



## El Modelo de Franquicia: una Visión desde la Administración General del Estado.

**Por Ignacio Cruz**

Director General de Política Comercial en el  
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo



*Director General de Política Comercial en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo desde el 1 de mayo del 2004. Es Doctor en Ciencias Económicas, Licenciado en Derecho y Licenciado en Ciencias Empresariales. Catedrático Numerario de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad Autónoma de Madrid. Director del Departamento de Financiación e Investigación de Mercados. Ha sido Vicerrector de Planificación y Relaciones Institucionales y Secretario General de la Universidad Autónoma de Madrid.*

*Ha sido consultor de UNCTAD-GATT, de la Organización Mundial de la Salud, de la D.G.V de las Comunidades Europeas, y de diversos Ministerios y organismos públicos españoles.*

*Ha publicado diez libros y más de ochenta artículos en revistas especializadas, sobre temas de comercialización, economía de la empresa y protección social.*

**E**l modelo comercial de franquicia sigue siendo en el año 2006 uno de los mas fuertes en el sector del comercio minorista, como demuestra el incremento de su volumen de negocio.

Desde el punto de vista de las Administraciones Públicas, el último año ha sido de gran importancia, pues se ha llevado a cabo la necesaria reforma del Registro de Franquiciadores. Esta supone un paso adelante de cara a mejorar la información y la transparencia del mercado, elementos indispensables para contribuir a incrementar su nivel de competencia y su mejor funcionamiento.

El reciente Real Decreto 419/2006 aporta una definición clara y sistemática de la actividad comercial en régimen de franquicia, y supone una mejora cualitativa de la información recogida por el Registro de Franquiciadores. Ciudadanos y empresas podrán saber qué franquicias se someten a códigos deontológicos, cumplen normas de calidad, o se adhieren a sistemas extrajudiciales de resolución de conflictos entre franquiciador y franquiciado, y al arbitraje de consumo.

Las mejoras en la gestión, y actualización de los datos del Registro pasan por una mayor concienciación de las empresas sobre la importancia de mantener sus datos actualizados.

Como se ha señalado, aquellas empresas correctamente inscritas en el Registro transmiten una imagen de mayor transparencia y confianza en el futuro franquiciado. En este sentido las Administraciones Públicas hacen un esfuerzo importante para colaborar con las empresas franquiciadoras y facilitar dicha actualización. Por este motivo el Registro de Franquiciadores se ha puesto en contacto con todas las empresas registradas, enviándoles una carta explicativa del proceso de actualización y requiriéndoles a proceder a la actualización de los datos.

Para el adecuado mantenimiento de los datos de empresas franquiciadoras también es importante la coordinación entre los distintos registros de franqui-

---

**“Aquellas empresas correctamente inscritas en el Registro transmiten una imagen de mayor transparencia y confianza en el futuro franquiciado.”**

ciadores, el nacional y los autonómicos, razón por la cual en la actualidad se ha puesto en marcha un grupo de trabajo formado por la Administración estatal y la autonómicas con objeto de mejorar esta coordinación interregistral.

Además se ha hecho un esfuerzo importante para optimizar la información a franquiciadores y franquiciados a través de nuestra página Web [www.comercio.es](http://www.comercio.es), ampliando los contenidos de esta. Consideramos que es una fuente de información importante y por ello continuaremos ampliando la Web para proporcionar a ciudadanos y empresas una visión global y objetiva sobre el modelo de negocio de franquicia.

Cabe resaltar que durante el año 2006 la página web del Registro de Franquiciadores recibió 125.406 visitas, con un promedio por día de 343. De estas la mayor parte procedieron de EE.UU., y de España. Esto demuestra la relevancia de la información del Registro.

Otro dato a tener en cuenta a este respecto es la buena valoración obtenida por el Registro en un estudio que sobre la eficacia del sistema de la franquicia en España ha elaborado la consultora KPMG para la Asociación Española de Franquiciadores y que ha sido cofinanciado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. En la encuesta se pedía opinión, entre otras cosas, de la valoración que hacían del Registro los miembros de la AEF, en lo relativo a la facilidad de la inscripción, la agilidad de los trámites y la idoneidad de los requisitos.

En cuanto al futuro del sector, creemos que existen dos términos clave para la franquicia: calidad e internacionalización.

El mercado de la Franquicia ha alcanzado ya un alto grado de madurez en el que una ventaja competitiva diferencial para una franquicia de éxito es indudablemente la certificación de la calidad de sus actividades. En el modelo de negocio de la franquicia esta calidad debe demostrarse especialmente, además de en los procesos que definen el "core bussiness" de la empresa, en la relación franquiciador-franquiciado. La promoción de la excelencia y la calidad en las actividades empresariales revierte en beneficios para todos los agentes que participan en el sector por incrementar la transparencia, la confianza y por ende la competitividad del mercado.

Recientemente la AEF ha aprobado su Sistema de Garantía de Calidad en la Comercialización de la franquicia. El próximo objetivo en este sentido debe ser la consecución de una norma española de calidad en el ámbito de la franquicia. La aprobación de una Norma UNE permitiría una clara mejora del marco de relaciones entre franquiciador y franquiciado, y constituiría un elemento principal de confianza para el desarrollo del sector.

Por otra parte la empresa franquiciadora española debe confiar en su capacidad competitiva en el exterior. Actualmente distintas enseñas tienen una presencia exterior fuerte y exitosa. Este proceso debe continuar, extendiendo el modelo de negocio de las empresas españolas, no solo en mercados afines como Portugal o Sudamérica, sino también en el mercado europeo.

En este sentido el sector de la franquicia cuenta con el apoyo de la Administración a través del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), que cada año colabora con las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional. El ICEX pone a disposición de la empresa española sus recursos financieros, materiales y humanos, para múltiples actividades como: ejecutar programas de promoción comercial en mercados exteriores, difundir la oferta de productos españoles en mercados internacionales, e impulsar los proyectos de inversión, implantación industrial o de cooperación empresarial en mercados exteriores.

---

**“En cuanto al futuro del sector, creemos que existen dos términos clave para la franquicia: calidad e internacionalización.”**

