

# Claus per identificar una mala central franquiciadora

## Índex

- 01** Introducció
- 02** Qüestionaris per radiografiar la Central Franquiciadora
- 03** Què diu la llei?
- 04** Indicis d'engany
- 05** Més informació

# 01. Introducció

Per a Adrián Soler, soci d'FDS Consultors, 'franquiciar' consisteix a dissenyar un model excel·lent de negoci per cedir-lo a altres persones emprenedores i junts formar un grup capdavanter en el mercat". Aquesta és la teoria, però la pràctica desgraciadament no sempre respon a aquesta definició, sobretot des del punt de vista de l'empresa franquiciadora. Algunes persones emprenedores que s'han decidit per la fórmula de la franquícia a l'hora de muntar el seu propi negoci s'han endut una desagradable sorpresa amb les empreses disposades a transferir el seu *know how* (*savoir faire*), és a dir, el conjunt de coneixements i experiències adquirides en el desenvolupament de la seva activitat. En aquest informe enumerem alguns punts clau perquè les persones emprenedores identifiquin la qualitat de l'empresa franquiciadora.

## 02. Qüestionaris per radiografiar una empresa franquiciadora - la Central

Els negocis en règim de franquícia exigeixen a la persona emprendedora desembutxacar una quantitat superior de diners que en el cas d'una empresa independent degut, entre altres raons, al preu d'entrada a la xarxa i el cànon que ha de pagar el/la franquiciat/franquiciada en concepte de publicitat. Per aquest motiu, el procés d'anàlisi de què ofereix l'empresa franquiciadora és fonamental perquè el/la franquiciat/franquiciada no inverteixi erròniament. Per obtenir la màxima informació de la manera més clara i concisa possible hi ha una sèrie de preguntes que cal tenir en compte.

### Dades de la Central de franquícies

---

- Any de naixement de la Central,
- Qui està al capdavant de la Central, (a ser possible que facilitin nom, cognoms, DNI i CIF de la societat),
- En què ha treballat la Central amb anterioritat,
- Quin capital social està desemborsat i com està repartit,
- Quina és la situació dels comptes anuals de la Central de l'últim exercici,
- En què es diferencia l'oferta de la Central amb la de la resta de la competència,
- La Central està inscrita en el Registre de Franquiciadors o en el seu defecte pertany a l'Associació Nacional de Franquiciadors,
- Característiques de la zona d'activitat; coincideix o té semblança amb l'àrea on vol implantar el negoci la persona franquiciada,
- La Central es dedica només a l'activitat de la qual vol formar part la persona franquiciada o en té d'altres,
- En cas de múltiples activitats, de quina manera afecten l'equip promotor franquiciat.

### Relació entre la Central i la xarxa de persones franquiciades

---

- Quin tipus de dependència tenen les franquícies amb la Central; són filials d'una mateixa empresa matriu o tenen una altra relació jurídica.
- Quantes empreses ha franquiciat des que va entra en funcionament.
- Alguna s'ha vist obligada a tancar. Per què?

- Quin percentatge suposa aquest tipus d'establiments en règim de franquícia en comparació amb els punts de venda propietat directa de la Central.
- Pot la persona emprenedora, que vol entrar a la xarxa, compartir experiències i dubtes amb altres empreses franquiciades sense traves per part de l'empresa franquiciadora.
- Del diàleg amb altres empreses franquiciades: s'ha comprovat que cap s'ha sentit pressionada o forçada a prendre cap decisió per part de la Central sense estar-ne completament segura.
- Si té o no una zona en exclusiva on no es podran instal·lar altres empreses franquiciades de la mateixa xarxa.
- Està ben calculat el negoci potencial de la zona d'exclusivitat amb relació a la inversió exigida per posar en marxa la franquícia.

## **Suport de la Central a la franquiciada**

---

- Quina formació inicial i de reciclatge facilita,
- Ha inspeccionat la Central el local i ha col·laborat l'empresa franquiciada en la seva recerca i selecció,
- Està disposada la Central a desplaçar-se al local per supervisar la feina en la fase inicial del negoci,
- Posseeix la Central acords de col·laboració amb alguna entitat financera,
- En cas que no fos així, col·labora amb alguna empresa de consultoria que sí tingui algun acord,
- La Central ha justificat els ingressos previstos en un exercici,
- S'imposa una determinada zona geogràfica o es pot triar,
- Ha redactat la Central un informe econòmic del territori proposat i per al local disponible amb una descripció de potencials empreses competidores i clientela,
- Són els lloguers d'aquest territori equiparables als de la zona en què desitja establir-se la persona franquiciada. Encareix aquest aspecte la inversió inicial prevista,
- Quins recursos dedica la Central a fer publicitat,
- La persona franquiciada té llibertat per comprar productes a proveïdors diferents als designats per la Central o aquesta li imposa l'acceptació de tots els aprovisionaments a uns preus determinats,
- Està permès establir diferents preus als indicats per la Central, encara que sigui dins d'una banda de fluctuació estreta.

## **Contracte de franquícia**

---

- Se li ha donat a la persona franquiciada un termini de 20 dies perquè pugui estudiar-lo i consultar-lo,
- Compleix amb el Codi Deontològic Europeu de Franquícies i amb la normativa aplicable,
- Són fàcilment identificables i clares les clàusules que figuren en el contracte,
- Existeix alguna clàusula que es consideri abusiva i es vulgui canviar abans de signar,
- Coincideixen les especificacions del contracte amb el que havia dit la Central,
- Són ajustats o desorbitats el preu d'entrada a la xarxa de franquícies i els cànon per publicitat i/o facturació,
- La durada permet un període raonable d'amortització de la seva inversió,
- Què diu sobre la renovació del contracte,
- Té llibertat l'empresa franquiciada per vendre el negoci o rescindir el contracte sense penalització,
- La Central exigeix a l'equip promotor no treballar en una activitat similar una vegada acabada la relació contractual.

## 03. Què diu la llei?

És molt possible que la persona interessada en la franquícia no obtingui totes les respostes a aquestes preguntes per part de la Central. Qualsevol excusa i objecció a respondre-les es pot interpretar com un senyal de poca seriositat i manca d'ètica. A més, suposa una violació de la transmissió d'informació. Aquesta està regulada per evitar una omisió de dades que la faci enganyosa.

La *Llei d'Ordenament del Comerç Minorista* estableix en el seu article 62 les obligacions informatives de la Central. L'epígraf 3 estableix que amb una antelació mínima de 20 dies a la signatura de qualsevol contracte o precontracte de franquícia, o pagament de diners per part de la persona franquiciada, la Central ha d'entregar per escrit el següent:

- Dades principals d'identificació de la Central: nom o raó social, domicili i dades d'inscripció en el Registre de Franquiciadors, etc,
- Acreditació de tenir concedit per a Espanya, i en vigor, el títol de propietat o llicència d'ús de la marca i signes distintius de l'entitat franquiciadora,
- Descripció del sector d'activitat objecte del negoci de franquícia,
- Experiència de la Central: data de creació, etapes de la seva evolució i desenvolupament de la xarxa d'establiments i empreses franquiciades,
- Contingut i característiques de la franquícia: característiques del know how, de l'assistència comercial i tècnica que s'ofereix a les empreses franquiciades, estimació d'inversions i despeses estimades,
- Estructura i extensió de la xarxa a Espanya: nombre d'establiments, com s'organitzen, quins hi han deixat de pertànyer en els dos darrers anys.
- Elements essencials de l'acord de franquícia i la seva explotació: drets i obligacions d'ambdues parts, durada del contracte, condicions de renovació, etc.

El *Reial Decret 419/2006* al seu article 12, estableix una classificació d'empreses franquiciadores. Dins el Registre de Franquiciadors es crea un apartat específic per a les Centrals consolidades. Es consideraran Centrals consolidades aquelles empreses que compleixin almenys dues de les següents condicions:

- Haver desenvolupat l'activitat franquiciadora durant almenys dos anys en establiments franquiciats,
- Disposar d'un nombre mínim de quatre establiments, dels quals almenys dos hauran de ser propis.

## 04. Indicis d'engany

Al marge del que digui la llei i de les preguntes que la persona franquiciada pugui formular, hi ha un mètode molt més segur per no equivocar-se a l'hora de triar una Central. Aquest no és un altre que l'observació directa de fets objectius i determinats comportaments de la persona responsable de la Central de franquícies:

- No hi ha seu social. Les persones responsables de la Central ens reben en llocs públics com bars i restaurants perquè no té infraestructura. Això demostra que no és una empresa consolidada capaç de tenir un despatx, secretaria, recepció, etc. Si no ha invertit ni tan sols en una cosa tan bàsica, és molt possible que no sigui capaç d'oferir formació, suport i seguiment a les empreses franquiciades, serveis fonamentals per al desenvolupament de l'activitat.
- No existeix un centre pilot que serveixi de prova de com funciona la idea de negoci que és franquícia. Si no hi ha un establiment pioner i d'èxit, que hagi servit de base a la Central per expandir la seva xarxa de franquícies basada en el "saber fer" en els negocis, poques possibilitats té la persona emprendedora de tirar endavant el seu negoci. Més aviat ha de plantejar-se la possibilitat que sigui l'objecte d'un experiment empresarial.
- Manca d'identificació de la xarxa d'empreses franquiciades, amb noms, adreces i telèfons. Qualsevol obstacle que posi la Central perquè la persona franquiciada es posi en contacte amb la seva xarxa és un senyal d'advertència que té tanta o més rellevància que la documentació que ens porti. La consulta d'experiències d'equips promotors ja integrats en la xarxa és una de les millors fonts d'informació de què disposa la futura franquiciada.
- No facilitar comptes de resultats de negocis de la cadena que ja estan en funcionament. Si la persona franquiciada no pot accedir a aquest document, que mostra la salut financera de les franquícies d'una determinada Central, poc o res ha d'esperar de la qualitat d'una Central.
- La informació i les promeses de facturació no es donen per escrit. Com es diu habitualment "les paraules se les emporta el vent", però el que està escrit té un valor documental que obliga a les parts. L'equip promotor ha de fugir de persones estafadores que acostumen a buscar diners fàcils venent franquícies sense un model de negoci amb perspectives de futur.
- Poca experiència en el negoci. La Central ha de conèixer el mercat i una prova d'això és el coneixement de la seva competència i el funcionament de la mateixa. La persona franquiciada ha de sol·licitar informació en aquest sentit i si no l'obté no s'ha d'arriscar a invertir el seus diners.



- Despreocupació o falta d'atenció a l'hora de seleccionar el local. Aquest és un punt crític de qualsevol establiment franquiciat, especialment els que necessiten espais a peu de carrer. L'escassetat de metres per comprar, i l'augment dels lloguers, complica la ja de per si difícil tasca de trobar una bona localització. Si la Central no és rigorosa en aquest aspecte és un mal senyal.
- Es té poca cura de la imatge de marca amb poques inversions en promoció. Un dels principals actius que transmet una Central és la marca. El seu prestigi i credibilitat són un reclam per a la clientela potencial. Per aquest motiu, no té sentit pagar la inversió extra que suposa una franquícia amb relació a un negoci independent si ja no compleix una de les seves potencialitats que és precisament el suport que dona la notorietat i prestigi d'una marca que li proporciona un reconeixement.
- Preu d'entrada a la xarxa i cànons excessivament alts. Quant més diners fa pagar una Central més valor afegit ha d'oferir en formació, seguiment, transmissió de know how, etc. Si no es correspon una cosa amb l'altra s'està abusant de l'empresa franquiciada.
- La persona emprenedora és pressionada a prendre una decisió ràpida. Quant més ràpid vulgui anar una Central en la signatura del contracte més s'ha de desconfiar. La posada en marxa d'un negoci exigeix el seu temps, no només per decidir la inversió sinó per posar-lo en funcionament. Cal tenir en compte l'obtenció de recursos, tràmits administratius, permisos i llicències, etc.

## 05. Més informació

- “*Contracte de la Franquícia. Model orientatiu de contracte d’un sistema de franquícia*”. Olga Clemente, Col·lecció Autoempresa. Ed.: Fundació EMI – Institut d’Estudis Empresarials, 1999,
- *Reial decret 2485/1998, del 13 de novembre, de desenvolupament de l’Article 62 de la LLEI 7/1996, del 15 de gener, d’Ordenament del Comerç Minorista.*  
[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Privado/rd2485-1998.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/rd2485-1998.html)

Elaborat per l’Equip de Barcelonanetactiva a partir de les següents fonts d’informació:

- Casa, Francisco; Casabó, Manuel; “*La franquicia (franchising). La comercialización más allá de 1992*”. Ed. Gestión 2000. Barcelona, 1989.
- *LLEI 7/1996, del 15 de gener, d’Ordenament del Comerç Minorista. Art. 62. Capítol VI. De l’Activitat Comercial en Règim de Franquícia.*
- Article “*10 indicios para... identificar a un mal franquiciador*”. Revista franquicias y negocios, n. 19, maig-juny 2003,
- *Reial Decret 419/2006*

© Barcelona Activa SAU SPM, 1998-2011 - Darrera actualització: 27/02/2011

Tot i que s’ha extremat en tot el possible la cura a assegurar l’exactitud i fidelitat d’aquesta informació i de les dades contingudes, Barcelona Activa SAU SPM no pot acceptar cap responsabilitat legal per les conseqüències que es puguin derivar d’accions empreses com resultat de les conclusions que es puguin extreure d’aquest informe.