

Microfranquicias - Último Informe de la Franquicia

Tormo Franchise Consulting presenta el Informe -Microfranquicias: como conseguir que un número creciente de personas se conviertan en empresarios- coincidiendo con la voluntad de la consultora en difundir y dar a conocer en nuestro país la oportunidad que suponen las Microfranquicias para que muchas personas se puedan convertir en empresarios

MICROFRANQUICIA

Una alternativa real al desempleo y subempleo

Tormo Franchise Consulting presenta el informe "Microfranquicias" o "Cómo conseguir que un número creciente de personas se conviertan en empresarios".

Una alternativa real al desempleo y subempleo.

Tormo Franchise Consulting presenta el Informe -Microfranquicias: como conseguir que un número creciente de personas se conviertan en empresarios- coincidiendo con la voluntad de la consultora en difundir y dar a conocer en nuestro país la oportunidad que suponen las Microfranquicias para que muchas personas se puedan convertir en empresarios.

Tal y como expresa el informe, las microfranquicias son una nueva tendencia de desarrollo empresarial que debe iniciarse en nuestro país con el objetivo de favorecer la creación de puestos de trabajo y ayudar a un número creciente de personas a convertirse en empresarios. Son una alternativa de negocio para los "emprendedores por necesidad", y en particular una alternativa al desempleo y subempleo.

Si bien es cierto que se basan en el sistema de franquicia, presentan importantes diferencias con las franquicias que conocemos y en ningún caso deben confundirse con franquicias low cost o de baja inversión.

Por qué Microfranquicias en España

Más de 5.000.000 de parados, además de otras muchas más en condiciones de subempleo y una tasa de paro superior al 22% requieren actuaciones diferenciadas. Sería una ilusión creer que en un entorno como el actual, nuestro país con un tejido empresarial reducido, debilitado y sin acceso al crédito será capaz de crear un número de empleos como el que necesitamos en los próximos años.

Esta situación económica deja fuera del mercado a un alto número de personas plenamente capacitadas sin ninguna expectativa laboral ni ninguna alternativa mínima de subsistencia.

En este contexto, son muchas las ocasiones en que se ha tratado de entender el sistema de franquicia como una opción o alternativa al desempleo. Nada menos cierto.

Las personas desempleadas no pueden acceder al sistema de franquicia. Éste exige unas inversiones que no suelen estar a su alcance y además es necesario un fondo de maniobra adicional que permita asentar el negocio. Es por ello, que las microfranquicias pueden ser una alternativa a la creación de un modelo de desarrollo personal.

Iniciar el desarrollo de microfranquicias en España debe permitir el acceso a un significativo número de personas a convertirse en microempresarios y acceder a nuevas formas de producir o distribuir productos o servicios en unos momentos en que ser emprendedor ya no es una opción, sino que ya de hecho esta siendo la única opción para tener un trabajo.

¿Cuáles son las diferencias entre las franquicias y las microfranquicias?

Principalmente las franquicias se desarrollan con perfiles de inversión medio, medio alto y alto y requieren de la inversión y del empuje del franquiciado en mercados en muchas ocasiones novedosos.

Las microfranquicias por el contrario solo pueden desarrollarse con unos determinados condicionantes (que en el caso de nuestro país deben adaptarse a nuestras circunstancias). Estos son, principalmente:

Modelos de negocio simples y sistematizados

Deben surgir de una necesidad real del mercado previamente identificada

Inversiones relativamente bajas e incluso muy bajas y/o innecesarias.

Su presencia solo puede darse en mercados de demanda y especialmente orientados en términos BoP.

Dirigidas a clientes de bajos recursos

Además las microfranquicias deben perseguir un “fin social” y deben ser capaces de transferir modelos de negocio exitosos en entornos difíciles y en contextos culturales y económicos críticos reportando al mismo tiempo beneficios a la comunidad y siendo capaces de desarrollar la creación de empleos locales.

Organismos como el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), Fomin, Fundes y un amplio número de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales vienen apoyando desde hace más tiempo del que conocemos el desarrollo de las microfranquicias.

¿Cuál es su origen?

Las principales experiencias proceden principalmente de Centroamérica. Países como México, Guatemala, Costa Rica, Ecuador, Perú, Brasil, Haití y también India y Sudáfrica, entre otros, han sido pioneros en esta fórmula de desarrollo dirigida a aquella población que se encuentra en la Base de la Pirámide (BoP o Bottom of the Pyramid) como se la define habitualmente.

El Banco Grameen fundado por Mohamed Yunus en la India y que a través de microcréditos ha beneficiado a más de siete millones y medio de personas es precursor y todo un ejemplo. Pero son muchos los ejemplos de microfranquicias que actualmente están vigentes. Algunos nombres conocidos que desarrollan microfranquicias son, entre otros: Cemex en México; Nestlé en Iberoamérica; Unilever en Indonesia, India y Ghana; Kumon en Japón; Vodafone en Sudáfrica; Shell en Guatemala y Tailandia; Coca-Cola en Sudáfrica; HP en India.

Bottom of the Pyramid (BoP) y microfranquicias

La Base de la Pirámide (BoP) o Bottom of the Pyramid son esos 4.000 millones de personas que viven en el mundo por debajo del umbral de la pobreza, es decir con menos de 2,5 US\$ al día, y normalmente ubicadas en Asia, África y América Latina. Pero la crisis ha hecho crecer este número trasladándolo también a Europa y las empresas, que han visto cómo se reduce su cuenta de resultados, han puesto sus ojos en él, no en vano la BoP incluye a casi dos tercios de la población mundial, aunque no toda es objetivo del marketing BoP.

La verdadera creación de empresas y microfranquicias BoP debe conocer perfectamente y empatizar con este nuevo sector de población cada vez más común en Europa, y principalmente en países como Portugal, Grecia, Italia o España.

Cómo implantarlas

Las microfranquicias se desarrollan de forma muy similar a las franquicias, pero se concentran en ofrecer oportunidades a todas aquellas personas con menos recursos y mayores necesidades permitiéndoles ser dueños de sus propios negocios.

La forma de implantarlas y adaptarlas en este caso a nuestro mercado requiere una serie de pasos que deben ser desarrollados. Muchos de ellos son similares a los requeridos en la franquicia.

No obstante, los principales son:

Identificar los negocios y empresas que quieren entrar en este mercado. Para ello, deben estar comprometidos con el sistema y ofrecer garantías necesarias.

Pilotar los procesos, definiendo claramente los objetivos y prerequisites de cada programa piloto.

Definir estructura de financiación y grado de participación e involucración de cada uno de los actores (empresas, ONG's, entidades financieras).

Desarrollar los paquetes de microfranquicia que incluyen: manual de operaciones, entrenamiento, acceso a la cadena de suministro, soportes, estrategia de ventas, aprovisionamiento de productos, crédito, marca y marketing.

La microfranquicia es una opción que libera mercado, crea empleo y abre oportunidades de desarrollo a múltiples personas en todos los niveles de edad, formación y acceso al trabajo.

Según declaraciones de -Eduardo Tormo, fundador de Tormo Franchise Group-: "El modelo de Microfranquicias permite involucrar a un importante número de personas con escasos o nulos recursos económicos para que mejoren sus niveles de vida sustancialmente y como pequeños empresarios atendiendo a clientes habitualmente no accesibles por las empresas. No compete con otros canales, es complementario y facilita la empleabilidad en entornos precarios y de subempleo. Está abierto a muchas empresas en múltiples sectores de actividad".

Conclusiones del Informe

Las microfranquicias son una nueva tendencia de desarrollo empresarial que debe iniciarse en nuestro país con el objetivo de favorecer la creación de puestos de trabajo y ayudar a un número creciente de personas a convertirse en empresarios.

Son modelos de negocio fácilmente reproducibles que permiten a los microempresarios, iniciar sus negocios mediante el uso de metodologías ya conocidas correspondientes al modelo tradicional de las franquicias.

Son una alternativa de negocio para los "emprendedores por necesidad", y en particular una alternativa al desempleo y subempleo.

Están dirigidas principalmente a la población que se encuentra en el segmento Base de la Pirámide (BoP), es decir aquellas personas con menos recursos y estimula y desarrolla el emprendimiento empresarial.

Los condicionantes para desarrollar una microfranquicia son:

Modelos de negocio simples y sistematizados

Surgen de una necesidad real del mercado previamente identificada

Inversiones relativamente bajas e incluso muy bajas y/o innecesarias

Dirigidas a clientes de bajos recursos

Deben perseguir un “fin social” y deben reportar al mismo tiempo beneficios a la comunidad, siendo capaces de desarrollar la creación de empleos locales.

No deben confundirse con franquicias low cost. Las franquicias de baja inversión y/o oportunidades de negocio “no son” microfranquicias.

Microfranquicias en España: Más de 4.000.000 de personas sin empleo y una tasa de paro superior al 22% requieren actuaciones diferenciadas y una adaptación a nuestras necesidades.

Acerca de Tormo Franchise Consulting

Tormo Franchise Consulting es una de las principales empresas consultoras en franquicia en nuestro país. Su equipo acumula una amplia experiencia tras haber participado en la creación y desarrollo de proyectos para más de 600 empresas franquiciadoras, ayudando a cerca de 2.000 personas a integrarse en redes de franquicia. Sus servicios están orientados a todas aquellas empresas que desean iniciar su expansión en franquicia, franquiciadores en activo y emprendedores e inversores que desean incorporarse en una red de franquicia.

Para obtener más información del informe puede consultarlo directamente a través de éste link <http://www.tormofranchise.com/informe-microfranquicias/> ó puede ponerse en contacto con:

Montserrat Romo Rivero

Coordinadora de Marketing de TORMO FRANCHISE

mromo@tormofranchise.com

Telf. 911 591 666

Datos de contacto:

Montserrat Romo

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>