Unidad O

La Franquicia como fórmula fácil de autoempleo

«Nunca emprender fue tan sencillo»





Sumario:

- Las barreras del emprendimiento.
- 2. Derribando barreras.
- La franquicia: el emprendimiento fácil.
- El «Franquiciador».
- El «Franquiciado».
- 6. Preguntas básicas sobre el sistema de franquicias.
- 7. En busca de información.
- 8. «Franquiciado» vs «Empresario Individual».
- 9. El Contrato de Franquicia.
- 10. Equity Crowdfunding.
- 11. Normativa Legal.
- 12. Guía Franquicias.

Objetivos:

- Considerar el sistema de franquicias como una alternativa eficaz de autoempleo.
- Identificar a los sujetos, las características y la forma de funcionamiento de las franquicias.
- Conocer las diferentes fuentes donde poder recabar información sobre el negocio de franquicias.
- Analizar las cláusulas más relevantes de los contratos de franquicia.
- Relacionar el crowdfunding como una fuente nueva de financiación de las franquicias.
- Saber cuál es la normativa aplicable en nuestro país.





1. Las barreras del emprendimiento



El miedo o temor al **FRACASO** es la causa principal para no intentar emprender. Pero no olvidemos que solo fracasa, aquel que nunca intenta nada. De ahí que, **«es mejor intentar algo y fracasar, que dejar de triunfar por temor a fracasar».**

La falta de recursos económicos es la otra cuestión que alegamos para no dar el paso. Anteponemos el valor del **«DINERO»** a nuestras propias capacidades, competencias o ingenio y de esta manera justificamos nuestra **«INMOVILIDAD»**. Claro que para emprender se requiere capital, pero estudiaremos las diferentes fuentes de financiación a las que podemos optar, e ideas con inversiones asequibles.

Si a todo esto, le añadimos el **PESO DE LA TRADICIÓN**, es decir, desde pequeños nos enseñan que debemos seguir la secuencia:

«estudiar, graduarnos y trabajar por cuenta ajena»Esto representa una losa que nos condiciona o impide valorar otras opciones.



2. <u>Derribando barreras</u>

1. Miedo al fracaso

Los seres humanos tenemos miedo a lo desconocido, a lo que no podemos controlar, a lo que se escapa a nuestro conocimiento. Pero te imaginas partir de un proyecto empresarial con una idea ya contrastada, con una marca y un producto consolidado, donde conozcas a priori quiénes son tus clientes, e incluso, sepas desde el primer día la previsión de ingresos y gastos que tendrás durante varios ejercicios económicos, con estas condiciones, ¿quién no emprendería?

2. Falta de recursos económicos

Quién diga que para emprender no se requiere disponer de un capital, estaría faltando a la verdad. Pero cuando comprobamos que en este sistema el capital inicial que se necesita para poner en marcha una idea de negocio, puede oscilar desde cantidades muy asequibles, a otras, con cifras mayores y que el propio sistema de negocio nos puede proporcionar la financiación que necesitamos, con estas condiciones, ¿quién no emprendería?



2.3. Falta de experiencia

Claro que la experiencia en todos los órdenes de la vida nos ayuda a no equivocarnos y a tener más seguridad a la hora de tomar decisiones. Si analizamos el peso de la tradición como una de las causas principales que condiciona en gran medida la opción de emprender, vemos que se sustenta en la experiencia de generaciones que optaron por la vía del trabajo por cuenta ajena como forma de vida. Pero cuando ves que este sistema se basa en la experiencia de muchísimos emprendedores y que la gran mayoría han tenido resultados similares y económicamente rentables, con estas condiciones, ¿quién no emprendería?

Clic@

Los Miedos de los Emprendedores

https://acortar.link/TGVm2r





3. La franquicia: el emprendimiento fácil

La franquicia la definimos como el emprendimiento fácil porque como hemos visto en el apartado anterior, es un sistema de negocio que rompe con las principales barreras que nos impiden emprender y que son:

- El miedo a lo desconocido, deja de tener sentido al partir de una idea de negocio ya consolidada o en vías de serlo.
- La falta de capital, se suple con la propia financiación que nos puede ofrecer la marca y con un amplio abanico de planes de negocio a los que podemos optar en base al capital que tengamos.
- La falta de experiencia, que en la mayoría de proyectos empresariales supondría un fracaso asegurado, en este sistema no es un factor imprescindible, pues contamos con la experiencia del creador de la idea.

Clic@

Guía Práctica para el Autoempleo en Franquicia

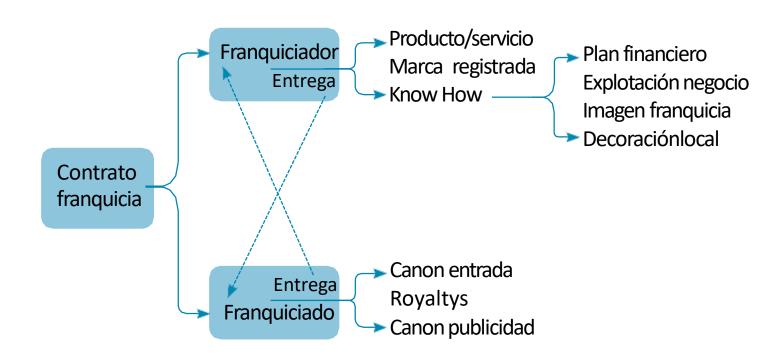
A través de esta guía podrás aclarar todas las dudas que tengas sobre este sistema de negocio.

http://autoempleofranquicias.flexibook





¿Qué es la franquicia? Es un contrato entre una persona física o jurídica llamado «Franquiciador» y otra persona física o jurídica denominado «Franquiciado». El primero cede al segundo el derecho a la explotación de un sistema propio de productos o servicios, a cambio de unas contraprestaciones económicas.







4. El Franquiciador

Es la persona (física o jurídica) que ha tenido la idea original, el responsable del éxito comercial, el que a través de su experiencia ha logrado un producto (bien o servicio) suficientemente reconocido.

En su relación directa y personal con el **franquiciado**, le ofrecerá la explotación y comercialización de:

Una marca.
Un producto.
El Know How o Saber Hacer.

4.1. La Marca o «Enseña»

Es uno de los activos más importantes para el desarrollo de la actividad empresarial y constituye un medio eficaz de canalización y fidelización de su clientela. En el sistema de franquicias hay una igualdad que suele cumplirse: cuanto más conocida se la franquicia, más reconocida será su marca, mayor será su desembolso y también mayor será su beneficio posterior.



¿En qué debemos fijarnos para elegir una buena marca? No es solo un nombre que sea legible, sonoro, fácil de pronunciar, recordar; o que su parte gráfica tenga un diseño, color y logotipo llamativo, es mucho más, en algunos casos supone hasta una filosofía de vida. Por lo tanto, entre las características esenciales que debe reunir una marca para que nos inspire confianza tenemos:

- Antigüedad como empresa.
- Antigüedad como franquicia.
- Número de establecimientos propios.
- Número de establecimientos franquiciados.
- Cómo y cuánto tiempo dura la formación a los futuros franquiciados.
- Qué capacidad de adaptación tiene el producto a los cambios sociales.
- Cuál es la esencia de la marca y los recursos humanos que están detrás.





4.2. El producto

La marca y el producto van asociados de manera que la conjunción de ambos suele representar el **50** % **del éxito de la franquicia.** No puede existir una buena marca con un producto malo, ni al revés, un producto bueno detrás de unapésima marca. Pero tampoco caigamos en la trampa de confiar en productos que en poco tiempo tienen una demanda fulgurante, pues su caída también suele ser estrepitosa.

Al igual que ocurre con la marca, en el producto también debemos ser capaces de reconocer que atributos le otorgan la consideración de indispensable:

- Que detrás exista una marca que esté lo suficientemente consolidada.
- Que se encuentre en una fase del «ciclo de vida del producto» óptima.
- Que su factor diferenciador sea determinante.
- Que sea capaz de cubrir una gran demanda.
- Que tenga capacidad de adaptación.





4.3. Know How

Representa el otro **50 % del éxito de la franquicia** y recoge la experiencia y el saber hacer del franquiciador. Se transmite de diferentes formas según la franquicia y va desde cursos de formación, seminarios, a prácticas en centros pilotos que tienen las marcas. A nivel general podemos hablar de que el **«Saber hacer»** se divide en cuatro grandes bloques de conocimiento:







4.3. <u>Know How</u>

Know How	
Plan Financiero	Previsión de ingresos y gastos que tendremos du-
	rante los 3 primeros años.
Fundata dán dal	Se enseña al futuro franquiciado a gestionar la
Explotación del negocio	franquicia. Incluye información sobre: «concepto
педосто	de negocio, marketing y puesta en marcha».
Imagen corporativa	Su diseño obedece a que la asocien a un producto
	de calidad y prestigio. El franquiciador hará hinca-
	pié en: «logotipo, uniformes, rotulación, imagen
	en la red, fragancia, etc».
Decoración del local	Refuerza la imagen corporativa y se centra en co-
	mo decorar los espacios exteriores e interiores de
	los establecimientos. Se tiene en cuenta: « mo -
	biliario, iluminación, colores, etc».





5. Franquiciado

El franquiciado es la persona física o jurídica que ha decidido emprender eligiendo este sistema de negocio y que recibe de la franquicia:

Como contrapartida entregará al franquiciador unas contraprestaciones económicas:

Canon de Entrada + Royalty + Canon de Publicidad

5.1. Canon de Entrada

Desembolso previo y por una sola vez que satisface el franquiciado en el momento de su incorporación a una cadena de franquicia. Suele ser una cantidad fija y no debe sobrepasar el 10 % del total de la inversión.

Si a la renovación del contrato intentaran volver a cobrar dicho canon, se consideraría una práctica abusiva.





5.2. Royalty

También conocido como canon de funcionamiento o de explotación suele representar un porcentaje que oscila entre el 2 % y el 6 % de la facturación, mensual, trimestral, anual, que debemos abonar al franquiciador.

La justificación de su existencia la podemos argumentar en base a tres aspectos:

- A. <u>Cubrir los gastos del mantenimiento</u> de toda la red y preservar su supervivencia.
- B. <u>Remunerar los servicios de la central de la franquicia</u> encargada de prestar el apoyo técnico y logístico necesario a todos los franquiciados (servicio de compras, técnicas de marketing, desarrollo de nuevos productos, etc).
- C. <u>Obtener un beneficio económico</u>. El royalty representa la principal fuente de ingresos de la franquicia, pero no debe entenderse como un «impuesto revolucionario», sino más bien, como un pago que acabará revirtiendo en nuestro negocio. No olvidemos, que cuanto más gane un franquiciador, más ingresos están teniendo sus franquiciados.



5.3. Canon de publicidad

Es un pago anual que el franquiciado debe abonar en concepto de gastos de publicidad. Normalmente suele ser inferior al **3% de las ventas**.

Contraprestaciones económicas que abona el franquiciado Ganamos Reciclando (Máquinas de Reciclaje)	
Canon de Entrada	2.000 €
Royalty	20 €/mes por máquina
Canon de Publicidad	No hay
TGB	(Hamburguesería)
Inversión Inicial	Coste adecuación local + Canon entrada
Canon de Entrada	38.000€ + IVA
Royalty	7 % sobre facturación
Canon de Publicidad	No hay
Llaoli	lao (Yogurt helado)
Inversión Inicial	46.800 €
Canon de Entrada	9.000 €
Royalty	2,5 % sobre facturación
Canon de Publicidad	2,5 % sobre facturación





Ambiseint (Marketing Olfativo)	
Inversión Inicial	desde 12.500 €
Canon de Entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de Publicidad	5 % sobre facturación
PicaΠ	ca (Vending 24 horas)
Inversión Inicial	30.000 € (según n.º de máquinas)
Canon de Entrada	No hay
Royalty	No hay
Canon de Publicidad	No hay
DetailCar (Li	mpieza Vehiculos sin Agua)
Inversión Inicial	desde 8.900 €
Canon de Entrada	6.000 + IVA
Royalty	190 - 350 €/mes + IVA
Canon de Publicidad	No hay
Nota: las cifras y los porcentajes p	ueden variar según la fecha de consulta.





Pregunta	Respuesta
¿La empresa del franquiciador y el franquiciado es la misma?	Aunque estén comercializando la misma marca y el mismo producto, tienen personalidad jurídica y fiscal diferente.
¿Tiene libertad el franquiciado para dirigir su negocio?	No, porque el franquiciador le obliga a ceñirse escrupulosamente al Know How.
¿Se le garantiza al franquiciado el derecho de exclusividad?	Sí, dispondrá de una zona de influencia (demarcación territorial) en donde ningún otro franquiciado podrá instalarse.
¿Cuánto dura un contrato de franquicia?	Dependerá de cada franquicia. En la mayoría se establecen cláusulas de renovación automática.
¿El franquiciador puede inspeccionar al franquiciado?	Sí, principalmente por dos motivos: • Comprobar que sigue el Know How. • Ver que la facturación es la adecuada.



Pregunta	Respuesta
¿Debe el franquiciado tener experiencia?	En principio no es necesario al contar con la formación y transmisión de conocimientos del franquiciador. Si se tiene mucho mejor.
¿Todos podemos ser franquiciados?	No, las marcas consolidadas llevan a cabo un proceso de selección riguroso, pues no olvidemos que vamos a sersu imagen.
¿Está garantizado el éxito?	No, al tratarse de un concepto muy subjetivo, pero las grandes franquicias te ayudan a obtener resultados muy óptimos.
¿Qué ocurresi la franquicia quiebra?	Se produce el efecto «bola de nieve», arrastrando atodos los franquiciados.
¿Qué representa que una franquicia tengacentros propios?	Denota confianza en la marca. Significa que antes de lanzarse a buscar franquiciados, ha preferido consolidar su sistema de negocio.





Pregunta	Respuesta
¿Qué debo saber de los cánones que tengo que pagar?	 Canon de entrada: →Se paga una sola vez. →No debe superar el 10 % de la inversión. Royalty: →Pago mensual, trimestral, anual. →Entre un 2 % y un 6 % de la facturación. Canon de publicidad: →Suele ser un pago anual. →No debe superar el 3 % de la facturación.
¿Por qué hay franquicias que no te exigen ningún canon?	Suelen representar al sector de hostelería y obtienen su beneficio, al ser los proveedores de las mercaderías (le cargan un margen).





Pregunta	Respuesta
¿Hay fraude en la franquicia?	Puede haber prácticas fraudulentas como en cualquier sistema de negocio. Se recomienda siempre recabar la máxima información.
¿Se puede abrir un negocio similar al finalizar el contrato?	No, se considera competencia desleal y viene vetada con cláusulas de consanguinidad y afinidad en los contratos.





7. En busca de la información

7.1. ¿Dónde obtener información?

- Cadena de franquicias a la que pretendemos pertenecer.
- Consultoras, revistas, y webs especializadas en franquicias.
- En una franquicia de otra provincia (no debe considerarnos competencia).
- En la Entidad Financiera donde pretendemos solicitar el préstamo.
- En el Registro Mercantil.
- En la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- La Asociación Española de Franquiciadores (AEF).
- Las diferentes ferias sobre franquicias y oportunidades de negocio.

Clic@

AEF y Portal Público Consulta Franquiciadores

<u>https://www.aefranquicia.es/</u>
<u>http://www.registrodefranquiciadores.com/</u>





7.2. ¿Qué información debo recibir de la franquicia?

Información precontractual al potencial franquiciado:

- <u>Datos de identificación del franquiciador</u>: nombre o razón social, domicilio y datos de inscripción en el registro de franquiciadores, capital social recogido en el último balance, con expresión de si se halla totalmente desembolsado o en qué proporción y datos de inscripción en el Registro Mercantil, cuando proceda.
- <u>Acreditación de tener los títulos de propiedad o licencia de uso de la marca</u> y signos distintivos para España, así como la duración de dichos permisos.
- <u>Descripción general del sector de actividad</u> que abarcará los datos más importantes de aquél.
- Experiencia de la empresa franquiciadora, que incluirá, entre otros datos, la fecha de creación de la empresa, las principales etapas de su evolución y el desarrollo de la red franquiciada.





7.2. ¿Sobre qué debo informarme?

Información precontractual al potencial franquiciado:

- Contenido y características de la franquicia y de su explotación, que comprenderá las características del saber hacer, la asistencia comercial o técnica, una estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha de un negocio tipo, una previsión de cifras de ventas basadas en experiencias o estudios, que estén suficientemente fundamentados.
- Estructura y extensión de la red en España, que incluirá el número de establecimientos implantados en España, distinguiendo los explotados directamente por el franquiciador de los que operen bajo el régimen de cesión de franquicia, con indicación de la población en que se encuentren ubicados y el número de franquiciados que hayan dejado de pertenecer a la red en España en los dos últimos años, con expresión de si el cese se produjo por expiración del término contractual o por otras causas de extinción.





7.2. ¿Sobre qué debo informarme?

Información precontractual al potencial franquiciado:

• <u>Elementos esenciales del acuerdo de franquicia</u>, que recogerá los derechos y obligaciones de las respectivas partes, duración del contrato, condiciones de resolución y, en su caso, de renovación del mismo, contraprestaciones económicas, pactos de exclusividad, y limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de franquicia.

Clic@

Mujeres en la franquicia

http://www.franquiciadirecta.com/informacion/mujeresenlafranquicia/3024/https://www.franquicia.net/articulos/franquicias-para-mujeres-emprendedoras

Libro Franquicias 2024 AEF + Revista Emprendedores

http://www.buscofranquicia.com/

https://acortar.link/GaFIml





8. Franquiciado Vs Empresario Individual

Franquiciado	Empresario individual
Ventajas	Ventajas
Dismimuye el riesgo al fracaso.	Estás exento de cánones y royalty.
No se exige experiencia previa.	El beneficio es sólo para ti.
Conocer a priori los ingresos.	Tienes libertad para dirigir tu negocio.
Marca y producto reconocido.	Nadie te puede inspeccionar.
Partir con una cartera de clientes.	No estás ligado a la suerte de otros.
Obtener financiación del franquiciador.	Puedes crear cualquiertipo de negocio.
Zona de exclusividad.	Eres el dueño de la marca.
Acceso a campas publicitarias.	Todas las decisiones las tomas tú.
Beneficiarse del I+D del franquiciador.	Eres tu propio jefe.
Inconvenientes	Inconvenientes
Pago de derechos de entrada y royalty.	El riesgo es mayor al empezar de cero.
Obligación de ceñirnos al Know How.	Se requiere experiencia y formación.
El margen de maniobra es muy reducido.	Nadie te puede garantizar los ingresos.
Soportar inspeccionesdel franquiciador.	Marca y producto no conocidos.
Estar ligado a la suerte del franquiciador.	Dificultad para acceder a la financiación.
Se prohíbe crear otro negocio similar.	Carecer de una zona de exclusividad.
No eres el dueño de la marca.	Acceso limitado a campañas publicitarias.
No acabas de ser el jefe.	Estás solo en la toma de decisiones.





9. El contrato de franquicia: clausulas

Devolución Canon Entrada	Debe incluir cláusulas de posibles contingencias en caso de que te eches para atrás para no perder dicho canon.
Cánones a pagar	Se debe saber el importe y cuál es su fin.
Zona de Exclusividad	La demarcación física debe ser amplia y bien determinada.
Duración	Tiempo necesario para que el franquiciado pueda amortizar la inversión realizada.
No competencia	Son cláusulas que fija el franquiciador para preservar los derechos de propiedad industrial e intelectual.
Suministros	Hay que cerciorarse de la posibilidad de comprar a otros proveedores.
Transmisión del Know How	Debe constar, quién va a impartir la formación, cuándo, dónde, cuál será su coste, quién lo asume, etc.





9. El contrato de franquicia: clausulas

Control y vigilancia (El franquiciado en virtud de esta cláusula debe)	 Permitir ser inspeccionado en cualquier momento. A requerimiento del franquiciador deberá presentar la documentación que acredite la contabilidad del negocio. A comprobar el grado de seguimiento del Know How.
Rescisión del con- trato para el fran- quiciado	 Ausencia de transmisión del <i>Know How</i>. Incumplimiento del deber de formación. Saltarse la franquicia la cláusula de exclusividad. Exigir más contraprestaciones que las estipuladas.
Rescisión del contrato para el franquiciador	 Impago reiterado de las obligaciones económicas. No ceñirse al <i>Know How</i> propuesta por la franquicia. No respetar la zona de exclusividad. No permitir las inspecciones. Competencia desleal.

Clic@

Contrato de franquicia

http://www.mmlegal.es/pdf-franquicias/contrato.pdf https://acortar.link/32VMnC





10. Equity Crowdfunding

«Equity Crowdfunding» es un sistema de financiación colectiva que consiste en que los inversores adquieren participaciones o acciones de las empresas a cambio de aportar capital. Un ejemplo muy significativo es **«SEGO FINANCE»** el portal especializado en financiar proyectos empresariales y también en régimen de franquicia, a través del sistema de crowdfunding. Se encarga de poner en contacto a inversores con emprendedores que tienen proyectos con un modelo de negocio via- ble y altas posibilidades de crecimiento y solo necesistan más capital para impulsar su desarrollo.

Funciona de la siguiente manera, el portal analiza y selecciona los proyectos para después, confeccionar un listado con toda la oferta. A continuación, se acuerda el mínimo que deben aportar los inversores y se va acumulando hasta conseguir el **90% del capital requerido.** En caso de no alcanzar este porcentaje de financiación el inversor recupera el dinero y se paraliza el proceso.

Clic@

Guía Equity Crowdfunding / Portal Sego Finance

https://www.flexibook.es/?p=9216 https://www.sociosinversores.com/





10. Equity Crowdfunding

Entre las ventajas que ofrece este sistema tenemos:

Alta rentabilidad para los inversores por encima de la media de los productos tradicionales. Se invierte comprando como mínimo un «Ticket» que dependiendo de cada proyecto, puede ir desde 1.000 € hasta 1 millón de euros.

Disminuye el factor de riesgo comparado con otros productos de inversión, al ser la franquicia un modelo de negocio ya probado.

Mayor disposición de tesorería en los comienzos del proyecto para los emprendedores que decidan optar por esta vía de financiación, pues no tienen que estar pendientes del pago de mensualidades en concepto de devolución de un crédito bancario.

Más visibilidad de la franquicia durante todo el proceso de crowdfunding, ya que los inversores se convierten en embajadores de la marca y todo el proceso se traduce en una auténtica campaña comercial.

Rapidez en la obtención de los fondos pues el tiempo medio que transcurre suele ser tres meses, frente a plazos muy superiores en otros tipos de captación de fondos.

Facilidad de comunicación con los inversores al contar con una plataforma especializada que convierte el entorno en el medio ideal para dar a conocer los proyectos y que puede atraer a todo tipo de inversores desde los tradicionales, a los business angels, clubs de inversión, entidades de capital riesgo, hasta nuestro entorno más cercano: family, friends and fools.

Carácter global al acoger proyectos tanto de nueva creación, como una empresa en fase de crecimiento o un particular que decide emprender de la mano de una franquicia de éxito y no tiene recursos suficientes para hacerlo.

Está regulado por la Ley 5/2015, de 27 de abril de fomento de la financiación empresarial. Además, todas las plataformas de «Equity Crowdfunding» deben estar autorizadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Clic@

Crowdfranquicias / Bancos que ofrecen financiación para Franquicias https://crowdfranquicias.es/
https://acortar.link/W90gO2





11. Normativa legal

En principio en nuestro ordenamiento jurídico no hay una normativa específica que regule de forma clara el sistema de franquicias. Entre las normas que hacen referencia a la relación entre franquiciadores y franquiciados tenemos:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
 En el artículo 62 aparece la definición de franquicia.
- Real Decreto 201/2010 de 26 de febrero por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia.
- Real Decreto-Ley 20/2018, de 7 de diciembre, de medidas urgentes para el impulso de la competitividad económica en el sector de la industria y el comercio en España. Que como ya hemos visto ha eliminado el registro de franquiciadores y la obligación que tenían los franquiciadores de comunicar a dicho registro el inicio de sus actividades.
- Código Deontológico Europeo de la Franquicia. Es un conjunto práctico de reglas esenciales, que rigen las relaciones entre un franquiciador y cada uno de sus franquiciados; que operan conjuntamente en el marco de la red de franquicias.

Clic@

RD 201 de 2010 / Código Deontológico Europeo http://www.boe.es/boe/dias/2010/03/13/pdfs/BOE-A-2010-4175.pdf https://acortar.link/W4yUzJ





Plan de empresa



Ficha 0. La Franquicia como fórmula de Autoempleo

Objetivo: conocer el sistema de franquicias como un medio alternativo para emprender y poder crear tú propio puesto de trabajo.

Puntos a desarrollar:

1. Franquicias familia profesional.

Se adjuntará un dossier con información sobre las franquicias que estén relacionadas con la familia profesional que estáis cursando. Los puntos a tratar serán los siguientes:

A. Inversión.

Especificar la cantidad o montante necesario para ser franquiciado de la marca teniendo en cuenta:

- El Canon de Entrada.
- El Canon de Publicidad.
- · El Royalty.

B. Antigüedad.

Indicar el número de años que la marca lleva funcionando distinguiendo entre:

- · Fecha de creación de la empresa.
- · Fecha en la que se constituye como franquicia.

C. Establecimientos Propios y Franquiciados.

Cuantificar el número de establecimientos que son propios, es decir, pertenecen a la franquicia, de aquellos que son de los franquiciados.

D. Know How o Saber Hacer.

Explicar como la franquicia os va a transmitir su experiencia y saber hacer a través de los siguientes cursos o manuales:

- Plan Financiero.
- · Explotación del Negocio.
- Imagen de la Franquicia.
- · Decoración del Local.

E. Contrato.

Adjuntar un modelo de contrato en el que se especifique la duración, formación recibida, perfil de franquiciado y las cláusulas de extinción de la relación.

F. Previsión de Ingresos.

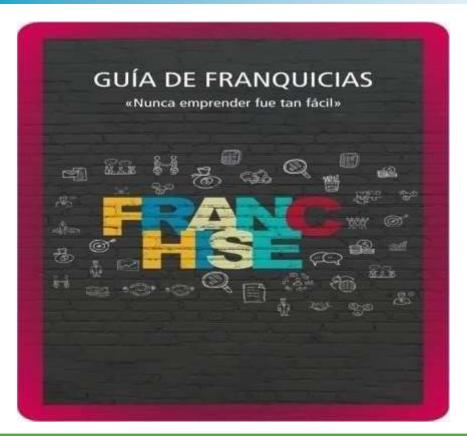
Presentar el plan de rentabilidad económica de la franquicia e indicar el número de años necesarios para amortizar la inversión.

Notas -

En la Web «Clic@ en la pestaña Empresa» y consulta las pautas para realizar la ficha y ejemplos de planes de negocio. Todos los recursos están clasificados por unidades.







Clic@

Guía de Franquicias Flexibook

En el siguiente enlace tienes la guía de franquicias más completa a golpe declick https://www.flexibook.es/?product=guia-franquicias-toda-la-informacion-a-golpe-de-click

