

acción empresarial

**Mariano Alonso** *aporta las líneas básicas para la adquisición y apertura de una franquicia. La franquicia de la A la Z. Con prólogo de Xavier Vallhonrat.*

# MANUAL DEL FRANQUICIADO



Autor: **Mariano Alonso** | Editorial: **LID Editorial Empresarial**

Colección: **Acción Empresarial- Serie General** | EAN-ISBN13: **9788483560785** | Precio: **24 euros**

Formato en centímetros: **15x22** | Encuadernación: **Rústica** | Número de páginas: **504**

## **Prólogo**

### **Agradecimientos**

### **Introducción**

## **La franquicia.**

### **Términos y consideraciones generales**

1. Nuevas tendencias comerciales
2. El sistema de franquicia
3. El riesgo empresarial
4. Tipos de franquicia

## **La autoevaluación.**

Un paso previo necesario

1. El perfil del franquiciado
2. Las peculiaridades del sistema de franquicia
3. La autoevaluación

## **La selección de la franquicia.**

### **Información y análisis**

1. La información previa
2. Requisitos de información
3. Documentación a solicitar al franquiciador
4. El análisis y la constatación de la información
5. El Registro de Franquiciadores

## **El precontrato de franquicia.**

### **Una opción preferente de compra**

1. El precontrato. Consideraciones previas
2. La concesión de la opción

## **El contrato de franquicia.**

### **Marco jurídico del acuerdo**

1. El marco jurídico de la franquicia
2. Las directrices de un acuerdo de franquicia
3. El contrato de franquicia

## **Las formalidades financieras de la franquicia.**

### **Contraprestaciones al franquiciador**

1. Las obligaciones financieras del franquiciado
2. Las formalidades financieras de franquicia

## **La selección del franquiciado.**

### **Cuestionarios de candidatura**

1. La información al franquiciado
2. El cuestionario del franquiciado

## **Los planes de asistencia.**

### **Apertura y explotación**

1. La estrategia de negocio
2. Las funciones del franquiciador
3. Plan de asistencia a la apertura y puesta en marcha del negocio
4. Plan de asistencia continuada

## **La identificación y transmisión del saber hacer.**

### **Formación y manuales de negocio**

1. La identificación del saber hacer
2. Área informativa
3. Área contractual
4. Área documental
5. Área formativa
6. La transmisión del saber hacer .

## **La búsqueda del emplazamiento.**

### **Exclusividad territorial**

1. Factores de localización
2. Factores de demanda
3. Factores de oferta
4. Factores de coste
5. Otros factores
6. El área comercial de influencia
7. La zona urbana y el emplazamiento comercial
8. La superficie de venta

## **La propiedad industrial.**

### **Requerimientos de imagen corporativa**

1. La marca. Limitaciones y obligaciones de uso

## **La adecuación del punto de venta.**

### **Acondicionamiento, decoración y equipamientos**

1. La normativa de acondicionamiento
2. ¿Cómo se determina la normativa de adecuación?

## **El análisis económico. Previsiones de negocio y gestión**

1. Previsiones económicas
2. Estructura del plan financiero
3. El precio de la franquicia
4. Un caso práctico

## **La financiación de las inversiones.**

### **Opciones para el franquiciado**

1. Obtención de financiación
2. El plan de negocio

## **El plan de marketing. Activo estratégico de la franquicia**

1. La finalidad del plan de marketing
2. Contenido del plan de marketing

## **El aprovisionamiento del punto de venta.**

### **Las compras del franquiciado**

1. La exclusividad de aprovisionamiento
2. Condiciones de compra
3. La central de compras

## **La comunicación en la relación de franquicia.**

### **La animación de la cadena**

1. La comunicación como clave de éxito
2. Importancia y objetivos de una estrategia de comunicación

## **Sistemas informáticos y las nuevas tecnologías.**

### **El control de la gestión**

1. La franquicia y las nuevas tecnologías
2. Sistemas de información y comunicación
3. Prestaciones de un sistema de información

## **Conclusión. Consideraciones finales**

## El autor

Mariano Alonso es licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Complutense, socio director de mundoFranquicia consulting y director del portal mundofranquicia.com. A través de ambas iniciativas coordina diversos programas y actividades de promoción y desarrollo de la franquicia.



## La obra

Aunque hoy en día la franquicia es un modelo de comercialización totalmente consolidado en España embarcarse en éste requiere un determinado grado de formación e información tanto para el franquiciado como para el franquiciador.

Para hacer frente a esta necesidad de información y a la escasa literatura sobre franquicias Mariano Alonso presenta *El manual del franquiciado*, título que ofrece toda la información necesaria para que el futuro franquiciado encauce debidamente sus conversaciones con una central franquiciadora contemplando «el proceso de integración, la apertura y puesta en marcha del negocio y las peculiaridades de su gestión, aportando al lector ejemplos prácticos y un amplio número de test y cuestionarios que éste podrá emplear en el autoanálisis e investigación que le facultan en la adopción de sus decisiones».

A lo largo de la obra, «el lector encontrará una amplia relación de consejos prácticos, los textos de la legislación aplicable a los acuerdos de franquicia, un glosario de términos de interés al final de cada capítulo y una amplia información que hace de esta obra una verdadera guía práctica para quienes quieran hacer franquicia».

La claridad en la exposición del modelo de franquicia sin connotaciones comerciales convierte a *El manual del franquiciado* en una guía muy práctica para todas aquellas personas que decidan subirse al carro de este modelo de negocio ayudándoles a aclarar sus ideas sobre el papel que van a jugar, sus condiciones y lo que deben esperar de un acuerdo pensado para que ambas partes, franquiciado y franquiciador, tengan éxito; y aborda la perspectiva de los franquiciadores explicando a aquellos empresarios interesados en desarrollar una franquicia el planteamiento que tienen que seguir para ello.

« Con una relación de franquicia veremos sensiblemente minorados los inconvenientes propios de todo nuevo negocio, pero nos equivocaremos dando por hecho un éxito que sólo podrá ser consecuencia de nuestro esfuerzo, perseverancia y dedicación como empresarios independientes. Todo potencial franquiciado habrá de ver en la franquicia una extraordinaria oportunidad. Una opción para beneficiarse de innumerables experiencias e instrumentos comerciales y de gestión que posibilitarán en gran medida la consecución de los objetivos que todo nuevo empresario se marca en el inicio de su actividad. »



[laura.diez@lideditorial.com](mailto:laura.diez@lideditorial.com)  
[veronica.aragon@lideditorial.com](mailto:veronica.aragon@lideditorial.com)  
91 372 90 03

Con la colaboración de:

**mundo**franquicia |  
consulting

