

INDICE

Prologo	XIII
1. Introducción	
1.1. Generalidades	1
1.2. Concepto de franquicia	3
1.2.1. objetivo de la franquicia	5
1.2.2. hipótesis de partida	6
1.3. Formas de comercio próximas a la franquicia	
1.3.1. sucursalismo	7
1.3.2. cadenas voluntarias	
1.3.3. afiliación contractual	8
1.3.4. centrales de compra	
1.4. Orígenes de la franquicia	9
1.5. La franquicia en el mundo	
1.5.1. Estado Unidos	10
1.5.2. Japón	11
1.5.3. Europa	12
1.5.4. America Central y Sudamérica	15
1.6. La franquicia en España	17
1.7. Tipos de franquicia	
1.7.1. Primera clasificación	18
1.7.2. segunda clasificación	
1.7.3. tercera clasificación	20
1.7.4. otras franquicias	22
1.8. Sectores de la franquicia	
1.8.1. Estados Unidos	23
1.8.2. los sectores de la franquicia en España	26
2. Elementos de la franquicia	
2.1. la marca	29
2.1.1. signos distintivos	
2.2. Saber hacer, know-how o savoir faire	31
2.3. El producto o servicio ofertado	35
2.4. El contrato de franquicia	36
2.4.1. naturaleza jurídica	39
2.5. Los pagos	40
2.5.1. Canon de entrada	41
2.5.2. cuotas o canon de funcionamiento	45
2.5.3. otros pagos	47
2.6. Exclusividad territorial	48
2.7. Servicios	50
2.7.1. Local	
2.7.2. formación	51
2.7.3. publicidad	53
2.7.4. asistencia e información	54
2.7.5. recursos financieros	55
2.7.6. otros servicios	56
2.8. Aprovisionamiento	57
2.9. No competencia con el fraquiciador	59

2.10. Control	
2.11. Política común de grupo	60
2.12. Extinción del contrato	
2.12.1. duración del contrato	61
2.12.2. finalización del contrato	
2.12.3. tacita reconducción	
2.12.4. renovación	62
2.12.5. rescisión	63
2.12.6. obligaciones en la extinción del contrato	64
2.13. Un caso real: la franquicia Merkamueble	
2.13.1. historia de la empresa	65
2.13.2. la franquicia: sus antecedentes	
2.13.3. la central de franquicia	66
2.13.4. el paquete de franquicia	68
2.13.5. el contrato de franquicia	69
2.13.6. plan presupuestario	
2.13.7. la formación	70
2.13.8. reclutamiento de franquiciados	
2.13.9. instalaciones	71
2.13.10. capacidad financiera	
2.13.11. experiencia	
2.13.12. selección de franquiciados	
2.13.13. pagos	72
2.13.14. servicios	
2.13.5. productos	73
2.13.6. servicios que ofrece la franquicia MERKAMUEBLE al cliente final	
3. Como montar una franquicia	
3.1. introducción	75
3.2. Franquicia y estrategias empresariales	
3.2.1. estrategia de crecimiento	76
3.2.2. estrategia financiera	
3.2.3. estrategia de marketing	77
3.3. Actividades franquiciables	79
3.4. Condiciones del franquiciador	81
3.5. Nacimiento de una cadena franquiciada	
3.6. Estudios	82
3.6.1. estudios del mercado	83
3.6.2. estudios técnicos	
3.6.3. estudios de necesidades de personal	84
3.6.4. estudios financieros	89
3.7. Centros piloto	93
3.7.1. Contrato de pilotaje	
3.8. El paquete de la franquicia	93
3.8.1. Dossier informativo	94
3.8.2. manual de imagen corporativa	97
3.8.3. documentos jurídicos	
3.8.4. ,manual de explotación	99
3.8.5. el plan presupuestario	101
3.8.6. métodos de formación	102

3.9. Reclutamiento de franquiciados	
3.9.1. análisis del puesto de franquiciado	103
3.9.2. profesiografía del puesto	104
3.9.3. fuentes de reclutamiento	106
3.10. Selección de franquiciados	110
3.11. Internacionalización de al franquicia	
3.11.1. estudios de mercado	117
3.11.2. estudio jurídico legal	
3.11.3. selección de países	118
3.11.4. elección de la forma de acceso al país de destino	119
3.11.5. adaptación de la franquicia al país o países de destino	121
3.11.6. fracasos en la internalización de las franquicias	122
4. Convertirse en franquiciado	
4.1. Introducción	124
4.2. Conocimiento del contenido de la franquicia	125
4.2.1. autoevaluación del franquiciado	126
4.3. Selección y toma de contratos con el fraquiciador	128
4.4. Análisis de una cadena franquiciada	130
4.4.1. ocho criterios para la selección de una franquicia	131
4.5. Análisis financiero	133
4.5.1. cuenta previsional de explotación	134
4.5.2. cuenta previsional de tesorería	135
4.6. Verificaciones	136
4.7. Examen del contrato	137
5. Valoración de la franquicia	
5.1. ventajas e inconvenientes de la franquicia	139
5.1.1. ventajas generales	
5.1.2. ventajas para el fraquiciador	140
5.1.3. inconvenientes para el fraquiciador	143
5.1.4. ventajas para el franquiciado	145
5.1.5. inconvenientes para el franquiciado	146
5.2. Riesgo en la franquicia	148
5.2.1. las falsas franquicias	
5.2.2. las falsas “buenas franquicias”	150
5.2.3. franquicias en sectores de actividad de alto riesgo	
5.2.4. franquicias muy caras	151
5.2.5. las franquicias con malos contratos	
5.3. Mitos de la franquicia	
5.4. Éxito y fracaso de la franquicia	153
6. Aspectos legales de la franquicia	
6.1. Introducción	157
6.2. La franquicia como práctica restrictiva de a competencia	158
6.3. La exención concedida a los acuerdos de distribución en exclusiva	160
6.4. La extensión a los contratos de franquicia de la exención concedida a los cuerdos de distribución exclusiva	162
6.5. Declaración individual de exención a un contrato de franquicia	165
6.6. El reglamento de la que sobre los acuerdos de franquicia	168
6.7. La regulación española de los acuerdos de franquicia	170

7. El contrato de franquicia	172
7.1. Las relaciones precontractuales	
7.1.1. La información precontractual	
7.1.2. Contrato de opción	175
7.2. Estructura del contrato	
7.2.1. Título del contrato	176
7.2.2. Preámbulo	
7.2.3. Concesión de la franquicia	177
7.2.4. Obligaciones del franquiciador y franquiciado	
7.2.5. Duración, renovación y término del contrato	
7.2.6. Firma de los contratantes	178
7.3. Otros aspectos del contrato	
7.3.1. registro del contrato	
7.3.2. Carácter personal del contrato (cláusula intuitu personae)	
7.3.3. cesión del contrato	179
7.3.4. independencia del franquiciado	
7.3.5. seguros	180
7.4. El contrato de franquicia	
7.4.1. Título del contrato	181
7.4.2. Preámbulo	
7.4.3. concesión de la franquicia	183
7.4.4. Obligaciones del franquiciador y el franquiciado	185
7.4.5. extinción del contrato	193
7.4.6. cesión del contrato	
7.4.7. firma de los contratantes	195
8. El asociacionismo en la franquicia	
8.1. Introducción	197
8.2. Las asociaciones de franquiciadores	
8.2.1. generalidades	198
8.2.2. la asociación española de franquiciadores (AEF)	200
8.2.3. las asociaciones de franquiciadores a nivel internacional	202
8.3. Asociaciones de franquiciados	203
8.3.1. declaración de derechos del franquiciado	
8.4. Asociación de abogados de franquicia	205
8.5. Entidades de servicios relacionadas con la franquicia	
8.5.1. Entidades financieras	207
8.5.3. Entes públicos	
8.6. Deontología de la franquicia	209
8.6.1. Código de la IFA (International Franchise Association)	210
8.6.2. Código de la EFF (European Franchise Federation)	211
8.6.3. Código de la FFF (Federation Francaise de la Franchise)	212
8.6.4. Código Belga (Association Belge du Franchising)	
8.6.5. Código de la BFA (British Franchise Association)	213
8.6.5. Código de la JFA (Japan Franchise Association)	
8.6.7. Código de la CFA (Canadian Franchise Association)	214
Índice	217