



# **EXPORTACIÓN DE UNA FRANQUICIA**

Miguel Ángel Castillo  
*Presidente de la CPF*



- El proceso de exportación de una franquicia no es un tema muy sencillo.
- Si la franquicia es 100% de formato de negocios, su exportación será menos complicada y la principal preocupación serán los aspectos legales, la capacitación y asistencia técnica.
- En el caso de aquellas franquicias que involucran la distribución de materia prima, el tema es complejo.



- Al potencial franquiciado, por sentido ético hay que advertirle que el proceso de la exportación no es tan sencillo.
- Hay que tener paciencia y hacer las cosas bien

# Qué hacer antes de franquiciar en el exterior



- 1.- Verificar el costo de la instalación del negocio en el país entrante: *inversión*.
- 2.- Determinar precio de Materia Prima, vendida por franquiciador o por proveedores autorizados.
3. - Localizar proveedores locales en caso necesario
- 4.- Determinar Precio de venta al público de los productos en el país entrante.
- 5.- Analizar Regulaciones de Aduanas en el País entrante.



- 6.- Informarse sobre los impuestos a las importaciones de la materia prima en el país entrante.
- 7.- Informarse sobre Aspectos sanitarios para productos en el país entrante.
- 8.- Información sobre permisos necesarios para operar un negocio en el país entrante
- 9.- Realizar Degustaciones / análisis de mercado en el país entrante.
- 10.- Verificar Regulaciones sobre Franquicias en el país entrante:  
Consultas legales



- 11.-Registro de marcas y nombres comerciales.
- 12.- Equipos, conveniencia de importar o fabricación local. .
- 13.- Regulaciones legales en el país entrante.
- 14 .- Empaques a utilizar en el país entrante
- 15.- Establecer costo aproximado de un local o espacio para arrendar. para análisis de costos.
- 16.- Establecer costo aproximado de una bodega si fuere necesaria.



- 17.- Derecho de entrada a nivel internacional. Normativas sobre fondo de publicidad. Determinación de Regalías, a base tal vez de un plan de negocios, o viabilidad local
- 18.- Traducción de documentos al idioma del país entrante.  
(Normas de la Franquicia: Manuales, etc.)
- 19.- Tener claro el perfil del franquiciado.
- 20.- Determinación de maneras de transferir know-how.  
Capacitación, entrenamiento, asistencia técnica.

# Estados Unidos y España: tomar nota



- La franquicia primero debe de ser **“un concepto exitoso”** y el camino correcto para Internacionalizarse:
  - Primero es abrir en un país fronterizo, luego expandirse a Centro América, México, Estados Unidos, Europa y por último Asia.
- Una Franquicia no puede -o no debe- ser exportada a Estados Unidos **“de la noche a la mañana”**. Esto es porque existen regulaciones que impiden celebrar un contrato de franquicia o recibir dinero, antes de que el potencial franquiciado reciba información detallada de la franquicia que se le ofrece y sobre "quien" se la ofrece.
- En España: **“Registro de Franquiciadores”**.





## **4 formas de salir al exterior**

# 1- Inversión directa en establecimientos propios

- Es cuando el dueño de una marca asume el riesgo y la inversión que suponen ingresar a un nuevo mercado en el extranjero



## 2- Franquicia directa

- Es cuando el dueño de una marca otorga la licencia de uso del formato de la misma: un formato cuyo éxito es ya probado.
- El franquiciado asume el riesgo y el costo de inversión del nuevo establecimiento en el extranjero

## 3- Joint Ventures



- Sociedades conjuntas entre franquiciante y franquiciado (***ambas partes aportan recursos financieros y humanos en la introducción de la enseña***)
- también se le conoce como ***“Riesgo compartido”***.



## 4- Máster franquicia

- Se delega el uso de la franquicia a un operador en el extranjero.
- Un Másterfranquiciado es quien asume la posición de Franquiciante y desarrolla la red de franquicia en el país extranjero.
- A través de él, se otorgan las franquicias dentro del nuevo territorio.

# Ventajas para el franquiciante



- El *crecimiento y expansión rápida y controlada* del negocio.
- La *minimización de riesgos* a partir de la atomización de las necesidades de inversión.
- La *simplificación* de los procedimientos de administración del negocio.
- La *reducción de los costos operativos*.
- *Óptimo retorno de la inversión* en la publicidad y promoción del producto y/o servicio, a partir de mayor volumen en la actividad.

# Ventajas para el franquiciado



- *Pertenencia a una cadena de comercialización prestigiosa e identificable por parte del público consumidor.*
- *Acceso inmediato a beneficios.*
- *Provecho de una planificación previa del franquiciante.*
- *Participación y provecho de la notoriedad de una marca.*
- *Asistencia técnica permanente en estudio de mercado, localización de locales, formación de personal, inversión en técnica de apoyo en punto de venta y promoción, asesoramiento en política de gestión, contabilidad, auditoría interna, etc.*



# Desventajas para el franquiciante

- *Rentabilidad unitaria más baja*, ya que la misma consistirá en un porcentaje de los beneficios del franquiciado.
- *Dispersión y relativización* del control y dominio de la franquicia.
- *Necesidades de incorporación de estructuras de mayor sofisticación* para atender las necesidades del sistema.
- *Modificación del status personal del franquiciante*, quién deberá ponerse al frente de un sistema que contará con nuevos protagonistas: los franquiciados.





# Desventajas para el franquiciado

- *Limitadas* posibilidades de obtener mayores beneficios del negocio, en tanto deberá pagar royalties, regalías u otra
- Aunque forme parte de un sistema de franquicia, *no tendrá acceso a la propiedad de la marca.*
- *Aceptación* de una supervisión y control permanente de su negocio.
- La *incertidumbre* en cuanto a la duración del contrato que podrá estar sujeta a un plazo determinado o a determinarse.



# Desventajas para el franquiciado

- Los procedimientos son *estandarizados* y los concesionarios no tienen mucha posibilidad de utilizar ideas propias.
- *Lentitud*, debido al tamaño, un franquiciador puede ser lento para aceptar una nueva idea o adaptar sus métodos a los cambios de condición.
- Es *difícil y caro cancelar* un convenio de concesión sin la cooperación del franquiciante.

# Desventajas para el franquiciante

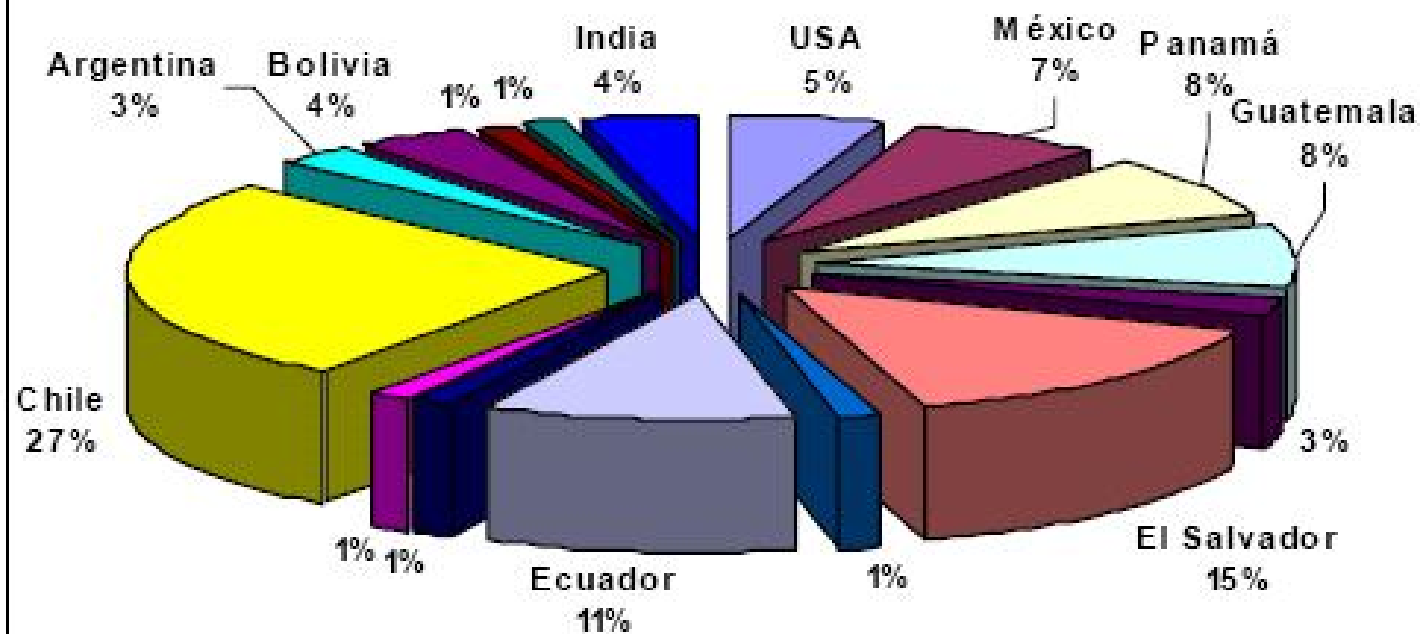


- *Rentabilidad unitaria más baja*, ya que la misma consistirá en un porcentaje de los beneficios del franquiciado.
- *Dispersión y relativización* del control y dominio de la franquicia.
- *Necesidades de incorporación de estructuras de mayor sofisticación* para atender las necesidades del sistema.
- *Modificación del status personal del franquiciante*, quién deberá ponerse al frente de un sistema que contará con nuevos protagonistas: los franquiciados.

# Internacionalización de las Franquicias Peruanas



**2009: Número de Establecimientos de Franquicias Peruanas en el Exterior**





# Recomendaciones



- Es importante tener en consideración a la franquicia como una opción de negocios
- Es importante que el desarrollo de la franquicia vaya de la mano con las legislaciones vigentes y con las organizaciones gremiales que agrupan a los franquiciadores.
- Asistir a las ferias nacionales e internacionales de franquicias para tener un contacto directo con inversionistas interesados

# Ejemplos de Franquicias



- La Franquicia The Luxury Collection: Estos hoteles se caracterizan por estar englobados en un entorno cultural y tener unas instalaciones acorde con la arquitectura local que lo rodea.
- En el Perú se encuentra esta franquicia con la cadena de hoteles peruanos Libertador aperturando en la Ciudad de Pisco – Paracas, y en marzo de este año se apertura en la Ciudad de Cusco y en noviembre del 2011 se inaugurará en la ciudad de Urubamba – Cusco.

