

Competitividad es crear mercado

II parte

Franquicias

El Mercat de Vilassar y el de Mercabar-
na deberían constituirse en el otro pun-
to clave del sistema. Organizando la
producción (relación directa con el flo-
ricultor), centralizando la distribución (relación con
el punto de venta), fijando las normalizaciones del
producto (relación con el consumidor), otorgando

las concesiones de explotación de chiringuitos en
régimen de franquicia.

¿Qué es la franquicia? La franquicia es un sistema
de negocio en el que el franquiciador concede al
franquiciado una licencia para utilizar su nombre,
sus productos o servicios, la reputación asociada a
los mismos y la utilización de un conjunto de

elementos necesarios con el
fin de establecer un nego-
cio y explotarlo con renta-
bilidad. A cambio, el
franquiciador recibe una
cuota inicial o canon que se
paga al principio de la ope-
ración y un royalty perma-
nente por los servicios de
gestión prestados al
franquiciado, que se esta-
blece normalmente como un
porcentaje de la facturación.
La franquicia combina la
experiencia, producción y
marketing del
franquiciador, con el capi-
tal, la motivación y capaci-
dad del franquiciado. El sis-
tema de franquicia tiene tres
elementos clave:

1. El paquete de franquicia,
es el conjunto de elementos
que el franquiciador trans-
mite al franquiciado y debe
comprender:

- Un negocio con éxito de-
mostrado.
- Asistencia en la puesta en
marcha del negocio.
- Capacitación inicial y en-
trenamiento continuo.

Cuadro 1:
¿Qué aporta cada una de las partes?

El franquiciador	El franquiciado
- Un conocimiento profundo del mercado.	- La motivación como propietario de un negocio.
- Un «Know how» empresarial experimentado.	- La inversión de su establecimiento.
- La formación del franquiciado.	- Pago de una cuota entrada.
- El diseño, decoración, surtido y merchandising	- Pagos continuos al franquiciador.
- La exclusiva para un territorio determinado.	- Seguir las técnicas comerciales de la franquicia.
- Continua promoción de la marca.	- Compartir los gastos de publicidad.
	- Aceptar el control y seguimiento del franquiciador.
	- Guardar la confidencialidad de la fórmula comercial.

(Fuente: Banco de Santander).

Cuadro 2:
Ventajas de las franquicias

Ventajas del franquiciador	Ventajas del franquiciado
- Mayor cobertura del mercado sin necesidad de un gran capital.	- Acceso a una marca conocida.
- Optimización de los recursos de gestión.	- Un trabajo autónomo.
- Mayor facturación, una vez desarrollada la red.	- No suele ser necesaria experiencia previa.
- Mayor control del canal de distribución y de la imagen de la marca.	- Un formato de negocio ensayado y con éxito probado.
- Riesgo parcialmente compartido con los franquiciados.	- Un riesgo comercial menor.
	-Exclusividad territorial.
	- Captación, sistemas y manuales operativos.
	- Ayuda para la puesta en marcha del negocio.
	-Apoyo comercial y empresarial continuo.
	- Obtener facilidades financieras.
	-Gozar de apoyo publicitario potente.

(Fuente: Banco de Santander).

- Publicidad, marketing y merchandising.
- Promoción y ventas.

El Mercat de Vilassar y el de Mercabarna deberían constituirse en el otro punto clave del sistema otorgando concesiones de explotación de chiringuitos en régimen de franquicia

2. El pago de cuotas del franquiciado al franquiciador, que son normalmente de dos tipos:

- Derechos iniciales de la franquicia: un pago destinado a cubrir los costes iniciales del propio franquiciador, más los costes de selección y formación del nuevo franquiciado.
 - Pagos continuos: que se dividen en tres categorías:
 - Cargos por servicios de gestión.
 - Cuota de publicidad.

- Compra de suministros.

Estos pagos son aparte de los costes de establecimiento normales de un negocio, que naturalmente, van en función del tipo de franquicia, tamaño del local comercial, etc...

3. El contrato de franquicia, es la base legal de la relación de franquicia y por tanto debe estudiarse con la ayuda de un abogado, ya que cubrirá todos y cada uno de los aspectos del negocio objeto de la franquicia, es decir, las obligaciones del franquiciador hacia el franquiciado, y los derechos y obligaciones del franquiciado.



CLAUDIO LIJALAD

UNA ASESORIA DE CALIDAD

V.E.K. Adviesgroep está especializado en la asesoría económica, medioambiental, técnica y arquitectónica. Somos consultores para la puesta en marcha, reconversión y mejora de proyectos en cultivos y de gestión en el sector hortícola.



VEK ADVIESGROEP
Grupo Asesor

AHORA EN ESPAÑA
Tel.: 977/ 75 04 02
Fax: 977/ 75 30 56

P.O. Box 57, 2690 AB, 's - Gravenzande, The Netherlands,
Phone (31) 1748 - 17221, Fax: (31) 1748 - 18066, Telex: 31195 Advек NL