

Actualidad > Noticias > La franquicia reclama más control que regule la actividad

LO M

Noticias

imprimir enviar a un amigo comentario

SEGÚN UN ESTUDIO

14 de Abril de 2010

La franquicia reclama más control que regule la actividad



El 39,62% de los principales directivos y profesionales del sector de la franquicia reclama la creación de un organismo público a través de la Dirección General de Comercio Interior que regule por igual y a nivel nacional a todas las empresas franquiciadoras, sólo el 7,55% de los encuestados confía en que el actual Registro de Franquiciadores es suficiente. Los datos se extraen del estudio "El Sector de la Franquicia 2010", realizado por la consultora de marketing estratégico RMG & Asociados.

1. 10 fr ecor
2. 10 F emp
3. La fr
4. Már l suer
5. Eat (100
6. 10 p 25.0
7. Dub fran
8. El oi
9. La fr solic
10. La h

La consultora ha realizado el estudio para analizar este tipo de comercio en profundidad y así saber cuáles son sus principales necesidades. Cuando el emprendedor decide unirse a una franquicia, el primer paso que dará será **la elección de la franquicia, para el 24,58% de los encuestados el factor más valorado en la elección es la notoriedad de la marca**, seguido muy de cerca por **la inversión económica (20,26%) y de los beneficios estimados, con un 15,28%**.

Uno de los datos más relevantes del estudio es que casi un **40% de los encuestados cree necesario la creación de un organismo de control que avale y garantice esta fórmula de negocio**, ya que sólo el 7,55% confía en que con el actual Registro de Franquiciadores es suficiente. Además, el 20,75% cree que certificaciones obtenidas por parte de empresas como AENOR, ayudarían a mejorar el sistema.

Asimismo, la franquicia sigue siendo una de las **fórmulas comerciales más valoradas por el mercado** ya que el 35,85% apuesta por ella. Contar con el respaldo de una marca conocida y la transmisión del know-how es uno de sus principales valores. Si bien es cierto que el 46,23% asegura que la elección de este sistema o de cualquier otro tipo de comercio minorista dependerá de lo que se esté buscando, su éxito dependerá de la capacidad comercial que tenga el emprendedor.

Aunque existen muchas enseñanzas en nuestro país, lo cierto es que no todas responden a la verdadera filosofía de la franquicia, por lo que el 62,26% de los encuestados señala que el nivel de madurez en el que se encuentra esta fórmula es claramente mejorable.

Elegir la ubicación

Una vez que se ha decidido la franquicia, uno de los pasos más importantes es la **elección de la ubicación**. El 21,70% de los encuestados asegura que el mejor sitio para abrir una franquicia es en los centros comerciales, pero no todos los sectores o las franquicias funcionan en los mismos sitios. Para el 73,58% la ubicación dependerá del sector de actividad y del producto de que se trate.

Los principales miedos a la hora de abrir una franquicia son las **limitaciones a la libertad de actuación comercial del franquiciado, con un 24,61% de los votos, seguido de las posibles discrepancias que pueden surgir entre franquiciador y franquiciado (19,49%)**.

Además de la implantación de un organismo regulador, el futuro de la franquicia pasa por dar prioridad a la consolidación del negocio frente al crecimiento en cuanto al número de establecimientos y así lo refleja el 43,39% de los encuestados. No olvidando la internacionalización de nuestras enseñanzas o la profesionalización del sector, con un 15,09% de los votos.

Como última variable, le tomamos el pulso al papel que jugará Internet en el desarrollo de las franquicias. Por todos es sabido que la mayoría de los primeros contactos se gestionan a través de Internet, por lo que no es de extrañar que el 75,47% de los encuestados afirme que la Red será fundamental ya que se ha convertido en una herramienta

CONS
HEME

Consul
anterior

SUSC

Recibe
diario e
enterati
noveda