

Exportación de franquicias

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA
EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

Algunas, de las mejores marcas españolas (Tous, Inditex, Mango, Simón, Repsol, Pronovias, Pikolinos, Inditex, Imaginarium, Gios Eppo, Armand Basi, Dia, Sphera…) abren tiendas en todo el mundo diariamente. Éstas apuestan en parte o totalmente en el sistema de franquicias para su implantación en los cinco continentes. El éxito de esta expansión abre las puertas al resto de los franquiciadores españoles, de diversos sectores, que apuestan por consolidar su red nacional para salir al extranjero.

¿Quieres conocer las peculiaridades de un sistema de internacionalización que se diferencia claramente con la exportación?

La franquicia se introduce en los mercados internacionales a través del acuerdo internacional con inversores locales que desarrollarán la marca española y venderán los productos y servicios creados en España. A través de casos prácticos de diversos sectores (textil, restauración, alimentación, servicios...), conoceremos un enfoque distinto a la exportación de productos o servicios o a la apertura de una sucursal en el mercado internacional.

Además de poder aplicar las habilidades adquiridas en la exportación de productos y servicios del Máster en curso, el profesional ICEX podrá adquirir el conocimiento que le permita valorar la estrategia de expansión de franquicia en mercados exteriores, saber cómo se vende la franquicia, que perfiles son los compradores y que mercados son los que permiten desarrollar las franquicias españolas con mayor éxito.

La exportación en franquicia permitirá, a la empresa española que planifique su internacionalización, exportar sus productos y/o servicios de forma rápida, con menos riesgo y con financiación ajena, lo que le facilita crecer sin grandes costos.

El módulo abordará la estrategia de negocio, la valoración de los mercados para la expansión, así como los compromisos que adquieren las partes en derechos y obligaciones.

Su aprendizaje permite al profesional tener siempre una ventaja de desarrollo y crecimiento de negocio con recursos externos cada vez más utilizada en el mercado internacional. Igualmente le permitirá combinar esta estrategia con la exportación tradicional o desestimar su utilización dadas las características del sector, de la legislación, el mercado de destino o por sus costes y rentabilidad.

Título asignatura

Exportación de franquicias

Código asignatura

102215

Curso académico

2024-25

Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano e Inglés

CONTENIDOS

Contenidos

1ª y 2ª sesión: La franquicia: una fórmula de crecimiento empresarial

- Surgimiento de la franquicia moderna en los Estados Unidos.
- Franquicia de producto. Expansión en el mercado español.
- Franquicia de servicios: Expansión en el mercado español.

3ª sesión: La internacionalización de la franquicia española

- Fórmulas de internacionalización.
- Crecimiento orgánico.
- Crecimiento en franquicia/ área developer/ Master franquicia.
- Creación de una franquicia en el extranjero.

4ª y 5ª sesión: El reto de la internacionalización en franquicia

- Mercados internacionales.
- La franquicia en Europa
- La franquicia en América Latina
- La franquicia en Asia
- La franquicia en África

6ª sesión: Experiencias de franquicias españolas en el mercado internacional

- Estrategias de éxito y fracaso
- Franquicia de alimentos / bebidas
- Franquicia de moda
- Franquicia de servicios.

COMPETENCIAS

Generales

CG1.- Los titulados sabrán aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG3.- Los titulados desarrollarán capacidades analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

CG4.- Los titulados poseerán las habilidades para recabar, registrar e interpretar datos macroeconómicos, información de países, información sectorial y empresarial, datos financieros y contables, datos estadísticos, y resultados de investigaciones relevantes para sistematizar los procesos de toma de decisiones empresariales.

CG5.- Los titulados poseerán un cuerpo de conocimientos teóricos y prácticos así como las habilidades de aprendizaje que permitirá a aquellos que sigan interesados continuar desarrollando estudios posteriores más especializados en el ámbito de la investigación avanzada o estudios de doctorado.

CG7.- Los titulados adquirirán los valores y actitudes necesarias para establecer y desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social más estrictos, así como para desarrollar una sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE1.- Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CE2.- Capacidad para elegir y aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial.

CE4.- Desarrollo de las capacidades analíticas que permitan comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas.

CE6.- Capacidad para trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

CE7.- Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

CE9.- Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

CE10.- Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CE11.- Conocimiento de la estructura y funcionamiento de los organismos e instituciones de apoyo a la internacionalización de la empresa.

CE12.- Conocimiento de los principales aspectos legales y fiscales que afectan directa o indirectamente a los procesos de internacionalización empresarial.

CE14.- Capacidad para gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1.- Clases magistrales: desarrollo de contenidos teóricos y de los conceptos de las asignaturas. La clase magistral se define como un tiempo de enseñanza ocupado principalmente por la exposición continua del profesor. Los alumnos tienen la posibilidad de participar, preguntar o exponer su opinión, pero por lo general escuchan y toman notas (7 horas - 100% presencialidad).

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno (5 horas - 100% presencialidad).

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo (5 horas - 5% presencialidad).

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en él así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental (7 horas - 0% presencialidad).

Metodologías docentes

MD1.- Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la disciplina en cuestión.

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD3.- Trabajos docentes - Clases interactivas presenciales : seminarios de discusión y talleres.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales: resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

MD6.- Conferencias Directivos/profesionales expertos en el área/caso de estudio.

La asignatura estará basada en el análisis y presentación de los distintos apartados teóricos con

clases presenciales, apoyada en el análisis de casos de éxito de franquicias españolas, material audiovisual y debates y discusión personal con el profesor, con apoyo de ponentes especializados en exportación de franquicias.

Se analizarán casos de empresas internacionalizadas que permitirá profundizar en muchos de los aspectos teóricos desarrollados. Los contenidos están actualizados anualmente y contemplan las novedades hasta el mismo momento del inicio del curso.

Resultados de aprendizaje

- Conocer la franquicia como un nuevo modelo de estrategia empresarial para el crecimiento de las empresas en mercados internacionales y su forma de financiación.
- Analizar la negociación con el inversor local (franquiciado o máster franquiciado) como elemento necesario para cumplir el objetivo de exportación al mercado de destino.
- Poner en práctica la estrategia necesaria atendiendo a dos mercados diferentes: el mercado del producto o servicio a exportar y el mercado de inversores en franquicia y master franquicia.
- Conocer las relaciones jurídicas que suponen la cesión de la marca y el saber hacer a un tercero, las medidas de protección de los derechos de propiedad industrial e intelectual, fórmulas de control del buen uso de la marca, etcétera.
- Estudiar los modelos de éxito de franquicias internacionales y su estrategia de crecimiento por los cinco continentes.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE2.- Pruebas de conocimiento: exámenes finales (ponderación mínima 80% y máxima 100%)

SE5.- Evaluación de la participación en el aula y/o en actividades on-line (ponderación mínima 50% y máxima 15%)

La calificación final del alumno en su **convocatoria ordinaria** se determinará en base a dos conceptos: el examen final por un lado y, por otro, su participación en trabajos durante las sesiones y las aportaciones voluntarias del estudiante durante la enseñanza de la asignatura.

El **examen final** será una combinación de preguntas de opción múltiple y dos preguntas abiertas. Habrá 20 preguntas de opción múltiple, cada una con cuatro respuestas posibles pero solo una única respuesta válida. La duración estimada será de 45 minutos, como máximo.

Trabajos durante las sesiones: Los alumnos recibirán información en pdf por el buzón CECO-ICEX sobre la internacionalización de las franquicias para trabajar antes y durante las sesiones. El trabajo del alumno se enviará al profesor por correo electrónico después de las sesiones (la fecha será confirmada por el profesor).

Los trabajos, la presentación y la discusión en grupo durante la sesión representarán el 50% de la calificación final.

La puntuación final tendrá en cuenta los siguientes resultados:

- El examen final representará el 50% de la calificación final.
- El test tendrá un valor máximo de 10 puntos.
- Las dos preguntas abiertas tendrán, igualmente, una puntuación máxima de 10.
- En las preguntas tipo test, las respuestas correctas tendrán una valoración de 0.50 puntos, las respuestas en blanco, cero puntos en blanco, y las respuestas erróneas restarán 0.10 puntos.
- Los trabajos durante las sesiones se evaluarán con un puntaje máximo de 10. Su resultado será el 50% de la calificación final.
- El alumno deberá alcanzar en el examen final, una nota mínima de 3,5 puntos para que el resto de las pruebas pesen en la nota final.

El profesor puede aumentar o disminuir hasta +/- 10% la nota final alcanzada de acuerdo con la participación de cada alumno, tanto cuantitativa (número de intervenciones) como cualitativa (oportunidad y calidad de las intervenciones) durante las sesiones lectivas.

La mayor parte de las respuestas se derivarán directamente de la documentación facilitada durante el curso y/o de las explicaciones dadas en clase por el profesor y de la información aportada por los ponentes que participen en el módulo.

No obstante, algunas podrán exigir un esfuerzo personal de reflexión por parte del alumno y la aplicación de su propio criterio.

En las **convocatorias 2ª y siguientes**, el 100% de la calificación dependerá exclusivamente del examen que podrá ser tipo test y/o tipo ensayo y cuyo formato será avisado con antelación suficiente.

PROFESORADO

Profesor responsable

Luque Albarracín, Enrique

Consultor experto en franquicia e internacionalización

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Informes

- Consulta a los informes sobre franquicia por país que elabora ICEX (www.icex.es)
- Consulta a los informes sobre franquicia por país que elabora IFA (<http://franchise.org>)

Webs de consulta

- www.franquiciadores.com
- www.franquiciashoy.es

Redes sociales

- Grupos de profesionales internacionales en LinkedIn:
- Franchising in Spain. Franchise Forum
- (<http://www.linkedin.com/groups?mostPopular=&gid=1816873>)
- La franquicia en Latinoamérica
- (<http://www.linkedin.com/groupInvitation?groupID=2418324&sharedKey=0AFC5A3CEAF>
A)

Bibliografía

- El contrato de Máster Franquicia. Jaume Martí Miravalles. Editado por Aranzadi.
- Profitable Partnership. Greg Nathan. Editado por franchise relationships Institute. Brisbane Australia.
- Master Franchising. Carl E. Zwisler. Editado por CCH Incorporated. Chicago USA.
- La Franquicia. Carlos Terrazas. Comentarios Jurídicos y Normativa. Editado por Selina Olmedo. Madrid.
- Manual de Contabilidad de Gestión para Empresas Franquiciadoras y de Retail. Pilar Soldevila y Magdalena Corobes. Editado por Profit. Barcelona.

El Contrato de Franquicia Internacional. Alfonso Ortega Giménez. Editado por ICEX.
Madrid

- The New Rules of Marketing & PR. How to use social media. David Meerman Scott.
Editado por Wiley. USA.