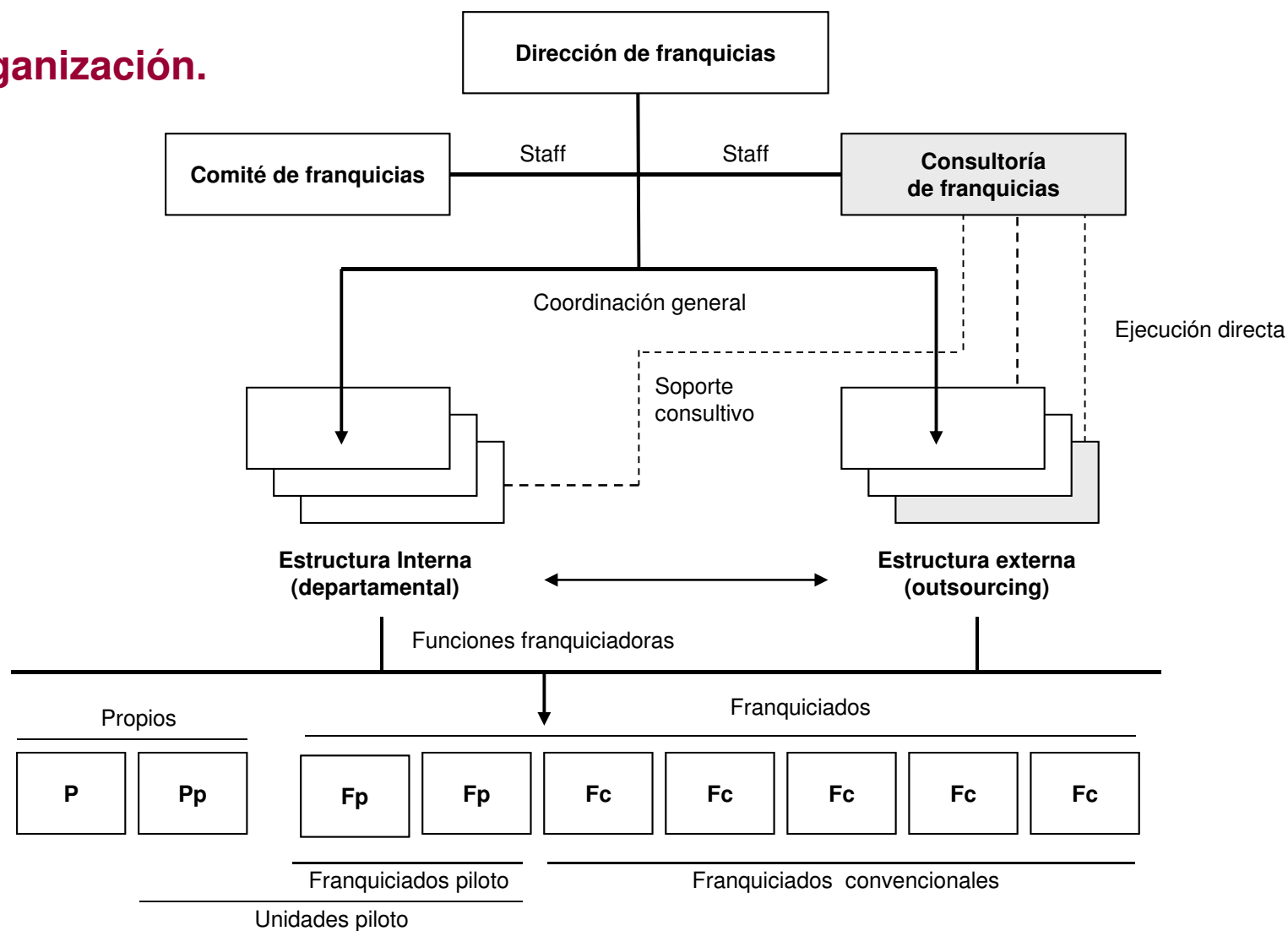


Cómo realizarlo.

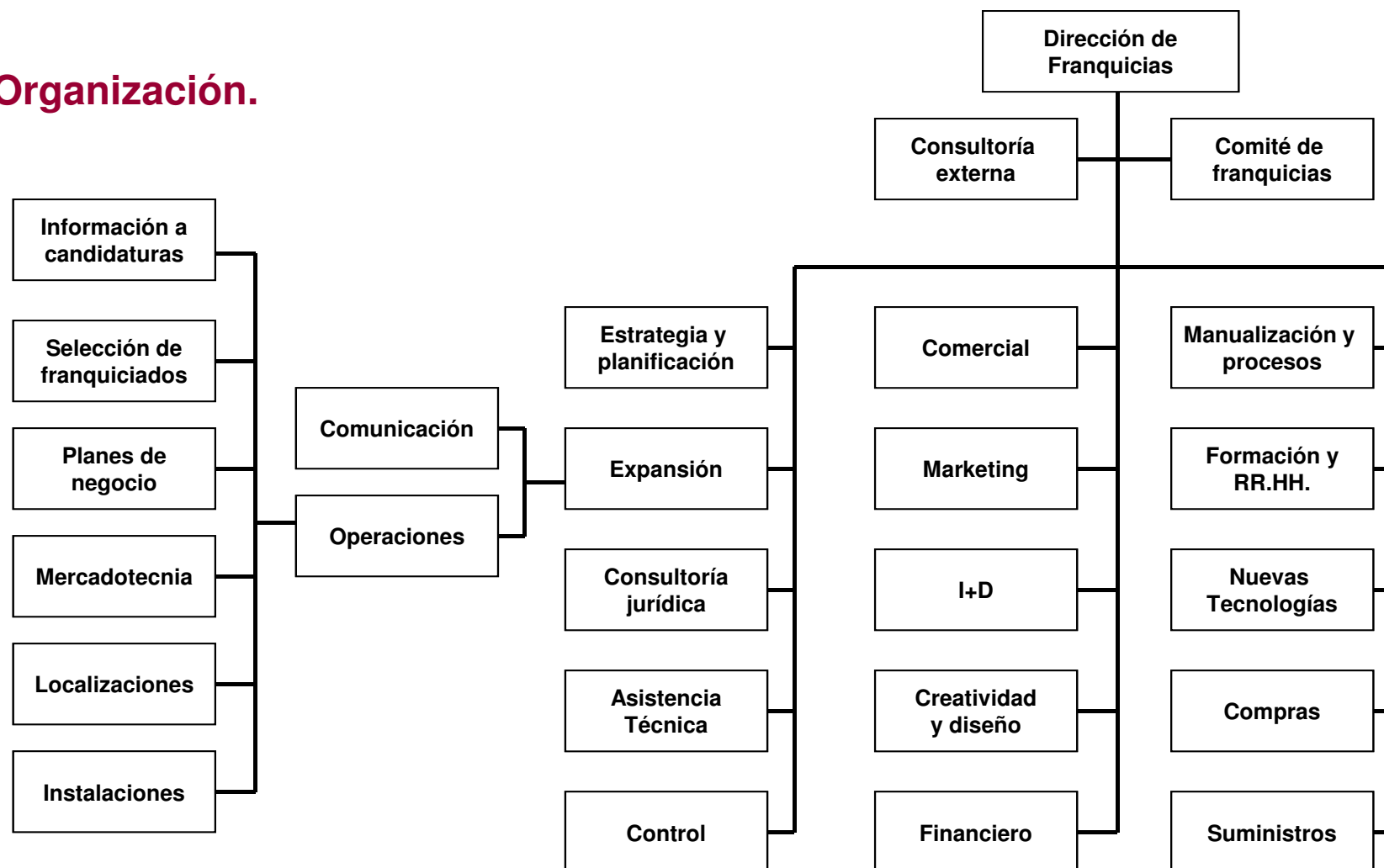
mundoFranquicia consulting acomete la realización de un proyecto en 10 fases de trabajo, identificadas cada una de ellas con un aspecto fundamental de la franquicia que se propone crear y que son previamente planificadas de acuerdo a una secuencia específica.

Se trata de un proyecto multidisciplinar en la que será necesaria la intervención de profesionales especializados en muy diversas materias.

Organización.



Organización.

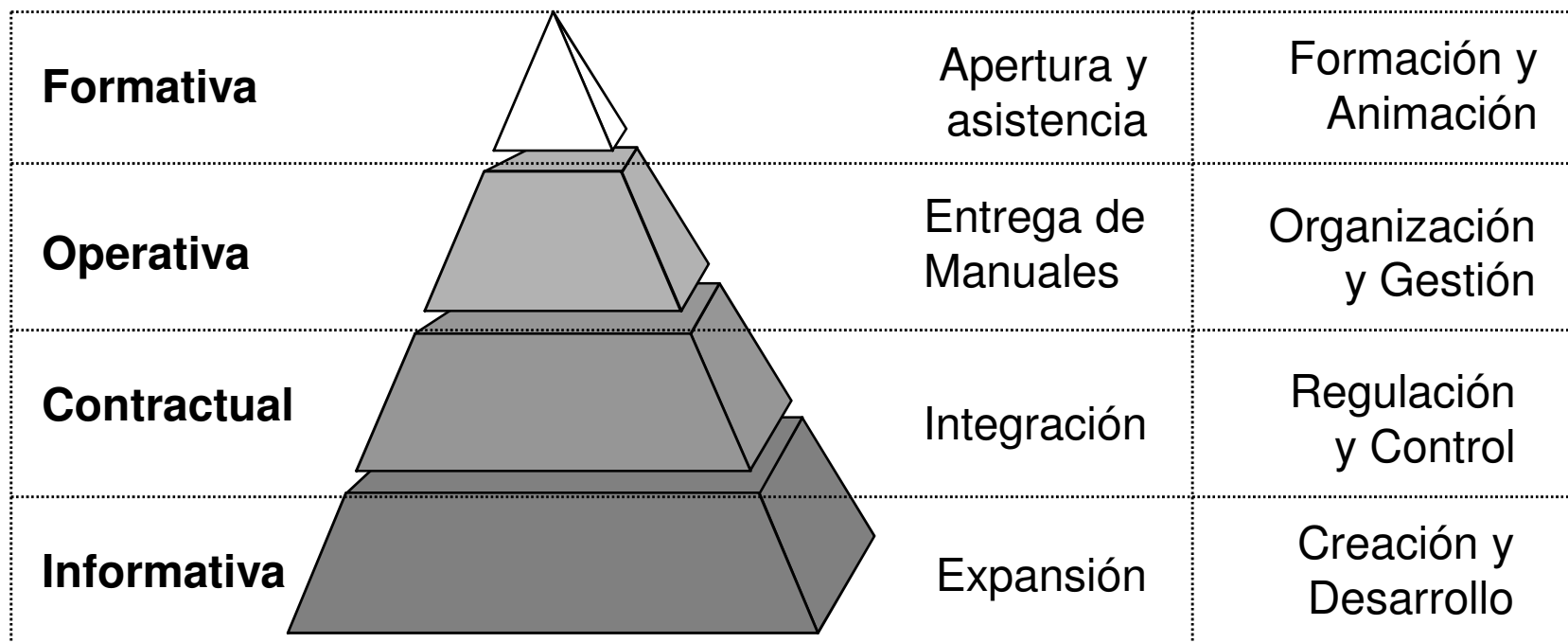


Documentación.

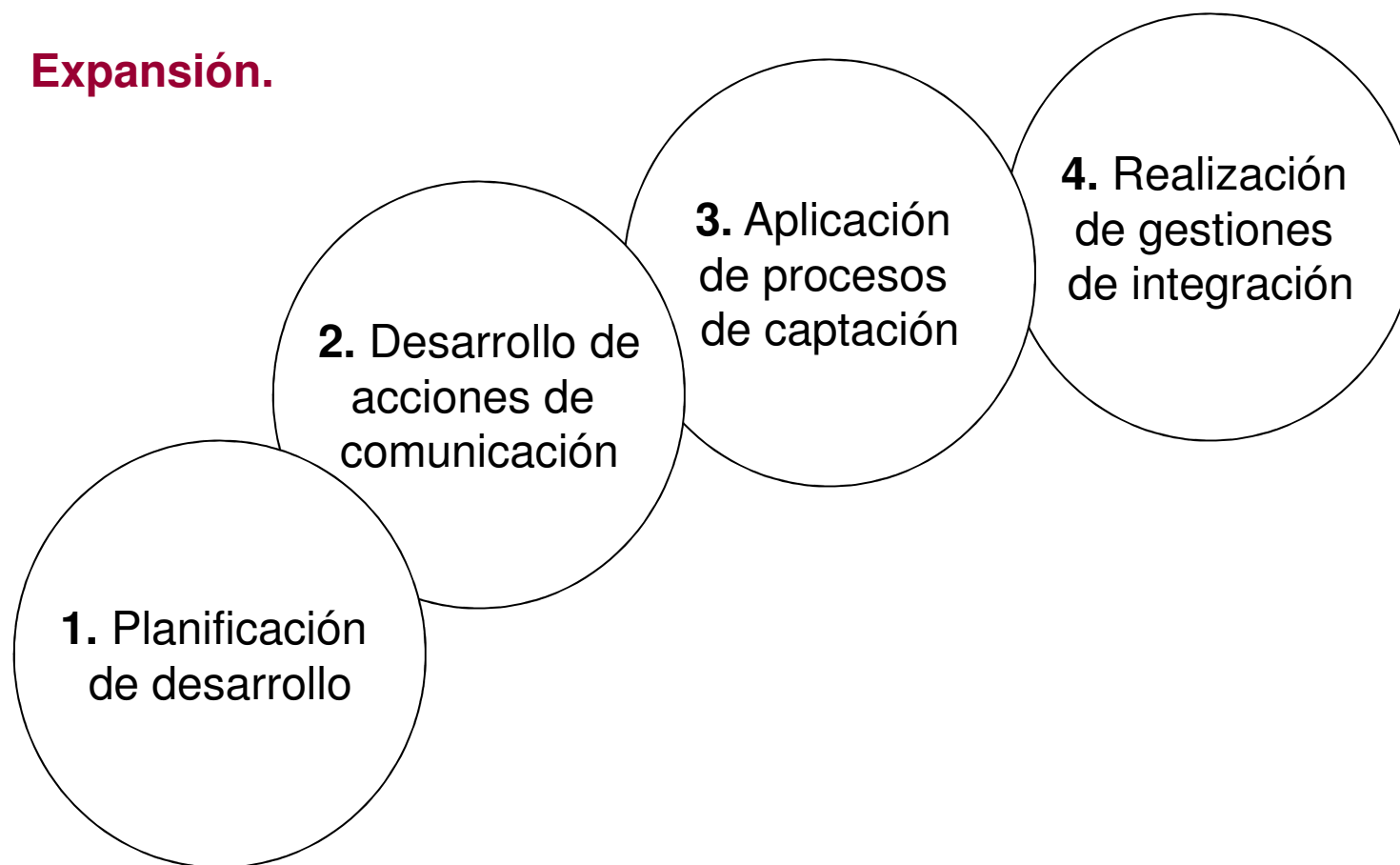
El Reglamento (CE) N° 2790/1999 establece que los conocimientos técnicos del franquiciador han de ser secretos, substanciales y determinados .

(...) se entenderá por determinados que los conocimientos técnicos deben estar descritos de manera suficientemente exhaustiva, para permitir verificar si se ajustan a los criterios de secreto y substancialidad.

Documentación.



Expansión.



Seminario

Cómo franquiciar mi negocio



mundofranquicia |
consulting

www.mundofranquicia.com

© mundoFranquicia consulting 2007