



El sistema de franquicia

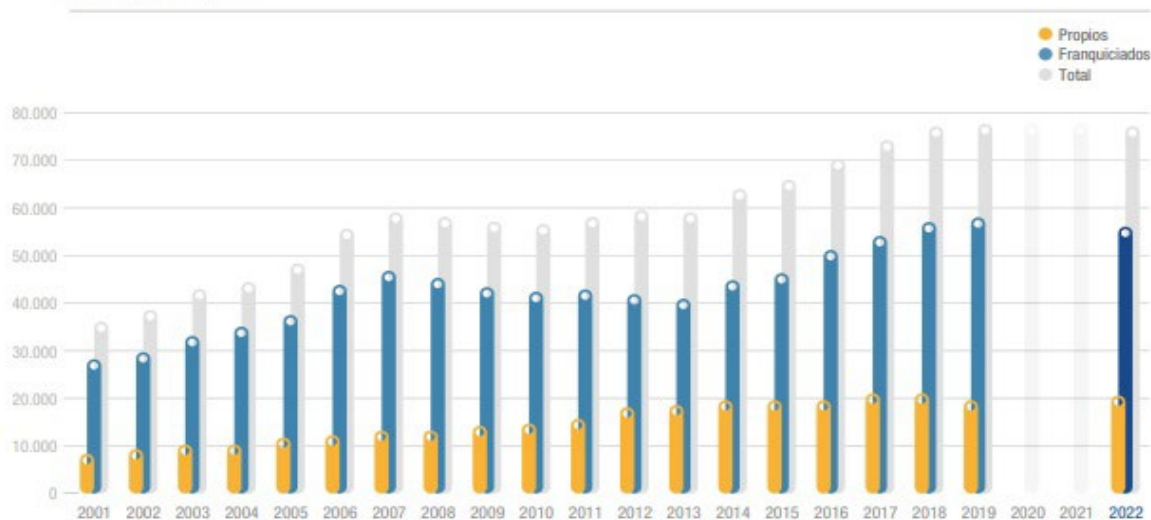
Análisis y aspectos principales

LA FRANQUICIA ES UN SISTEMA, NO UN SECTOR

- TOTAL 2022:
- 77.246

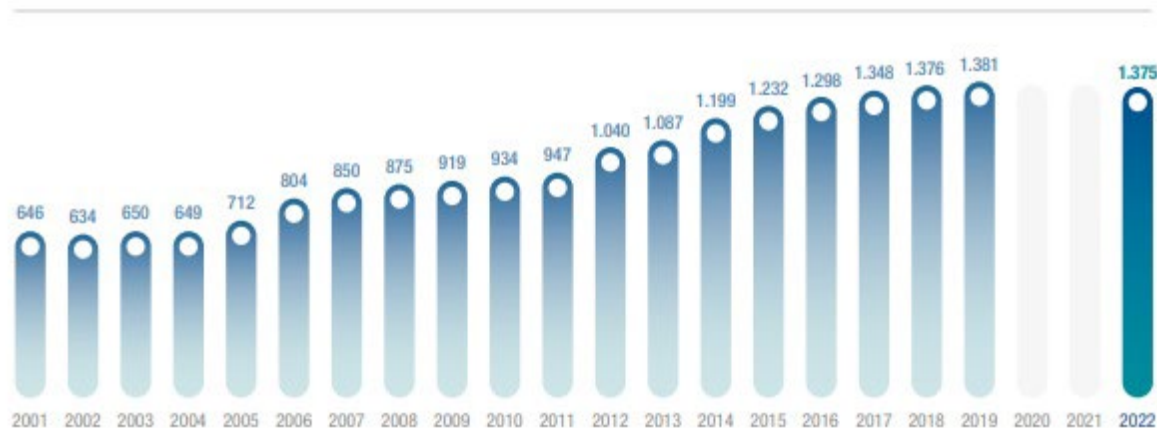
Establecimientos

AEF. Franquicia en España



Marcas

AEF. Franquicia en España



Elementos esenciales

- El franquiciador y el franquiciado
- Independencia jurídica y financiera
- Relación "intuitio personae"
- Concepto empresarial completo y probado
- Verificación del modelo (unidades piloto)

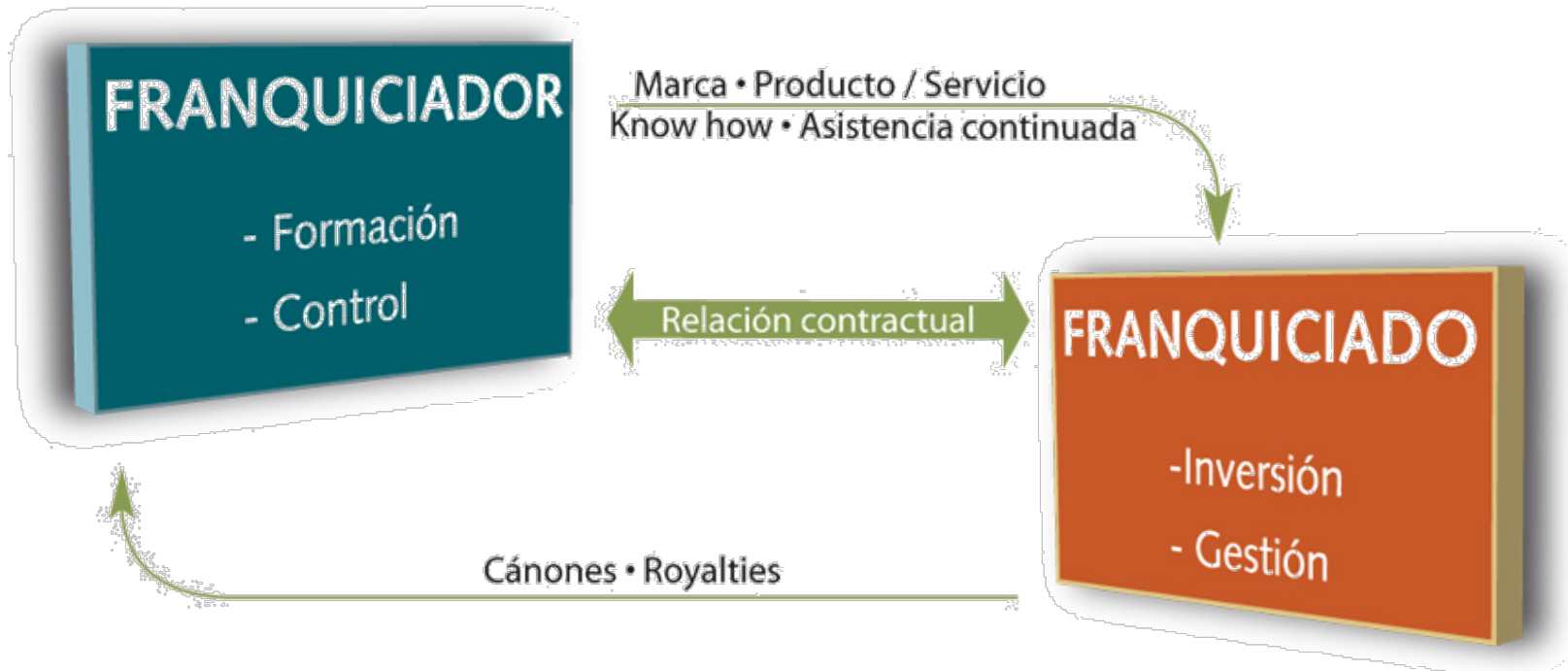


Elementos esenciales

- Transmisión de conocimientos (formación)
- Apoyo al franquiciado
- Control de la red
- Formalización de un contrato escrito



Relación Franquiciador - Franquiciado



Ventajas para el franquiciado

- Disminución del riesgo de fracaso
- Aprovechamiento de las economías de escala
- Formación inicial basada en la experiencia
- Derecho de uso de una marca con prestigio
- Mayor concentración en la actividad
- Acceso a una comunicación mayor
- Condición de empresario independiente



Inconvenientes para el franquiciado

- Dependencia operativa
- Influencia negativa de los problemas del franquiciador
- Contraprestación económica al franquiciador



Ventajas de franquiciar un negocio

- Reducción de la estructura y costes de personal
- Aprovechamiento máximo de las economías de escala
- Menor inversión en el proceso de expansión
- Mayor ritmo de aperturas
- Fidelización del canal
- Motivación del franquiciado



Inconvenientes de franquiciar para el franquiciador

- Mayor riesgo de causar daños al prestigio de la marca
- Afán de independencia del franquiciado
- Menor capacidad de imposición de criterios propios
- Dificultad para compaginar otros sistemas de distribución
- Menor rentabilidad por unidad

1. ¿Es todo franquiciable?
2. ¿Cómo se franquicia un negocio?



1. ¿Es todo franquiciable?

- No todos los negocios son duplicables
- No todos los negocios son suficientemente sencillos
- No todos los negocios disponen de los necesarios factores de fidelización
- Analizar las condiciones de partida:
 - ✓ Demostrar su rentabilidad
 - ✓ Elementos de transmisibilidad

2. ¿Cómo se franquicia un negocio?

A. Hay que determinar si el proyecto de franquicia es viable.

Funcionar como negocio independiente



Funcionar como franquicia

Imprescindible: que tenga factores de fidelización

B. Determinar las condiciones óptimas de franquiciabilidad.

Aspectos económicos

Cánones y royalties

■ Canon de entrada

Pago inicial que el franquiciado realiza al franquiciador en el momento de su incorporación a la cadena.

- Utilización de una marca
- Transmisión del *saber-hacer*
- Operar de forma exclusiva en un territorio pactado
- Compensar parcialmente las inversiones iniciales realizadas por el franquiciador

■ Canon de publicidad / Fondo de Marketing

Pagos periódicos que los franquiciados realizan al franquiciador y cuya finalidad es la de constituir fondos comunes para la inversión en acciones de comunicación y publicitarias.

Ventajas

- Despreocupación en las acciones de comunicación necesarias para la mejora de las ventas
- Unificación del mensaje
- Aprovechamiento de las economías de escala
- Reserva de fondos por anticipado



■ Canon de Mantenimiento o Royalty

Pagos periódicos que realiza el franquiciado al franquiciador en contraprestación por el apoyo y formación continua, la supervisión y mejora del concepto de negocio.

- Porcentaje sobre ventas
- Porcentaje sobre compras
- Margen sobre el producto suministrado
- Importe fijo



MÁS ASPECTOS ECONÓMICOS

- Márgenes sobre los productos
- Los rappels por volumen de compra
- Inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio
- Aspectos financieros
- Desarrollo económico completo
- Cuenta de explotación
- Previsión de expansión de la red



ASPECTOS JURÍDICOS

- El marco de referencia jurídico y el contenido del contrato de franquicia.
 - Ley 15/1996 Ordenación del Comercio Minorista Art. 62
 - Reglamento CE 2790/1999
 - Código Deontológico Europeo
 - Libre competencia vs código de exenciones
- Duración del contrato.
- Si se renueva automáticamente o no.
- Zonas de exclusividad: no es obligatorio.
- Si va a haber exclusividad de suministro, del 100% o de una parte.
- Obligaciones muy especiales y concretas de nuestro negocio al margen de las habituales que impone el sistema de franquicia.
- Causas y efectos de la resolución del contrato.
- Resolución: arbitraje, tribunales ordinarios, etc.

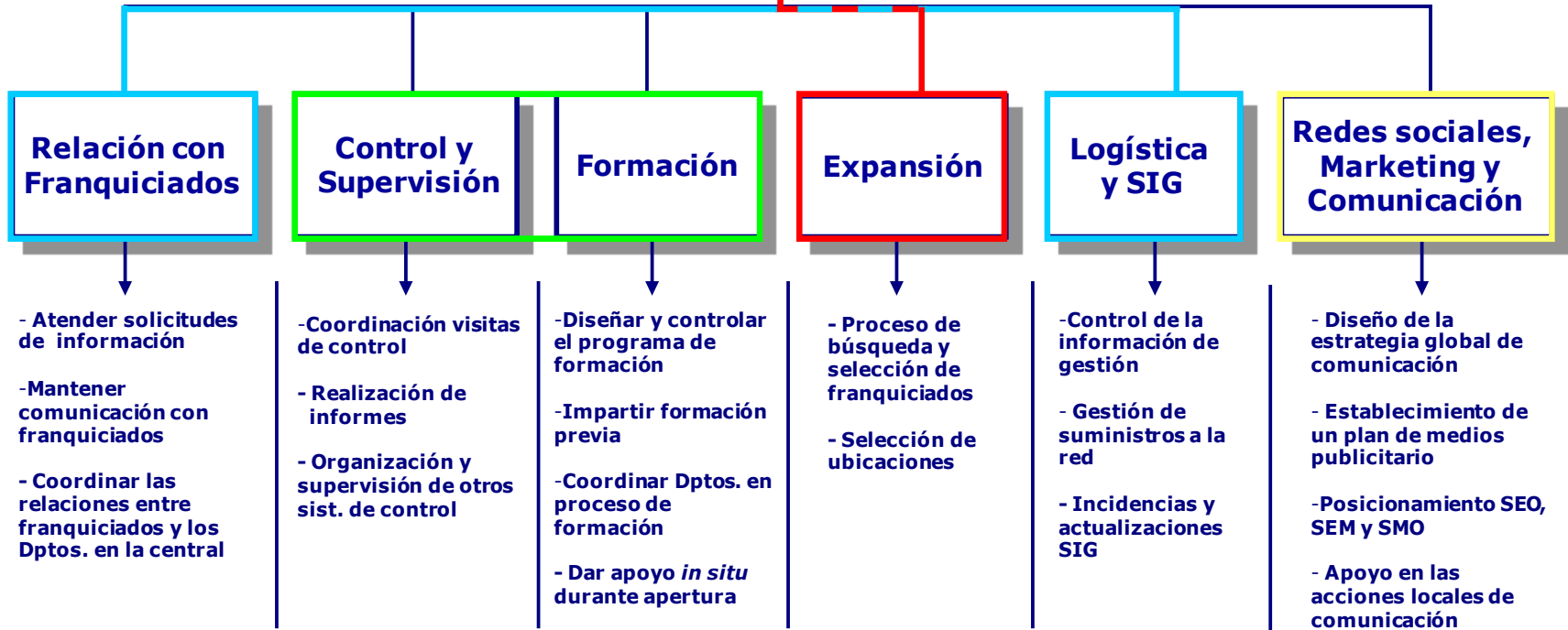
ASPECTOS RELACIONALES:

- Formación inicial y apoyo en la apertura.
- Apoyo sistemático.
- Control y supervisión.
- Canon de Marketing, comunicación corporativa, local y si va a haber un comité de marketing.
- Cómo se gestionará la relación personal con los franquiciados: debe haber una estructura dedicada a la relación con los franquiciados.



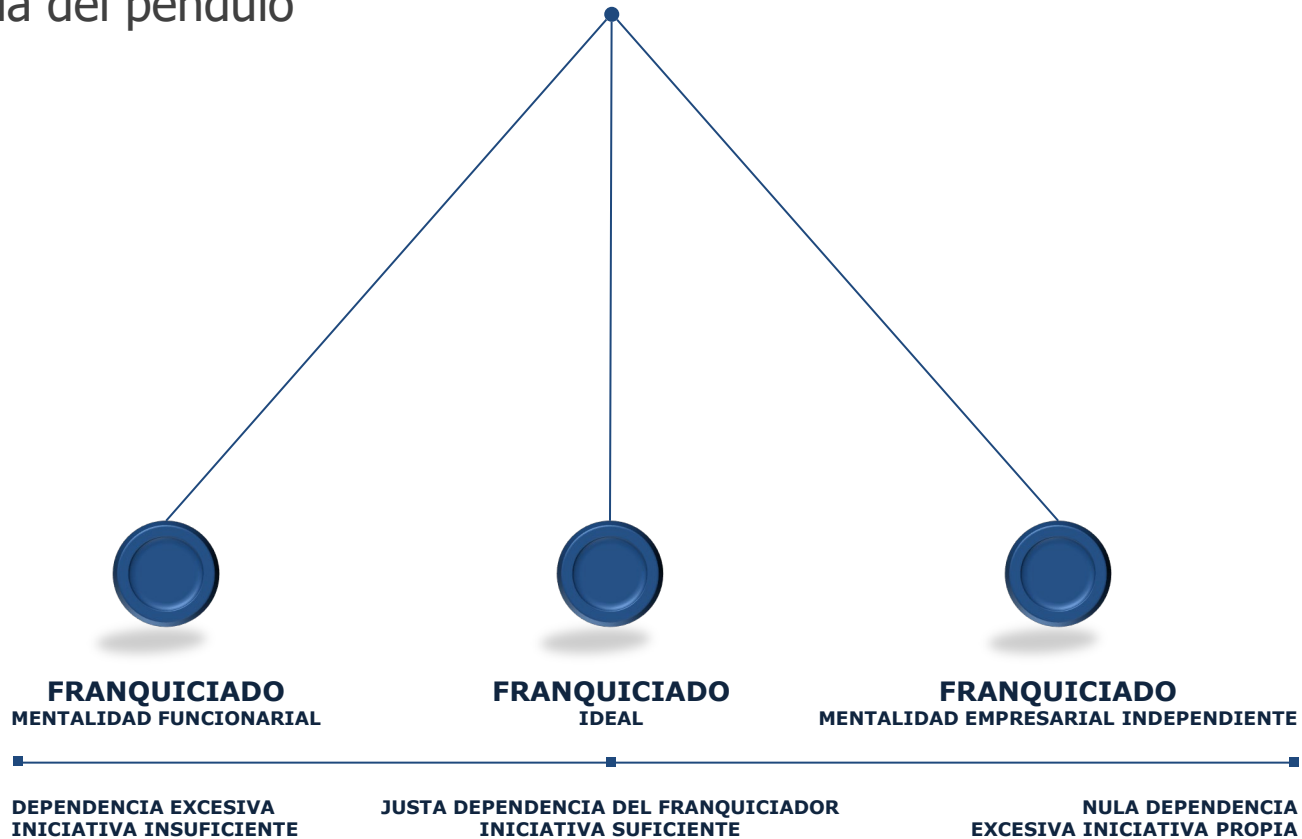
ASPECTOS ESTRUCTURALES:

Dirección de Franquicia



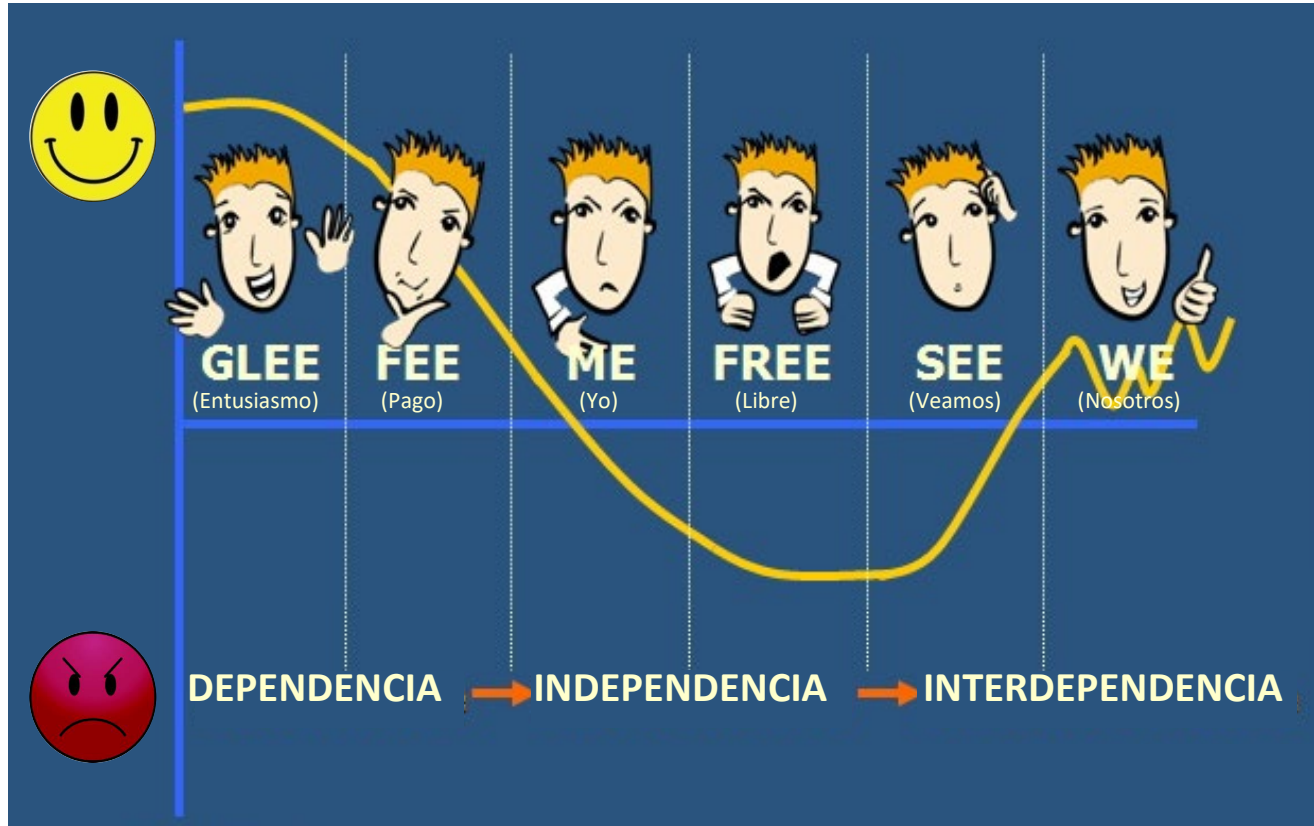
Análisis perfil candidato a franquiciado (1)

Teoría del péndulo



Análisis perfil candidato a franquiciado (2)

Teoría del Factor E



ASPECTOS ESTRATÉGICOS:

- Crecimiento de la red:
 - Mancha de aceite
 - Estratégico
 - Anárquico
- Población mínima rentable → Demanda necesaria →



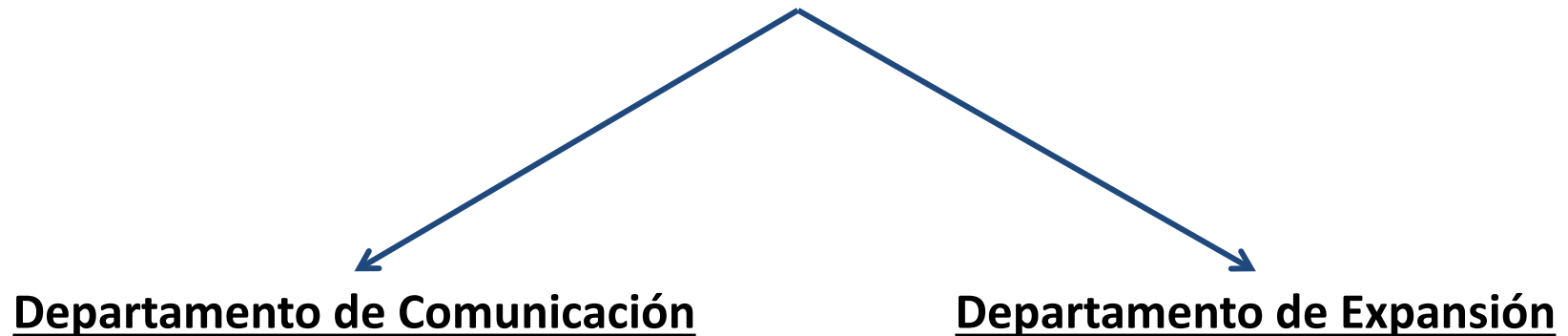
DESARROLLO DOCUMENTAL:

- Dossier de franquicia.
- Manuales Operativos del Sistema.
- Contrato de Franquicia.
- Manual de Identidad Visual Corporativa.
- Manual de Adecuación de Locales.



Búsqueda y selección de candidatos

Para una más eficiente búsqueda y selección de candidatos es necesario:



Departamento de comunicación



Promover el conocimiento y prestigio de marca en el mercado, siempre desde un punto de vista informativo.



Procurar una información de calidad que permita construir una “opinión pública” favorable a la marca y dirija las voluntades hacia el producto y/o servicio

Departamento de expansión



Dar apoyo al departamento de comunicación para la búsqueda de candidatos.



Filtrado y selección de candidatos teniendo en cuenta el perfil requerido para la franquicia.



Análisis de la plaza para la implantación de la franquicia.

Aspectos importantes

- A mayor experiencia –en tiempo o en número de unidades-, mayor confianza por parte de los emprendedores y por tanto mayor facilidad de crecimiento.
- La ubicación es tan importante como el candidato. Conocer bien las ubicaciones óptimas para nuestro modelo de negocio y ser selectivos.
- Los primeros franquiciados avalarán el éxito o el fracaso de la red. Es de vital importancia que estos sean de calidad y nos volquemos con ellos.
- Supervisar, I + D, formación continua, no son opciones, son obligaciones del franquiciador.
- Crecer a un ritmo asumible.



CONCLUSIÓN

Buena alternativa como fórmula de crecimiento

- Crear un proyecto sólido y solvente para ambas partes.
- Crecer de manera responsable y controlada.

Buena alternativa para invertir

- Conocer la marca y su historial.
- Saber mis obligaciones y las del franquiciador.





<http://www.linkedin.com/company/barbadillo-y-asociados-consultores-s.l.>



<https://www.facebook.com/barbadilloyasociados>



<https://www.instagram.com/barbadilloasociados/>



CARLOS BARBADILLO
CONSULTOR

Tel. 91 309 65 15

Carlos.barbadillo@bya.es

www.bya.es

