

EMPRENDE TU INDEPENDENCIA

Conferencia virtual

CIFA 2020

REACTIVA TU ECONOMÍA EMPRENDIENDO
CON FRANQUICIAS

GUILLERMO "MEMO" QUINTANA

CEO Proemprender
& Director Expansión Franquicia Latinoamerica

3-4 Diciembre

Regístrate ahora

Inscripción gratuita



USMP
SAN MARTÍN DE PORRÉS

FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS





Encapsulando tu Modelo de Negocio

PROCESO DE MIGRACION AL
MODELO DE FRANQUICIA



Modelo de Franquicia (Elementos)



1. DIAGNOSTICO – AUDITORIA DEL NEGOCIO

Se realiza un estudio comercial economico y financiero del estado actual del Negocio:

- 1.FODA del Negocio
2. Conceptualizacion del Modelo de Negocio
3. Analisis de Productos y servicios
4. Analisis Financiero
5. Aspectos Comerciales
6. Mapeo de Grupos de Interes (Cluster)
7. Organigrama
8. Analisis de Proveedores
- 9.Marco situacional legal.
10. Estudio de Infraestructura-Arquitectur



Reinventando nuestro Modelo





Nuevos hábitos de consumo en negocios de comida





2. VALORIZACION DE LA MARCA

- Se realiza un estudio historico de la inversion en Publicidad y Marketing en el posicionamiento de la marca desde la fecha de apertura del Negocio.
- Se analiza los EEFF referente al activo Intangible (Marca) en los ultimos 5 años y su impacto en las ventas.
- Se evalua la situacion de la inscripcion de la marca en Indecopi.



3. DESARROLLO DE MANUALES Y PROCESOS

Identificación de las actividades y procesos claves del Negocios con sus respectivos indicadores de medición.

Empaquetamiento del Know How a través del desarrollo de Manuales y Procesos.

Estructura del Manual Operativo en format de Red de Franquicia.



4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Desarrollo del Flujo de caja proyectado (Cash Flow) a 5 años tanto para el Franquiciado y Franquiciante según la proyección de apertura anual con la finalidad de observar los flujos financieros año a año.



5. CONTRATO DE FRANQUICIA

Desarrollo del marco jurídico a través de la estructura del contrato a través de las respectivas cláusulas.

El contrato debe aportar esencialmente; el know how, Fuentes de suministros de insumos, derechos de propiedad intelectual, penalidades por infracciones, contraprestaciones económicas, cuadro de exclusividades, medios de supervision, ubicacion ,renovacion)



6. PLAN DE CAPACITACION Y ASISTENCIA AL FRANQUICIADO

Desarrollo del programa de Training de Induccion y Operativo del Negocio (Contenido curricular) y Programa de asistencia en asesoria de la gestion del Negocio basandose en el Manual Operativo.

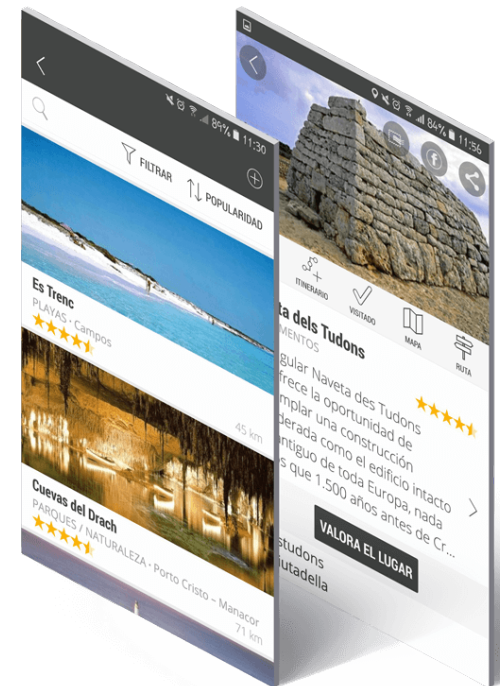


7. CIRCULAR DE OFERTA (COF)

Desarrollo del contenido y diseño del Brochure de franquicias con el contenido de las bondades y factores diferenciales del negocio.

Asimismo el Brochure contara con los datos economicos de la Franquicia (Canon de entrada / regalías).

Contendra los formatos de infraestructura (tamaño del local) y ubicaciones ideales



8. PLAN DE DESARROLLO DE RED DE FRANQUICIA

Desarrollo del Plan de expansion de la cadena de Franquicia estableciendo que tipo de Franquicia se implementara en cada zona geografica local e internacional.



9. PLAN DE LOCALIZACION TERRITORIAL

Desarrollo de Estudio de expansion geografica territorial definiendo las mejores potenciales ubicaciones segun los potenciales nuevos mercados para la marca.



Ventaja Competitiva

Una excelente localización de una franquicia, puede generar mejoras en la eficiencia en términos de: Costos de transporte, facilidad en la obtención de materias primas, utilización eficiente de canales de distribución, cercanía al cliente y a sus necesidades. Un buen local es aquel que maximiza la capacidad de un negocio para atraer clientes.



Importancia

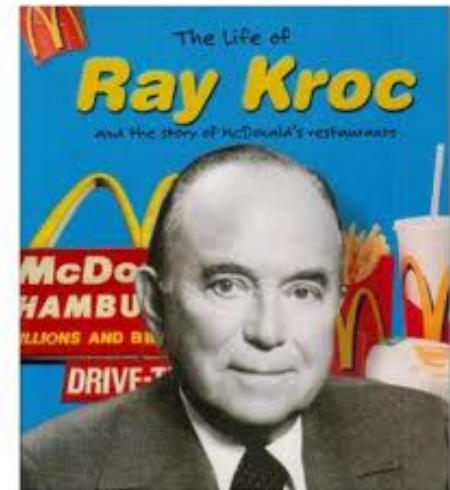
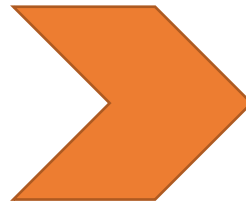
La Ubicación de una franquicia determina en gran medida su clientela , su duración y su éxito.

Por lo cual es muy importante para el Empresario Franquiciado elegir y conocer cual será el lugar idóneo para operar su futura franquicia.



Importancia

Ray Kroc, legendario promotor de McDonald's, decía ; "Los tres elementos esenciales para alcanzar el éxito en un negocio son: **ubicación, ubicación y ubicación**".



26,000 Establecimientos en 126 Países

Factores Claves



- Cercanía a nuestro mercado objetivo
- Asegurarnos que no hay prohibiciones de ubicar nuestra franquicia en el lugar que sea elegido(Licencia, Catastro)
- Que el lugar cuente con los servicios públicos de agua, electricidad, telefono, internet,etc.
- Que el lugar tenga facilidad de acceso(carretera, avenidas grandes, transporte publico, otras vías de acceso)

Factores Claves

- **Disponibilidad de la mano de obra.**
- **Posibilidades de eliminación de desperdicios:** De acuerdo a criterios ambientales.
- **Aspectos legales:** Tributación, facilidad administrativa, costos legalización etc.
- **Seguridad:** En todos los niveles posibles seguridad industrial, seguridad física para evitar posibles robos.
- **Aceptación social:** Es importante que la localización de la franquicia no perturbe o genere conflictos con personas, entidades o grupos sociales (Grupos de Interés) que obliguen a la franquicia a asumir costos adicionales.



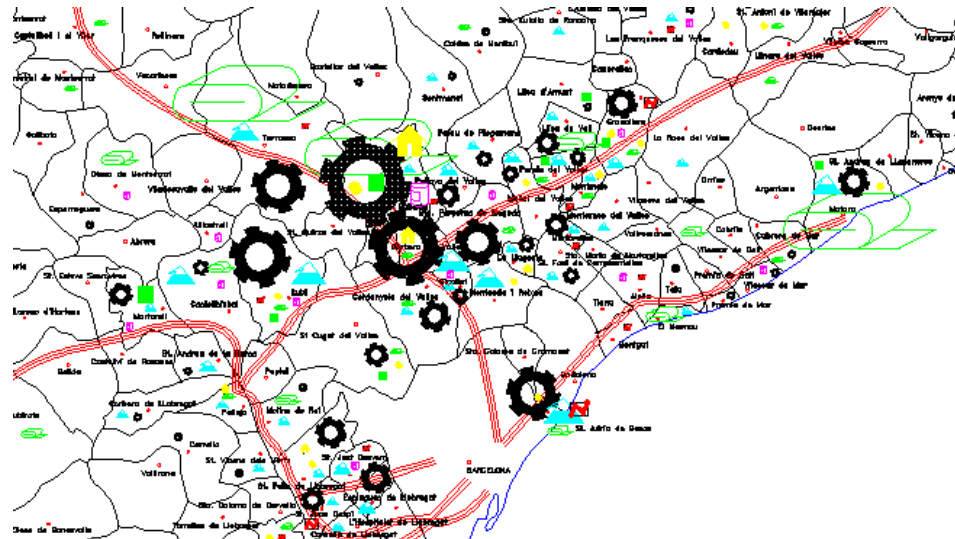
Factores Claves



- Valorar la necesidad de ubicarnos cerca de las empresas proveedoras.
- Considerar los gastos de remodelación del local antes de iniciar las operaciones.
- Valorar la conveniencia del costo del local.
- Analizar la posibilidad de ampliar el local en el futuro.
- Valorar la necesidad de existencia de parqueos y zonas de carga y descarga cercanos al local.

Estudio de Localización

El estudio de localización debe evaluar posibles opciones de localización, teniendo en cuenta los diversos criterios y objetivos que busque la franquicia.



Método de Ranking de Factores Ponderados

Cuadro de Estudio de Localización

Factores	Peso	CC San Borja		Plaza San Miguel		Miraflores	
		Calificacion	Calif Ponderada	Calificacion	Calif Ponderada	Calificacion	Calif Ponderada
Tamano de Poblacion	0.15	8	1.2	7	1.05	6	0.9
Trafico de Personas	0.25	7	1.75	8	2	9	2.25
Nivel de Comerio	0.2	7	1.4	8	1.6	7	1.4
Accesos	0.1	8	0.8	7	0.7	8	0.8
Facilidades Municipales	0.15	8	1.2	7	1.05	7	1.05
Costo del Local	0.15	7	1.05	6	0.9	5	0.75
Total	1		7.4		7.3		7.15

COMERCIALIZACION DE FRANQUICIA



1 . Definir el perfil del franquiciado



2 . Plan de Marketing Comercial

Plan de Medios de Difusion

ATL : Television/ Radio / Prensa Escrita

BTL : Activaciones en Ferias , Publicidad Alternativa , Show Rooms, Brand Experience, Redes Sociales, Mailing



3. Participacion en Ferias & Ruedas de Negocio



A graphic for the 'IV EXPO RUEDA DE NEGOCIOS INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS'. It features a central logo with a globe and the text '15 y 16 Junio del 2017 Cámara de Comercio de Lima'. To the right, it says 'El encuentro más importante de Franquicias, Franquiciantes e Inversionistas en el Perú.' Below this, the organizers are listed: 'Organizan: CENTRO DE DESARROLLO DE FRANQUICIAS - CCL', 'prom.peru', and 'CCL CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA LA FUERZA DE LOS EMPRESARIOS'.



3. Participacion en Ferias & Ruedas de Negocio



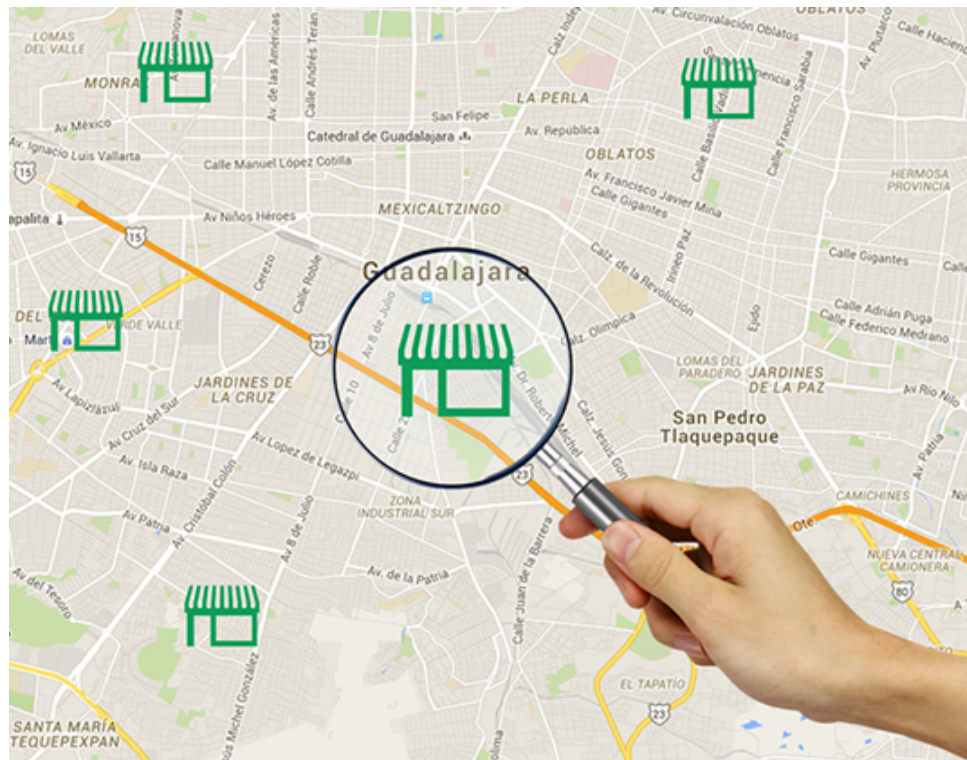
4. Prospeccion de Potenciales Franquiciados

- Formulario Web site
- Portales de Franquicias locales e Internacionales
- Visitas Tours al local de franquicia



www.expansionfranquicia.com

5. Plan de Expansion Territorial



6. Articulacion con Camaras de Franquicias de otros paises





Incubadora
Hispanoamericana de
Microfranquicias
Proemprender 
pasión por emprender



INTERNATIONAL FRANCHISE ASSOCIATION

FRANCHISING®

Building local businesses,
one opportunity at a time.



La Microfranquicia

Franquicias de bajo costo

Es la aplicación del concepto de “Franquicia” el cual es el modelo de negocio con mayor éxito a nivel mundial a escala micro; en beneficio del empresario de la Micro Empresa



**Cada 3 minutos se abre una nueva franquicia en el mundo.
Perú Mercado Potencial para Microfranquicias
(95% de Empresas son Mypes)**

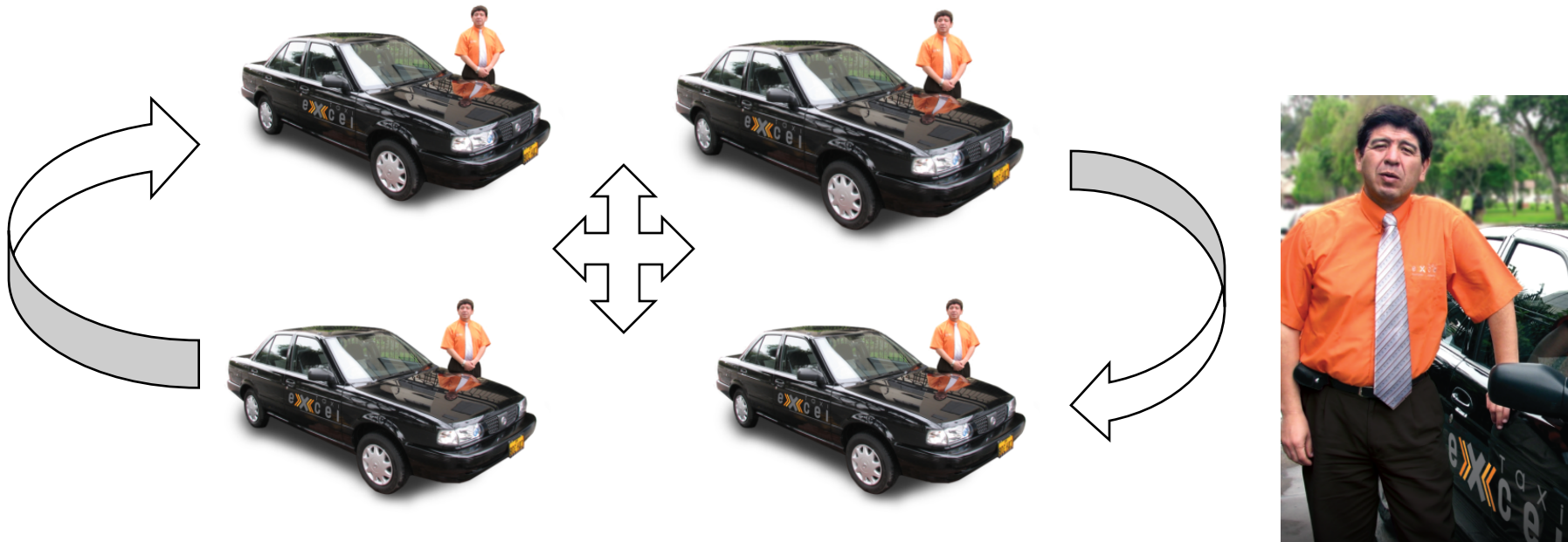
La Microfranquicia

- Herramienta de organización y asociación de las diversas microempresas de cada rubro productivo.
- Genera crecimiento económico exponencial y sostenible a través de la cooperatividad de todas las microempresas. (Simbiosis Empresarial)

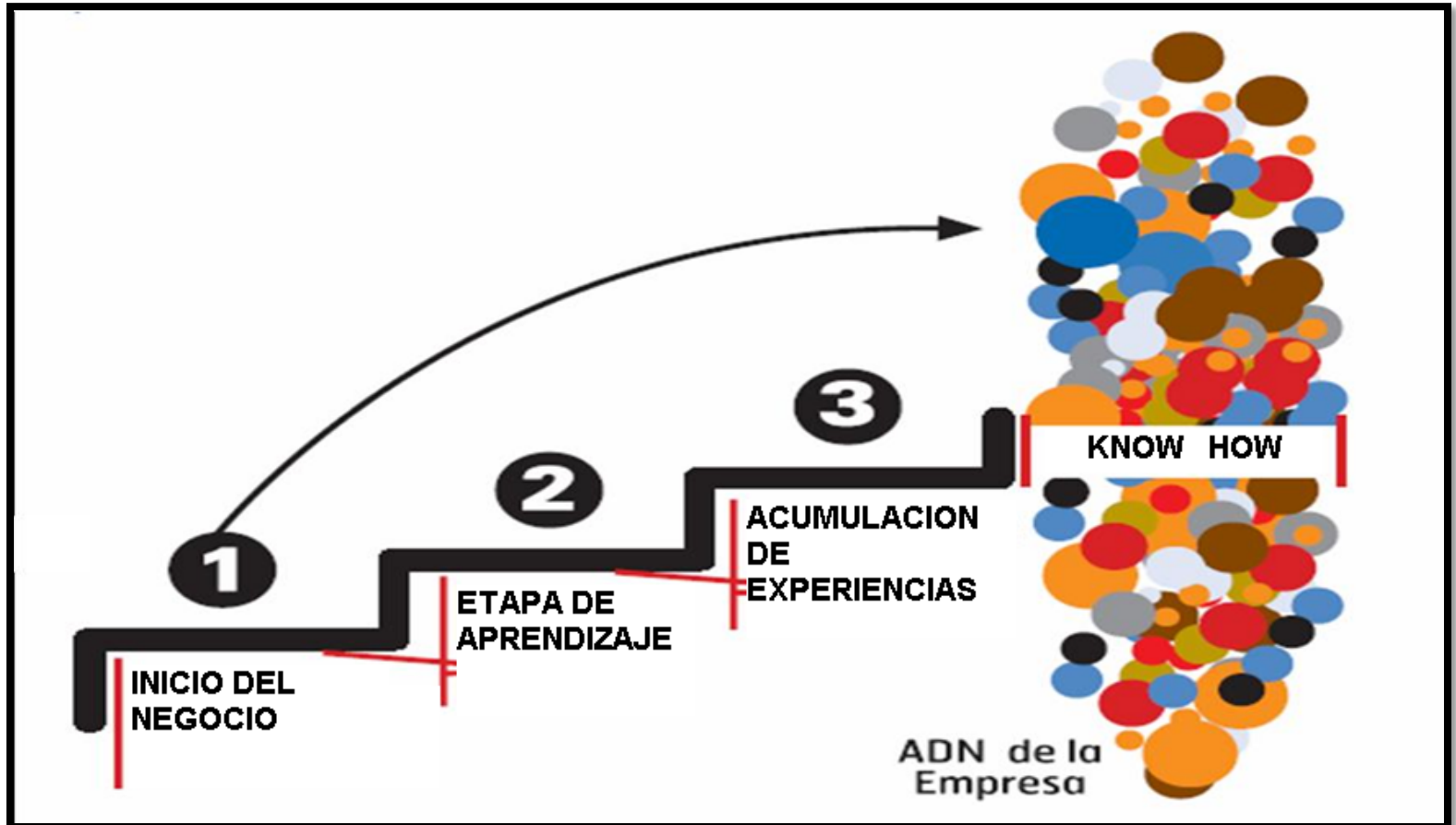


Herramienta que ayuda a estandarizar a través de manuales y procesos a cada una de las unidades empresariales las cuales usan una misma marca común.

La Microfranquicia



Curva de Aprendizaje :





La Microempresa



El Microcredito



La Microfranquicia

PROGRAMA NACIONAL DE MICROFRANQUICIAS



Microempresa



Microcrédito



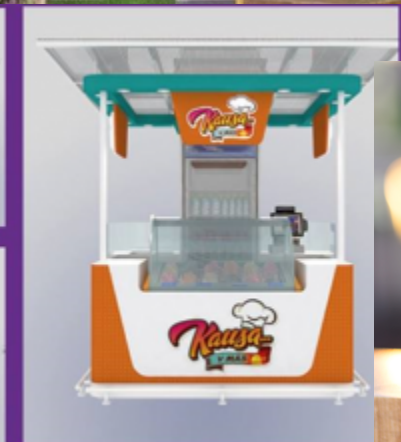
Microfranquicia

EXPANSION
FRANQUICIA
Marcas que se expanden



¡Pasa tu negocio
al low cost!

EXPANSION
FRANQUICIA
Marcas que se expanden



EMPRENDE Y REACTIVATE INVIRTIENDO EN FRANQUICIAS



Modelos de negocio exitosos
con protocolos, sistemas,
procesos probados y marcas
con prestigio en el mercado

Niveles de inversion



(De 1000\$ a 30,000\$)



(De 30,000\$ a 350,000\$)

**INVIERTE EN FRANQUICIAS
CON POCO DINERO**

www.expansionfranquicia.com

EXPANSION FRANQUICIA

Marcas que se expanden



Alimentación	Productos Naturales
Belleza y Salud	Recreación
Distribución y Venta	Servicios Especializados
Enseñanza y Formación	Tiendas Especializadas
Florerías	Vestimenta y accesorios
Gastronomía	
Golosinas	
Heladerías y Juguerías	
Hotelería y Turismo	

NUEVAS FRANQUICIAS

BUSCAR FRANQUICIAS



TEXAS STEAKHOUSE

\$30 000

Gastronomía Perú

DELI BAKERY

DELI BAKERY

\$30 000

Gastronomía Perú



NEW ATHLETIC

\$30 000

Tiendas Especializadas Perú



COSECHAS

\$15 000

Alimentación COSTA RICA



PISCIS

\$25 000



FAST FITNESS

\$10 000

Belleza y Salud Perú



CLINICA MULTIDENT

\$20 000

Belleza y Salud Perú

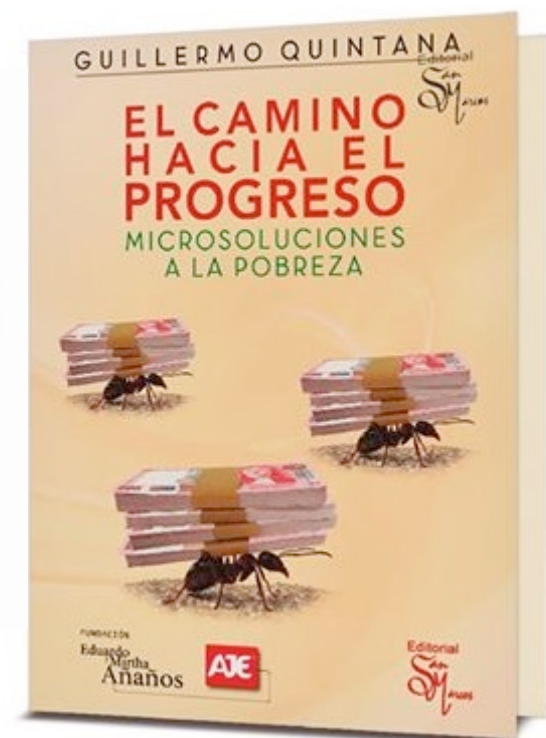


FRANQUICIA
MECHONCITOS

\$6 200

Belleza y Salud Perú

El camino hacia el **PROGRESO** Microsoluciones a la pobreza





Libro El Camino hacia el Progreso

Correo :

gquintana@peruventures.org

celular : 968680849

www.memoquintana.com



LIBRO:

**EXPANSIÓN FRANQUICIA.
MARCAS QUE SE EXPANDEN**

AUTOR: GUILLERMO QUINTANA

PEDIDOS:

(+51) 968-68-0849

info@expansionfranquicia.com

Día a Día

EL CAMINO EMPRENDEDOR

UN DOCUMENTAL DE ÍTALO LORENZZI

INVITACIÓN ESPECIAL

Solicite la transmision del Documental Cinematografico en su empresa, institucion educativa, organizacion o entidad publica.

Celular : 968680849

info@proemprender.com

Stand Up
Producciones

INVENTA

Proemprender

Invitan: MULTIDENT 25 YAQUA



CON EL AUSPICIO DE: AOC





GUILLERMO
Quintana

CEO Expansión
Franquicia LATAM
PERÚ

Gracias !!



Guillermo Quintana

Director Expansion Franquicia

Celular : 968680849

Correo : gquintana@expansionfranquicia.com

Web : www.expansionfranquicia.com