

GUÍA RÁPIDA

PARA EL INVERSOR EN FRANQUICIA

15 pasos para elegir
una franquicia

TORMO
FRANQUICIAS
Consulting

www.tormofranquicias.es

Pº Castellana, 139 • 28046 Madrid

info@tormofranquicias.es
911 591 666

15 pasos para elegir una franquicia

La franquicia ha demostrado ser una de las formas de emprendimiento más atractivas y menos arriesgadas del mercado. Prueba de ello es que, aun en situaciones adversas para la economía se están creando más de 3.000 nuevas unidades al año, que se suman a las más de 60.000 existentes.

Sin embargo, elegir el modelo de negocio más adecuado a cada emprendedor en un sector en el que operan más de 1.000 empresas franquiciadoras no es una tarea sencilla. Se trata de una decisión que requiere un proceso de análisis profundo, a lo largo del cual debemos recabar la información más adecuada y meditar nuestras posibilidades reales de integración en una determinada red.

Con el objetivo de facilitar este proceso, hemos recogido en esta Guía las fases por las que deberá transcurrir este análisis. Estos son los aspectos claves que deberá conocer para alcanzar su objetivo con las máximas garantías de éxito.

1. Conozca con claridad las peculiaridades del sistema de franquicia.
2. Dónde encontrar la información.
3. Valore las ventajas y desventajas del sistema.
4. El autoanálisis. Estúdiese a sí mismo.
5. Obtenga información transparente y veraz de las marcas de su interés.
6. Documentos que debe solicitar a la central franquiciadora.
7. Información que debe obtener del franquiciador.
8. Estudie detenidamente la información y pregunte sin miedo.
9. Contraste la información con otros franquiciados.
10. El éxito depende de las marcas, no de las expectativas del sector.
11. Inversión, financiación y fondo de maniobra. Sea previsor.
12. El contrato. Compruebe que regula claramente las obligaciones de cada parte.
13. Información detallada sobre su plan de formación.
14. Consejos prácticos.
15. Anexos: glosario de términos, test de autoanálisis, plan de inversión, cuentas previsionales y ayudas.

1

Conozca con claridad las peculiaridades del sistema de franquicia

En primer lugar, y antes de iniciar el proceso de identificación de una red, es imprescindible conocer suficientemente en qué consiste el sistema de franquicia y sus peculiaridades como fórmula de comercio asociado.

Conozca las ventajas que se derivan de este tipo de acuerdos y sus posibles inconvenientes; la situación actual del sector en nuestro país; la normativa aplicable; los derechos que esa normativa nos otorga como franquiciados; las obligaciones que conllevará la firma del contrato de franquicia; los diversos sectores de actividad que actualmente emplean este sistema en España... Deberá conocer todos estos aspectos antes de comenzar a estudiar cualquier oportunidad concreta en franquicia.

Sólo así podrá asegurarse de que sus expectativas, intereses y capacidades coinciden con la franquicia o si, por el contrario, le conviene más optar por otra fórmula de trabajo autónomo.

Este sistema de hacer negocios presenta indudables ventajas, pero ni todas las empresas son iguales, ni todas ofrecen las mismas oportunidades. No obstante, recuerde que en cualquier caso toda franquicia es la reiteración de una fórmula de negocio exitosa y probada empresarialmente por sus fundadores. Nunca olvide esto.

2

Dónde encontrar la información

Llegar a conocer en profundidad lo que puede ofrecernos la franquicia como futuros empresarios no es complicado.

Actualmente el mercado ofrece una amplia variedad de:

- Guías y directorios de franquicias
- Revistas especializadas
- Portales especializados
- Ferias de franquicia y emprendimiento
- Seminarios y presentaciones específicas de franquicia
- Múltiples secciones dedicadas a la franquicia en la prensa general y económica
- Blogs y redes sociales

Además, las principales consultoras están preparadas para ayudarle e informarle, alguna de ellas con cobertura nacional.

En definitiva, la franquicia forma parte de la actividad empresarial, económica y divulgativa, estando presente en todos los foros y ámbitos empresariales.

3

Valore las ventajas y desventajas del sistema

La franquicia se ha consolidado como una fuente de oportunidades de negocio para el emprendedor. Se trata de un sistema que combina los intereses de aquellos empresarios que han logrado el éxito en sus modelos de negocio y desean acelerar su crecimiento, con los de aquellos emprendedores que deciden invertir su capacidad intelectual y económica en un negocio propio.

En líneas generales podríamos decir que existe una franquicia cuando una empresa permite a un emprendedor utilizar su nombre, su imagen corporativa y su modelo de negocio en el que transmite su experiencia y su saber hacer a cambio de unas contraprestaciones económicas.

Antes de decidirse, conozca las principales ventajas e inconvenientes:

Ventajas e inconvenientes para el franquiciado

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Ser propietario de un negocio acreditado, con resultados probados. • Reducción de riesgos. • Obtención de experiencia y know how. • Formación inicial y asistencia continuada. • Zona de exclusividad. • Marketing y publicidad. • I+D del franquiciador. • Economías de escala. • Cobertura asistencial. • Reconocimiento de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de derechos de entrada y royalties. • No es propietario de la marca. • Las principales decisiones las toma el franquiciador. • Normas y directrices impuestas. • Margen de actuación limitado. • Vinculación al éxito del franquiciador y de los demás franquiciados. • Limitación para la venta o traspaso del negocio.

4

El autoanálisis. Estúdiese a sí mismo

Una vez convencido de que esta fórmula de emprendimiento le ofrece más ventajas que inconvenientes y que es una vía interesante para reducir el riesgo empresarial, debemos iniciar un autoanálisis profundo a fin de comprobar si reunimos los requisitos necesarios para ser franquiciado.

Pregúntese si sus circunstancias y características personales, sus aptitudes profesionales, la situación económica y personal en que se encuentra son las adecuadas, etc. Es fundamental contar con el respaldo de su familia, pues usted va a abordar no sólo una inversión económica, sino a asumir un esfuerzo y dedicación para los que deberá sentirse apoyado.

Tenga una idea clara de cuánto está dispuesto a invertir, si dispone de local, si sería capaz de asumir las directrices marcadas por la central, qué expectativas económicas espera, si existe la franquicia con la que sienta identificado, entre otras. Valore también todo aquello que, en su opinión, pueda salir mal y como esto puede afectar a nuestras ilusiones personales, a sus pretensiones de carácter laboral, a su vida familiar y situación patrimonial.

Una respuesta sincera le permitirá ver más claramente si su actitud y circunstancias particulares son las necesarias para integrarse en una franquicia. Si cree que ha superado esta autoevaluación, es el momento de comenzar a pensar en el sector de actividad que más le atraiga y en el producto o servicio en el que quiera basar su actividad.

En el Anexo 1 encontrará un test de autoanálisis que le ayudará a conocer su aptitud frente a la franquicia.

5

Obtenga información transparente y veraz de las marcas de su interés

Un aspecto clave para el éxito en la franquicia consiste en conocer y analizar en profundidad las características intrínsecas del concepto de negocio, de su mercado, de la estructura directiva de la central franquiciadora, de los aspectos contractuales que regularán dicha relación y de los condicionamientos y previsiones de carácter económico, etc.

Para evitar la entrega de una información engañosa y/o la omisión de datos por parte de los franquiciadores, la Ley 7/96, de Ordenación del Comercio Minorista, en su artículo 62, regula las obligaciones informativas a las que deberá hacer frente todo franquiciador ante sus potenciales franquiciados. Conozca esta normativa y sepa cuáles son sus derechos.

En este sentido establece que “... con una antelación mínima de 20 días a la firma del contrato o precontrato de franquicia (...) el franquiciador deberá haber entregado al franquiciado por escrito (...) los datos principales de identificación del franquiciador, descripción del sector de actividad objeto del negocio de franquicia, contenido y característica de la franquicia y su explotación, estructura y extensión de la red y elementos esenciales del acuerdo de franquicia”.

Analice las aportaciones y asistencias a las que se obliga el franquiciador y si en verdad las contraprestaciones económicas están o no justificadas; las obligaciones que adquiriremos como franquiciados; las exclusividades de aprovisionamiento y zonales establecidas por el franquiciador; las razones por las que puede resolver el contrato; su periodo de vigencia, que debe permitir la amortización de la inversión y la obtención de una rentabilidad suficiente, etc.

6

Documentos que debe solicitar a la central franquiciadora

Con el fin de disponer de toda la información necesaria, solicite a la central franquiciadora los siguientes documentos antes de su incorporación:

- **Dossier informativo** con las características de la franquicia. Presentación de productos y servicios e información sobre la apertura, puesta en marcha y desarrollo del negocio.
- **Contrato de franquicia** y precontrato, si lo hubiera.
- **Relación de establecimientos** abiertos, indicando su dirección completa, teléfono, persona de contacto y su condición de tiendas propias o franquiciadas dentro de la estructura de la cadena.
- **Información de tipo económico** y, en especial, la inversión inicial propuesta, una cuenta tipo de explotación, el plan previsional de explotación para, al menos, los tres primeros ejercicios de actividad que incluya, un estado de tesorería y periodo estimado para la amortización de las inversiones necesarias.
- **Relación de servicios y actividades de formación** que aporta el franquiciador especificando posibles costes para el franquiciado.
- **Estructura y organigrama** de la central franquiciadora.
- **Obligaciones financieras del franquiciado** (derecho de entrada, royalties, canon de publicidad o cualquier otro tipo de obligaciones en este sentido).
- **Apoyos de marketing** y calendario de acciones publicitarias.

7

Información que debe obtener del franquiciador

No dude en solicitar al franquiciador una información a la que legalmente tiene derecho. Cualquier opción interesante en franquicia deberá haber contemplado su obligación de facilitar amplia información a los franquiciados potenciales. Cuestiónese muy seriamente su integración en aquellas cadenas que no muestren una transparencia clara en este sentido.

Datos identificativos de la empresa franquiciadora:

Empresa y domicilio social, datos registrales de la marca, capital social, socios y fecha de creación de la empresa.

Descripción del sector de actividad del negocio objeto de la franquicia: Filosofía y concepto de negocio, el mercado y enfoque de viabilidad.

Contenido y características de la franquicia y su explotación: Productos y servicios, directrices de aprovisionamiento, exclusividad de suministro, mercado de implantación y ubicación comercial, requisitos del local, plan de apertura y puesta en marcha, asistencia permanente, formación inicial, plan de inversiones, plan previsional de explotación, amortización de inversiones y punto de equilibrio.

Estructura y extensión de la red: Estructura de la central de franquicia, listado de franquiciados, listado de centros propios y relación de cierres de los últimos ejercicios.

Elementos esenciales del acuerdo de franquicia: Precontrato o acuerdo de opción de compra de la franquicia, derechos y obligaciones principales de las partes, contraprestación económica, duración del contrato, condiciones de renovación y resolución, obligaciones financieras del franquiciado y ámbito de exclusividad territorial.

8

Estudie detenidamente la información y pregunte sin miedo

A la hora de elegir un negocio en franquicia es preciso realizar un análisis previo que nos proporcione la suficiente información sobre el mercado, el franquiciador, el modelo de negocio y el contrato.

A continuación exponemos algunas de las cuestiones que debe considerar en sus análisis:

Modelo de Negocio:

- ¿Posee valores y/o elementos que le otorguen un carácter original y diferencial con respecto al resto?
- ¿En qué aspectos considera que se basa el éxito de su modelo de negocio?
- ¿Posee un producto uniforme y homogéneo?
- ¿Cuántas unidades operativas posee en la actualidad?
- ¿Cuánto tiempo lleva operando con su modelo de negocio?
- ¿Posee soportes o medios que plasmen la información relativa a su modelo de negocio?
- ¿Es adecuada la relación calidad/precio de sus productos/servicios?

Mercado:

- ¿Existe un mercado con suficientes perspectivas de expansión o mantenimiento necesarias?
- ¿Cuenta el modelo de negocio con elementos diferenciadores apreciados por el público?
- ¿Qué número de clientes potenciales se precisa para el correcto desarrollo del negocio?
- ¿Cuál es el perfil del cliente potencial?
- ¿Cómo llegar a él?

Franquiciador:

- ¿En qué consiste y cómo planteará el franquiciador nuestra formación inicial en las técnicas de gestión del negocio?
- ¿Facilitará una formación y asistencia adecuada?
- ¿Cuál es la estructura de la central?
- ¿Demuestra suficiente solidez económica y financiera?
- ¿Qué técnicas de supervisión y control empleará y con qué frecuencia visitará nuestro establecimiento el personal de la central?
- ¿Muestra garantías para un adecuado suministro en calidad y tiempo de entrega?
- ¿Cuáles serán nuestras obligaciones y garantías de aprovisionamiento?

Negocio:

- ¿Qué inversión requiere y cuáles son sus perspectivas de amortización?
- ¿Qué personal es necesario para el desarrollo de la actividad?
- ¿Cómo se verán gravadas las ventas de mi establecimiento?
- ¿Cuáles son las previsiones de ventas para los primeros ejercicios de actividad y cuál es su beneficio neto?
- ¿Cuál es el porcentaje de coste aproximado (sobre su facturación prevista) que representa comercializar su producto/servicio?
- ¿Qué rentabilidad obtiene una vez deducidos todos los gastos propios de su estructura empresarial?
- ¿Ha acordado unas condiciones óptimas de aprovisionamiento por parte de sus proveedores?

Contrato:

- ¿Se adapta a la legislación vigente?
- ¿Contiene cláusulas abusivas o injustificadas?
- ¿Recoge verdaderamente los aspectos esenciales de una relación de franquicia?
- ¿Cuál es su plazo de vigencia?
- ¿Cuáles serán nuestras obligaciones y derechos?
- ¿Cómo se resolvería un posible conflicto con el franquiciador?



Contraste la información con otros franquiciados

La selección de una franquicia no deberá llevarse a cabo basándonos únicamente en la información documental que nos facilite el franquiciador.

Contraste la información obtenida con otros franquiciados de la red. Ellos le aportarán una información muy valiosa respecto al seguimiento de la gestión de la central, el apoyo en la resolución de los problemas que puedan plantearse, consulte aspectos como el nivel de comunicación y su capacidad de implementar acciones de animación y el control real de la red, etc.

Es importante también contar con el asesoramiento de consultores especializados en franquicia. Estos le aportarán una valoración objetiva que le ayudará a adoptar la elección más adecuada a su caso particular. Emplee todo el tiempo que sea necesario en verificar aquello que le transmitan.

Puede también solicitar informes comerciales previos a su integración. Evitará posibles sorpresas.

10

El éxito depende de las marcas, no de las expectativas del sector

Si bien hay sectores que han generado grandes expectativas y han registrado una evolución muy positiva, el dinamismo se debe principalmente a cada marca en particular. No es extraño encontrar sectores formados por múltiples empresas, en los que únicamente un pequeño número de ellas ofrecen serias posibilidades de éxito.

Analice una a una y en profundidad cada marca, pues encontrará grandes diferencias entre empresas de un mismo sector. Efectivamente la solidez de una marca es una importante garantía de éxito pero analice también las múltiples empresas aún en fase de inicio que están logrando aportar grandes dosis de innovación y excelentes resultados.

11

Inversión, financiación y fondo de maniobra. Sea previsor

Conozca claramente su capacidad financiera y las necesidades para la puesta en marcha del negocio elegido. Como mínimo debe disponer del 30% de la inversión en recursos propios. Es importante también contar con un fondo de maniobra que le permita desarrollar con normalidad su actividad durante los primeros meses, en los que los beneficios de la nueva empresa pueden demorarse.

Para completar la financiación de su empresa, las entidades financieras son el recurso por excelencia, incluso en épocas de restricción crediticia. Para conseguir que estas entidades le concedan crédito, será fundamental presentar un plan de negocio adecuado y viable. Solicite también al franquiciador que le acompañe.

Busque toda la información posible sobre ayudas estatales y autonómicas para la puesta en marcha de un negocio y sobre los planes de fomento del autoempleo para este ejercicio.

Algunas de las más solicitadas son las concedidas a jóvenes emprendedores o las dedicadas a mujeres y emprendedoras.

Le proponemos que analice alguna de estas ayudas, que pueden facilitarle la apertura de su negocio.

En el Anexo 2 encontrará un plan de inversiones y una cuenta de explotación para que realice un ejercicio a su medida.

El contrato. Compruebe que regula claramente las obligaciones de cada parte

El contrato regulará los derechos y obligaciones de franquiciador y franquiciado durante toda la vigencia de la relación. La revisión por parte de un profesional especializado en franquicia, con anterioridad a su firma, es la mejor fórmula para evitar desagradables sorpresas en el futuro.

El mismo debe regular las condiciones en que se autoriza al franquiciado el uso de la marca del franquiciador, la transmisión del know how y la asistencia comercial o técnica que, durante toda la vigencia de la relación contractual, deberá prestarse.

La ausencia de cualesquiera de estos tres elementos impide la clasificación del acuerdo en cuestión como “acuerdo de franquicia”.

El análisis de cada contrato de franquicia debe, lógicamente, ser individualizado, pero los siguientes puntos pueden ser una aproximación de las materias sobre las que se hace necesario el asesoramiento profesional:

Identidad de los contratantes: Debe existir un reconocimiento expreso de los derechos de propiedad industrial del franquiciador (logotipos, marca, símbolos y demás signos distintivos del negocio). También deben quedar especificados claramente los datos registrales de la marca y los que otorgan los derechos de utilización de la misma.

Independencia de las partes: Los contratos de franquicia se deben otorgar atendiendo a las cualidades personales y profesionales del franquiciado, siendo frecuente la limitación contractual de la cesión de los derechos derivados del mismo a terceros.

Franquiciador y franquiciado son partes patrimonial y jurídicamente independientes. En consecuencia, el franquiciado como empresario independiente dirigirá y explotará el negocio objeto de la franquicia asumiendo por su cuenta y riesgo todas las responsabilidades derivadas del mismo.

Contraprestaciones económicas: Deberán especificarse con claridad todas las contraprestaciones económicas y el concepto de las mismas (derechos de entrada, royalties, condiciones de suministro, formas de pago y avales si los hubiera).

El Know how: El elemento esencial en todo acuerdo de franquicia es la transmisión por el franquiciador al franquiciado de un know how o saber hacer, que la normativa define como el conjunto de conocimientos derivados de la experiencia del franquiciador relativos a la explotación del negocio y en el que concurre el carácter de secreto y substancial y que debe estar documentado de manera suficiente.

Derechos y obligaciones de las partes: En la relación de franquicia ambas partes franquiciador y franquiciado tienen derechos y obligaciones que cumplir y respetar y que en todo momento deben ser equitativos y equilibrados.

Oferta y aprovisionamiento: Es habitual regular la obligación del franquiciado de aprovisionarse de forma exclusiva a través del franquiciador o de proveedores autorizados por este. Es esencial que tales obligaciones de compra sean equilibradas e incluyan garantías de suministro adecuado y en condiciones competitivas.

Asignación de una zona de exclusividad territorial: Deberá especificarse con claridad el territorio donde operar y sus condicionantes.

Duración contractual: La duración habitual del contrato de franquicia es de 3 a 5 años. No obstante el periodo varía en función del tipo de franquicia pero este no debe ser inferior al tiempo de amortización de la inversión.

No competencia: El contrato incluirá pactos de no competencia que no deben exceder los límites que para los mismos se establecen en la normativa reguladora de la libre competencia.

Cláusulas de cesión: Aunque los acuerdos de franquicia se realizan con carácter “intuitu personae” es necesario incluir cláusulas de cesión del contenido objeto del contrato, es decir, las condiciones en que podrán efectuarse la cesión o transferencia de los derechos derivados del contrato.

13

Información detallada sobre su plan de formación

Una de las ventajas con las que cuenta el sistema de franquicia es la formación inicial que se proporciona al franquiciado desde la central, y que deber ser continuada en el tiempo para mantener una constante actualización del concepto de negocio.

Es deseable que la **formación inicial** ofrezca tres etapas claramente diferenciadas:

- Una *formación teórica* referente a los aspectos relativos al negocio y al sistema de franquicia que, por lo general, se desarrollará en las instalaciones de la central franquiciadora.
- Una *formación práctica* para la aplicación de los conocimientos adquiridos en la fase inicial. Aquí el franquiciado debe tener la posibilidad de trabajar en un centro piloto, bajo la supervisión directa del personal especializado del franquiciador.
- La *asistencia técnica y comercial* de la que podrá beneficiarse el franquiciado en el punto de venta propio, al principio de la actividad.

Adicionalmente, la **formación continuada** debe mantenerse a lo largo de toda la vigencia contractual a través de los diversos medios que le aporte el franquiciador, tales como cursos de reciclaje y de aplicación de nuevas técnicas y métodos operativos, seminarios de trabajo, convenciones, envío de circulares, publicaciones internas y aportación de informaciones útiles a la red, así como la asistencia permanente que se le prestará al franquiciado en la explotación de su negocio.

Confirme que la central está preparada y estructurada para prestarle una formación cualificada en las técnicas de venta y las peculiaridades del negocio durante toda su relación.

14

Consejos prácticos

Integrarse en una red de franquicias supone por parte del emprendedor y futuro franquiciado, una excelente oportunidad de desarrollo en la creación de su propio negocio.

Algunos aspectos que no puede dejar de considerar son:

- No se deje llevar por una primera impresión. Resulta imprescindible informarse de todas las opciones disponibles y no obcecarse con aspectos superficiales.
- No se deje cegar por las marcas. No siempre las más notorias y expandidas son las mejores para usted.
- Tenga cuidado con los sectores de moda, en muchas ocasiones las modas son pasajeras o son monopolizadas por el éxito de una determinada empresa, lo que no es extensivo al conjunto.
- Disponga como mínimo de un 30% en recursos propios sobre la inversión total y además tenga presente el fondo de maniobra necesario para iniciar el negocio.
- Consulte con otros franquiciados de la cadena que le aportarán datos de gran utilidad en su análisis.
- Analice las características intrínsecas tanto del negocio como del mercado en el que este vaya a desarrollarse, sin dejar de contemplar el grado de adaptación al mismo de nuestro perfil personal y económico. Una decisión prudente solo tendrá lugar si disponemos de suficientes elementos de juicio.
- Obtener un asesoramiento externo es fundamental. Consulte con profesionales que le ofrecerán una visión objetiva y experta de los riesgos y ventajas de cada enseña. No solo le pueden ayudar a encontrar su franquicia ideal, también podrán proteger sus intereses.

Anexos Glosario de términos

CONOZCA BIEN EL SIGNIFICADO DE CADA TÉRMINO:

La franquicia emplea términos que es necesario conocer claramente. Estos son algunos de los más utilizados.

Franquicia:

La franquicia es una modalidad de distribución y marketing a través de la cual el franquiciador concede a una persona física o jurídica - el franquiciado - el derecho a operar con un concepto de negocio, comercializando un producto o prestando un servicio bajo el formato de negocio del franquiciador y bajo su propia marca.

Franquiciado - franquiciante:

El franquiciado es el emprendedor/inversor, físico o jurídico, que adquiere el derecho de comercializar un determinado concepto de negocio y todos los métodos inherentes a él, desarrollados por el franquiciador. A su vez, mantendrá vínculos con este último para recibir asistencia tanto inicial como continuada.

Franquiciador:

Es una persona física o jurídica que ha desarrollado un negocio bajo un método determinado, referente a un producto o servicio, y que busca su expansión a través de la búsqueda de inversores a los que otorgará el derecho a operar bajo su marca y con su método operativo y organizativo. El franquiciador prestará una asistencia inicial y continuada a los franquiciados a través del asesoramiento, formación y orientación para el desarrollo del concepto de negocio.

Central franquiciadora:

El franquiciador debe poseer una estructura que de la cobertura y asistencia necesarias a la red de franquicias. A esta estructura se le denomina Central de Franquicias. Es un elemento vital para el correcto mantenimiento y asistencia de la red de franquicias.

Enseña:

La enseña es la marca distintiva de la red, a la que pertenecen todos los centros franquiciados adheridos.

Master Franquicia:

Acuerdo por el cual un franquiciador concede los derechos exclusivos de franquicia para un determinado territorio a una persona física o jurídica. El acuerdo de master franquicia suele utilizarse en el ámbito de la expansión internacional de la franquicia aunque no es exclusivo del mismo.

Master Franquiciado:

Titular de los derechos de master franquicia. Toma en su zona de concesión y durante el tiempo de vigencia del acuerdo el papel de franquiciador, cobrando royalties, cánones de entrada y asumiendo las obligaciones de asesoramiento y ayuda a los franquiciados. Es el socio local de un acuerdo de master franquicia.

Master Franquiciador:

Persona jurídica o física que otorga la explotación de los derechos de franquicia para un determinado territorio en un plazo fijado de tiempo. Recibe como contraprestación por el otorgamiento de los derechos de master franquicia el pago de una cantidad que puede ser fija o variable vinculada a las ventas.

Multifranquiciado:

Titular de varios establecimientos franquiciados pertenecientes a la misma enseña. Su existencia suele ser un buen indicador del éxito de una franquicia, nadie a quien le funcione mal un establecimiento franquiciado va a adquirir otro de la misma enseña.

Contrato de franquicia:

El contrato de franquicia es el documento que firman franquiciador y franquiciado. Constituye la base de la relación y contiene obligaciones y derechos para ambas partes. A través del mismo se transmiten los derechos sobre la marca y el Saber Hacer. Debe ser equilibrado y proteger los intereses por igual de franquiciado y franquiciador.

Inversión:

Cantidad en dinero que necesita aportar un emprendedor para iniciar un negocio. Engloba las partidas iniciales necesarias para funcionar en el mercado.

Cánon de entrada:

Se trata de una cantidad que el franquiciado habrá de abonar para poder adherirse a una red de franquicias. El importe del canon o derecho variará en función de diversos aspectos, como el tiempo que lleve funcionando la red, la rentabilidad que ofrece...

Royalty:

Equivale a un pago (fijo o variable), generalmente mensual, del franquiciado al franquiciador. Es una contraprestación por los servicios prestados por la central y por el uso y disfrute la marca franquiciada. Se calcula habitualmente sobre el beneficio bruto obtenido por la explotación del negocio.

Amortización de la inversión:

Recuperación de las cantidades utilizadas al poner en marcha un negocio. Normalmente, a mayor inversión, mayor será el plazo para recuperar la misma. Contablemente es la expresión de la depreciación de un bien.

Consultoría:

Las consultoras en el ámbito de la franquicia actúan como un soporte integral, tanto para el franquiciador, como para el franquiciado. Asesorando y ayudando a determinar los objetivos a conseguir y los medios para llevarlos a cabo.

Know how o Saber Hacer:

Es el traspaso de conocimiento y experiencias por parte del franquiciador hacia el franquiciado, con el fin de estandarizar la operativa de toda la red.

Manuales:

Son los documentos que recogen toda la información sobre la operativa de la cadena, con la finalidad de lograr la estandarización de las operaciones, procesos, procedimientos, imagen y servicio.

Zona de Exclusividad:

Es el territorio dentro del que el franquiciado operará su unidad. El mismo varía en función de cada modelo de negocio.

Test de autoanálisis

Este ejercicio le proporcionará una valiosa información:

Entre 0 y 69 puntos

Sin duda tiene un perfil adecuado para incorporarse en la franquicia. En general no tendrá problemas para adaptarse a sus requerimientos. Dispone usted de la mejor aptitud personal y capacidades posibles para ser franquiciado y triunfar en su negocio.

Entre 70 y 90 puntos

Existen pequeños detalles que podrían mejorarse, pero en términos generales es Ud. un buen candidato. Dispone de una buena aptitud personal para ser franquiciado y gestionar un negocio.

Entre 91 y 110 puntos

Hay algunos aspectos que no encajan con la filosofía de la franquicia, aunque su perfil no es del todo negativo. Su aptitud personal para ser franquiciado y gestionar un negocio es media.

Entre 111 y 130 puntos

Puede que su aptitud se enfoque más a la de un trabajador por cuenta ajena. En términos generales, un porcentaje alto de aspectos no son adecuados. Su idoneidad personal para ser franquiciado e iniciar un negocio no es la mejor posible.

Puntuación:

A - 1 punto	B - 2 puntos	C - 3 puntos	D - 4 puntos	E - 5 puntos
F - 6 puntos	G - 7 puntos	H - 8 puntos	I - 9 puntos	J - 10 puntos

Generalmente me considero:	
Una persona fácil de supervisar	A
Una persona que busca beneficio y recompensa por su trabajo	B
Una persona a la que le encanta planear vacaciones	C
Una persona que siempre ha trabajado duro	D
Económicamente:	
Soy liberal	A
Soy conservador	B
Aceptar directrices de otro es:	
Uno de mis mejores talentos	A
Lo acepto si no es constantemente requerido	B
Es, a menudo, un deber	C
Algo que no me gusta	D
La presión / tensión en el trabajo:	
Rara vez me incomoda	A
Es algo que hay que intentar evitar	B
Es un problema muy presente en los negocios actualmente	C
Puede causar enfermedad física	D

Normalmente se considera que tengo:	
Habilidad para vender cosas	A
Un buen conocimiento de las cosas	B
Cordialidad / calidad emocional	C
Fuerza física	D
Personalmente yo:	
Tengo grandes habilidades para los negocios y las ventas	A
He vivido variedad de experiencias	B
No he tenido mucha experiencia en negocios	C
No estoy satisfecho con mi actual profesión	D
Un factor esencial en el éxito en los negocios es:	
Ambición por aprender más sobre lo que haces	A
Una vida personal estable y feliz	B
Gran experiencia en negociación	C
Resistencia / rigor físico	D
Lo que mejor me describe / identifica, es:	
Capacidad de convencimiento	A
Inteligencia	B
Habilidad directiva	C
Pericia oral	D
Un fuerte deseo de aprender es:	
Muy valioso, tanto personal como profesionalmente	A
A menudo necesario para avanzar en los negocios	B
No muy importante después de terminar los estudios	C
No muy usual en el mundo de los negocios	D
Cuando un superior me dice lo que tengo que hacer:	
Suelo presentar una alternativa más eficiente	A
Aprenda de sus instrucciones y hago la tarea	B
Me molesto por recibir órdenes todo el rato	C
Me gustaría tener su puesto para dar las órdenes yo	D
Para alcanzar el éxito en los negocios es, a menudo, más importante ser un gran trabajador que creativo y con talento:	
Asiento firmemente esta afirmación	A
Estoy de acuerdo	B
Estoy en desacuerdo	C
Estoy en desacuerdo total	D
Soy más reconocido por:	
Mi gran experiencia laboral en una gran organización	A
Tener habilidad y conocimiento de los negocios	B

Involucrarme en mi comunidad	C
Ser familiar	D
Como propietario de un negocio, sería más importante para mí:	
Proveer puestos de trabajo para mi familia	A
Ser bien considerado por mi plantilla	B
Estar alerta y ser prudente con mis finanzas / cuentas	C
Poder ponerme el horario	D
Las horas de trabajo deberían ser:	
Tantas como se necesiten	A
Flexibles, largas solo para ocasiones especiales	B
Igualmente divididas entre todos los empleados	C
Pagadas	D
La descripción de una persona con buena posibilidad de alcanzar éxito en los negocios es alguien que:	
Está siempre ansiosa por aprender más sobre su trabajo	A
Le gusta evitar el estrés	B
Tiene un buen título de una buena universidad	C
Trabaja mejor sola	D
Elija lo que mejor le describa	
Me gusta vender	A
Soy muy enérgico	B
Asumo bien las directrices	C
Tengo experiencia moderada en el tipo de negocio en el que me gustaría entrar	D
Sé escuchar	A
Soy creativo	B
Soy un previo propietario de un negocio	A
Reúno completamente el dinero para mi negocio	B
No me importa trabajar muchas horas	A
Tengo grandes habilidades en cooperación	B
Soy muy cuidadoso, organizado	A
Me dejo influenciar	B
Soy diplomático	A
Soy caritativo	B
Soy directo	A
Soy espontáneo	B
Soy capaz de dirigir un equipo	A
Soy rápido tomando decisiones	B
Tengo experiencia en gerencia	A
Tengo conocimientos básicos sobre finanzas	B

Necesito estar en el control	A
Puedo ser dirigido por otros	B
Hago lo que sea para que las cosas queden terminadas	A
Tengo grandes habilidades para los negocios	B
Soy resistente al estrés	A
Los fines de semana son para distraerme	B
Estoy deseando montar un negocio	A
Tengo dinero en el banco	B
Marque las cinco contestaciones que sean lo menos parecido a usted:	
Prefiero trabajar por mí mismo	A
Me interesa aprender cosas nuevas	B
Puedo vender cualquier cosa	C
Tengo don de gentes	D
Trabajo mejor tomando decisiones y dando órdenes	E
Prefiero vivir espontáneamente	F
Tengo una trayectoria de largas horas de trabajo en actividades favorables	G
Reboso estrés, preocupación y situaciones límite	H
Me cuesta empezar	I
Prefiero los ambientes de las grandes corporaciones	J

Plan de inversión

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
CONCEPTO	
GASTOS DE ESTABLECIMIENTO	
Gastos de constitución	
Publicidad de lanzamiento	
Gastos de formalización de préstamos	
Alta de suministros	
Otros gastos de apertura	
INMOVILIZADO MATERIAL	
Mobiliario y enseres	
Adecuación y decoración del local	
Equipos para procesos de información	
INMOVILIZADO INMATERIAL	
Derecho de entrada	
Aplicaciones informáticas	
INMOVILIZADO FINANCIERO	
Fianzas depositadas (arrendamiento y otros)	
ACTIVO FIJO	
Stock inicial	
Otros aprovisionamientos (material promocional y diverso)	
Tesorería inicial	
Total costes de apertura	
IVA	
TOTAL FONDOS NECESARIOS	

Cuenta previsional de pérdidas y ganancias

CUENTA PREVISIONAL DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	AÑO 1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%
TOTAL INGRESOS						
Coste de producto						
MARGEN BRUTO						
Gastos de personal						
Arrendamientos						
Royalty explotación						
Royalty publicidad						
Publicidad local						
Suministros						
Comunicaciones						
Mantenimientos y reparaciones						
Seguros						
Gastos bancarios						
Tributos						
Otros gastos						
GASTOS DE ESTRUCTURA						
EBITDA						
Amortizaciones						
BENEFICIO ANTES DE INT. E IMP.						
Intereses						
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS						
Impuestos						
BENEFICIO NETO						

INFORMACIÓN ACERCA DE TORMO FRANQUICIAS CONSULTING:

Tormo Franquicias Consulting es la consultora especializada en franquicia y crecimiento empresarial creada por los principales protagonistas de la consultoría en franquicia en nuestro país.

Nuestro equipo acumula una amplia experiencia tras haber participado en la creación y desarrollo de proyectos empresariales para más de 600 empresas franquiciadoras, ayudando a más de 2.000 personas a integrarse en Redes de Franquicia.

Nuestros servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una Red de Franquicia.

Además, los componentes de nuestro equipo directivo forman parte de diversos consejos de dirección y son conferenciantes habituales en los principales eventos del sector.



www.tormofranquicias.es

Pº Castellana, 139 • 28046 Madrid

info@tormofranquicias.es
911 591 666