Cámara Valencia

cómo SELECCIONAR UNA FRANQUICIA

www.camaravalencia.com

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 decide por temor al fracaso. Existe, no obstante, una forma de hacerlo que reduce los riesgos sin que sea necesario hacer sacrificios inaceptables en términos de independencia del negocio o capital.

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 global.

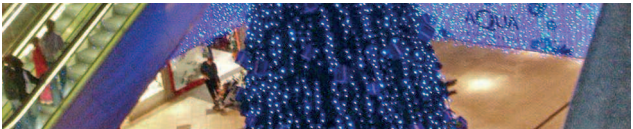
02 | ¿QUE ES LA FRANQUICIA?

Es un sistema de colaboración comercial en el que el FRANQUICIADOR cede al FRANQUICIADO el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios, lo que incluye una licencia y/o marca, así como la utilización de un conjunto de elementos necesarios, con el fin de establecer un negocio y explotarlo rentablemente a partir de unas bases ya determinadas en el contrato.

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. Ustedes, como futuros franquiciados, deben disponer de la ayuda del franquiciador al elegir y diseñar los locales comerciales, comprar los equipos, entrenar 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

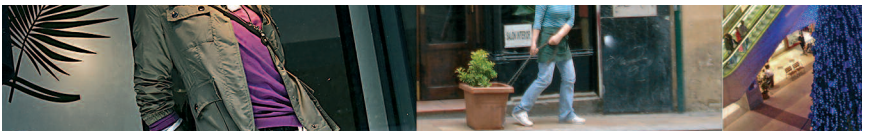
- Método de colaboración de empresa independiente. Uso racional y eficaz de recursos. Capital y factor humano.
- Aprovechamiento de las economías de escala.
- Optimización de la eficacia de las inversiones.
- Respuesta a la internacionalización de los hábitos de consumo.
- La franquicia proporciona una “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 le otorgaría el ser propietario de un comercio, con la consiguiente pérdida 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.
- Sus aportaciones de criterios se producen en un nivel consultivo y nunca ejecutivo.
- Pago de derechos de entrada.
- 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	Franquiciador cede tecnología y materia prima.
• Corner	Franquiciado dentro de un local comercial.
• Master Franquicia	Franquiciador cede representación geográfica.



06 | ¿CÓMO ES UN BUEN FRANQUICIADOR?

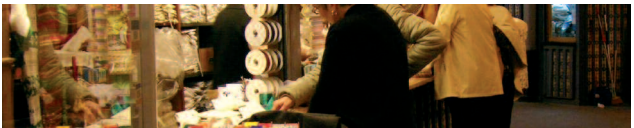
A la hora de integrarnos en una cadena de franquicia, debemos evaluar las ventajas e inconvenientes de la misma y su adaptación a nuestras expectativas y posibilidades, a fin de maximizar las posibilidades de éxito de nuestro negocio.

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 credibilidad en el negocio.

A nivel del propio negocio hay que examinar las características empresariales del franquiciador, su honestidad personal, solidez financiera y credibilidad 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.

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.

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.

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 franquicias ya existentes.

6) ¿Cuál es el royalty permanente? Si es demasiado alto, dificilmente 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.

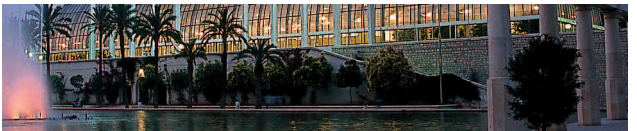
10 | CONTRATO DE FRANQUICIA

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 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 económicas, duración, condiciones de renovación, etc.

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

ESTRUCTURA CONTRACTUAL

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

REGLAMENTACIÓN

LEGISLACIÓN BÁSICA

- **Código Deontológico** Europeo de la Franquicia aplicable en España.
- **Real Decreto 2485/1998 de 13 de noviembre.** BOE Nº283, del 28 de Noviembre de 1998.
- **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.
- **Reglamento (CEE) Nº 408/88** de la Comisión de 30 de Noviembre de 1988, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado de Roma, a categorías de acuerdos de Franquicia
- **Código Deontológico 1988** de la **Federación Francesa** de la Franquicia.
- **Norma AFNOR-NFZ 20.000.** Asociación Británica de la Franquicia.

DIRECCIONES DE INTERÉS

CONSELLERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO E INNOVACIÓN
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.

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

- Qué debe saber un empresario sobre el comercio en la Comunidad Valenciana
- Cómo rentabilizar el punto de venta: el merchandising
- Conceptos básicos de escaparatismo
- Criterios de atención al cliente en las empresas de servicio

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'INDÚSTRIA, COMERÇ I INNOVACIÓ