Cámara Valencia

cómo SELECCIONAR UNA FRANQUICIA

www.camaravalencia.com

Septiembre 2011

01 | INTRODUCCIÓN

02 | ¿QUÉ ES LA FRANQUICIA?

03 | VENTAJAS DE LA FRANQUICIA PARA EL FRANQUICIADO

04 | INCONVENIENTES DE LA FRANQUICIA PARA EL FRANQUICIADO

05 | TIPOS DE FRANQUICIA

06 | ¿CÓMO ES UN BUEN FRANQUICIADOR?

07 | OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADOR

08 | OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO

09 | ¿QUÉ DEBEMOS PREGUNTAR A LA HORA DE CONTACTAR CON EL FRANQUICIADOR?

10 | CONTRATO DE FRANQUICIA

11 | REGLAMENTACIÓN

01 | INTRODUCCIÓN

Muchas personas desean la independencia del trabajo por cuenta propia o tener su propia empresa, pero no se deciden por temor al fracaso en que puede derivar su inexperiencia. Existe, no obstante, una forma de llevar a buen término la iniciativa empresarial, reduciendo los riesgos sin que sea necesario hacer sacrificios inaceptables en términos de independencia del negocio o capital.

En efecto, el sistema de Franquicia ofrece la oportunidad de fundar y desarrollar un negocio propio valiéndose de un producto o servicio reconocido y apoyado por una organización empresarial ya consolidada

02 | ¿QUE ES LA FRANQUICIA?

Definimos la franquicia (Real Decreto 201/2010, Art. 2) como aquélla actividad empresarial, en la que media un contrato por el cual un empresa, el FRANQUICIADOR, cede a otra, el FRANQUICIADO, en un mercado determinado y a cambio de una contraprestación, el derecho a la explotación de un negocio que el primero viene desarrollando anteriormente con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinados tipos de productos o servicios, y que comprende, por lo menos:

- El uso de una denominación o rótulo común y una presentación uniforme de los locales o medios de transporte objeto del contrato.
- La comunicación al franquiciado de un saber hacer, que deberá ser propio, sustancial y singular
- La prestación continúa por el franquiciador al franquiciado de una asistencia durante la vigencia del acuerdo; sin perjuicio de las facultades de supervisión que puedan establecerse contractualmente.

A cambio, el franquiciador recibe una cuota inicial[1] o canon que se paga al principio de la operación y un royalty[2] permanente por los servicios de gestión prestados al franquiciado, que se basa normalmente en un porcentaje de la facturación anual.

La buena elección de una Franquicia significará que el franquiciado empezará con un nombre comercial conocido y un producto o servicio que ha triunfado previamente en el mercado. Los futuros franquiciados deben disponer de la ayuda del franquiciador al elegir y diseñar los locales comerciales, comprar los equipos, formar al personal y negociar con los proveedores.

(1) El franquiciado tiene que aportar unas determinadas cantidades económicas en concepto del denominado “canon de entrada”, que a su vez viene dado por la importancia, nombre e imagen del franquiciador.
(2) Posteriormente, y no siempre, deberá abonarse en concepto de royalties o canon de funcionamiento un porcentaje sobre las ventas realizadas.

03 | VENTAJAS DE LA FRANQUICIA PARA EL FRANQUICIADO

- Método de colaboración de empresa independiente.
- Uso racional y eficaz de recursos. Capital y factor humano.
- Aprovechamiento de las economías de escala.
- Aprovechamiento de la inversión en la marca.
- Optimización de la eficacia de las inversiones.
- Respuesta a la internacionalización de los hábitos de consumo.
- Proporciona una tecnología empresarial específica puesta al día.
- Facilita la expansión internacional de una marca, de una tecnología comercial y de una gama de productos.
- Sistema flexible que se adapta a cualquier tipo de negocio.

04 | INCONVENIENTES DE LA FRANQUICIA PARA EL FRANQUICIADO

- Falta de conocimientos sobre los medios necesarios para determinar la bondad de la cadena.
- No percibir inmediatamente o en su justo momento la planificación u organización del franquiciador.
- Mala adaptación en algunas ocasiones a la filosofía del franquiciador en los diferentes aspectos comerciales.
- Pérdida potencial de la libertad que otorga ser propietario de un comercio, con la consiguiente limitación de independencia empresarial.
- No ser propietario del nombre y marca comercial que trabaja.
- Estar directamente relacionado con la suerte del franquiciador, dependiendo totalmente de la gestión que éste realice.
- Los criterios del franquiciado se aportan a nivel consultivo, nunca ejecutivo.
- Pago de derechos de entrada, royalties, etc.
- Tener que abonar parte de sus beneficios de forma permanente y puntual en la mayoría de los casos.

05 | TIPOS DE FRANQUICIA

• De Producción	Franquiciador es fabricante.
• De distribución	Franquiciador es intermediario.
• De servicios	Franquiciador tiene fórmula y la cede.
• Industrial	Framquiciador cede tecnología y materia prima.
• Corner	Franquiciado dentro de un local comercial.
• Master Franquicia	Franquiciador cede representación geográfica.

06 | ¿CÓMO ES UN BUEN FRANQUICIADOR?

A la hora de valorar la integración en una cadena de franquicia, se deben evaluar las ventajas e inconvenientes de la misma y su adaptación a las expectativas y posibilidades, a fin de maximizar las posibilidades de éxito de la inversión.

Uno de los primeros puntos que hay que examinar es la confianza recíproca entre ambas partes; la similitud entre el pensamiento y opiniones de negocio y personales, su honestidad profesional y la confianza en el negocio.

No menos importante: se debe conocerla situación de la marca en el Registro de la Propiedad Industrial; el Saber Hacer que le pueda transmitir y que debe ser original y específico; la colección de productos y servicios reales adaptados al mercado; la asistencia inicial y permanente de la que se va a beneficiar; las zonas de exclusividad territorial que, en caso de existir, se le asignan. Además, se deberán concretar las cuantías y periodicidades de las diferentes contraprestaciones económicas que se paguen

07 | OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADOR

- Cesión de su nombre (marca) y/o fórmula comercial al franquiciado.
- Asistencia previa apertura del establecimiento (búsqueda de local y personal, estudio del mercado, financiación...). Por lo general, estos aspectos suelen recogerse en un precontrato o declaración de intención.
- Entrega de Manuales de Franquicia.
- Formación inicial y continuada del franquiciado y de su equipo de gestión.
- Aportar material y género de venta.
- Asistencia técnica y/o comercial al franquiciado a lo largo de la vigencia del contrato.
- Apoyo publicitario y promocional.

- Compromiso de competitividad en la fijación de los precios ofrecidos al franquiciado.
- Actualización permanente del saber hacer a las exigencias y tendencias del mercado.
- Inspección y control de la gestión del franquiciado.
- Respetar las cláusulas de exclusividad, ya sean territoriales o de productos, otorgadas a los franquiciados.
- Comunicar los datos al registro de franquiciadores.

08 | OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO

- Realizar en el local las inversiones necesarias para mantener la imagen de la marca franquiciadora.
- Respetar y aplicar la política comercial, los métodos de gestión y las directrices técnicas del franquiciador, así como las normas de establecimiento e instalaciones.
- Cumplir con la contraprestación económica pactada en el contrato, pudiendo consistir en: canon de entrada, derechos de explotación de la marca, gastos de publicidad y porcentaje sobre la cifra de ventas (royalty).
- Compras al franquiciador, central de compras o proveedores recomendados.
- Suministrar al franquiciador información periódica de la gestión y trayectoria de las ventas.
- Aceptar y colaborar en el control y supervisión del franquiciador, permitiendo el acceso a los estados contables y facilitando las labores de inventario.
- No realizar ningún tipo de competencia desleal ni durante la vigencia del contrato ni, temporalmente, tras su rescisión.
- Deber de confidencialidad en cuanto al know how de la franquicia.

09 | ¿QUÉ DEBEMOS PREGUNTAR A LA HORA DE CONTACTAR CON EL FRANQUICIADOR?

A la hora de contactar con el franquiciador, el potencial franquiciado se debe preguntar:

1) ¿Dispone el franquiciador de una base financiera segura con la que proporcionar el apoyo permanente que necesita el franquiciado?

2) ¿Cuál es la cuota inicial exigida? Esta cuota debe cubrir, entre otras cosas, los costes de la asistencia prestada para establecer el negocio como, por ejemplo, formación del personal, estudios de mercado, promoción inicial, diseño y supervisión de las obras.

3) Si el franquiciado potencial está trabajando actualmente, es importante que elija el momento de su renuncia. Si cambia de lugar para adquirir la Franquicia, tiene que tener en cuenta la financiación necesaria, hipotecas, etc.

Recuerde que en los planes de negocio conviene disponer de un margen adecuado de capital circulante.

4) El franquiciador cobrará una cuota inicial para cubrir los costes de los servicios que proporciona. Si no cobra esta cuota o se cobra una superior a la esperada, podría tratarse de una falta de voluntad de proporcionarle esos servicios iniciales o permanentes.

5) ¿Son realistas los planes de rentabilidad? ¿Serán suficientes los beneficios para amortizar los créditos y permitir el crecimiento? Conviene contrastar los planes con los resultados reales de tiendas franquiciadas ya existentes.

6) ¿Cuál es el royalty permanente? Si es demasiado alto, difícilmente se logrará la competitividad. Si es demasiado bajo, es posible que el franquiciador no pueda proporcionar el apoyo necesario.

7) ¿Suministrará el franquiciador el stock de mercancías y los equipos necesarios así como su apoyo? Si es así, hay que comprobar si el precio a cobrar y los plazos del crédito son razonables.

CONTRATO DE FRANQUICIA

La relación contractual entre franquiciador y franquiciado se basa en la confianza mutua. Pero además, desde 1991 contamos con un Código Deontológico cuyo objetivo es que dicha relación sea eficaz y honesta. No es una norma jurídica, es un instrumento de buen funcionamiento. Todo ello se vé reforzado con el Reglamento CEE 2790, de diciembre de 1999, y que es de aplicación directa en España.

Todo contrato de franquicia debe:

- Ajustarse a la legislación nacional y europea.
- Recoger la protección de los derechos de propiedad industrial/intelectual del franquiciador.
- Redactarse en la lengua oficial del país del franquiciado.

- Contener una serie de elementos esenciales:

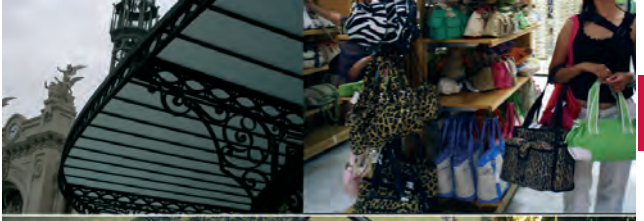
a) Derechos concedidos al franquiciado
b) Productos/servicios a suministrar por el franquiciador
c) Obligaciones del franquiciador
d) Condiciones de pago del franquiciado
e) Duración del contrato y base para la renovación o finalización del mismo
f) Condiciones de transmisión o venta del negocio por el franquiciador
g) Disposiciones de uso de los signos identificativos tales como: marca, logotipo, nombre comercial, ...
h) Derecho del franquiciador de adaptar el sistema de franquicia
i) Disposiciones de entrega de productos por finalización del contrato

Es **importante** saber que la Ley obliga al franquiciador a entregar a sus candidatos con un plazo mínimo de 20 días antes de firmar cualquier contrato, precontrato, o realizar cualquier pago la siguiente información:

- Nombre, razón social, domicilio, capital social y datos de inscripción en el Registro Mercantil y en el Registro de Franquiciadores.
- Experiencia del franquiciador, que incluirá la fecha de creación de la empresa y de la red de Franquicias.
- Acreditación de propiedad o licencia de uso de la marca y otros signos distintivos.
- Contenido de la franquicia, donde se detallarán las características de su saber hacer y el soporte que proporciona a sus franquiciados.
- El número de establecimientos, tanto los que gestiona directamente la cadena como los franquiciados.
- Número de franquiciados que han dejado de pertenecer a la red, durante los dos últimos años, con explicación de las causas por las que han causado baja.
- Estimación de gastos e inversiones necesarias.
- Un resumen de los principales puntos del Contrato de Franquicia: derechos y obligaciones de las partes, condiciones de renovación, etc.

La estructura básica de un contrato de franquicia sigue el siguiente esquema:

1.PREÁMBULO
- Identificación de las partes
- Objeto del convenio



2. CONCESIONES
- Condiciones de uso de la marca y/ó logotipo
- Definición de exclusividad territorial

3. OBLIGACIONES
- Del franquiciador y franquiciado

4. CLÁUSULAS DE
- Duración, renovación, cesión y ruptura del contrato

11 | REGLAMENTACIÓN

LEGISLACIÓN BÁSICA

- **Real Decreto 201/2010,** de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de Franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores. (BOE nº63, del 13 de Marzo de 2011)

- **Reglamento CE nº 2790/1999,** de la Comisión de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

LEGISLACIÓN DE INTERÉS

- **Ley 7/1996, de 15 de enero,** de Ordenación del Comercio Minorista: art. 62, regulación del régimen de franquicia. (BOE Nº15, del 17 de Enero de 1997)
- **Ley 1/2010,** de 1 de marzo, de reforma de la LEY 7/96, de 15 de Enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- **Ley 3/2011,** de la Generalitat de Comercio de la Comunidad Valenciana.
- **Ley 11/86** de 20 de Marzo de Patentes y LEY 32/88 de 18 de Noviembre de Marcas.
- **Real Decreto 687/2002** que aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/01 de Marcas
- **Ley 17/2001** de Marcas

DIRECCIONES DE INTERÉS

CONSELLERIA DE ECONOMÍA, INDUSTRIA, Y COMERCIO
Dirección General de Comercio y Consumo
C/ Colón, 32
46004 Valencia
Teléfono 012 - 963 866 000 - Fax 963 869 600

SERVICIO TERRITORIAL DE COMERCIO DE VALENCIA
C/ Gregorio Gea, 27
46009 Valencia
Teléfono 012 - 963 866 000 - Fax 963 866 806

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA
Servicio Comercio Interior y Turismo
C/ Jesús, 19
46007 Valencia
Tel. 963 103 954 - Fax 963 531 746
E-mail: cinterior@camaravalencia.com

www.feriavalencia.com/sif Salón Internacional de la Franquicia (SIF)
www.franquiciadores.com Asociación Española de Franquiciadores (AEF)
www.mcx.es/Polcomer/Comerin/Registros/RFranquiciadores/Registro-Franquiciadores.htm Registro de Franquiciadores.
www.camaravalencia.com. Bolsa de franquicias de la Cámara Comercio de Valencia.

SEPTIEMBRE 2011

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

- Qué debe saber un empresario sobre el comercio en la Comunidat Valenciana
- Cómo rentabilizar el punto de venta: el merchandising
- Conceptos básicos de escaparatismo
- Criterios de atención al cliente en las empresas de servicio
- Aplicación de Técnicas de venta ó cómo lograr clientes satisfechos
- Guía de idiomas en el comercio
- Buenas prácticas de atención al cliente (díptico y cartel)

Cámara
Valencia

Cámara de Comercio de Valencia
C/ Jesús, 19
46007 Valencia
Tel. 963 103 900 - Fax 963 531 746
E-mail: info@camaravalencia.com

www.camaravalencia.com

impulsa tu Comercio al futuro

Cámaras
de la Comunidad Valenciana

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D´ECONOMIA, INDÚSTRIA I COMERÇ