

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

IBÉRICA NORDIC WALKING

INFORME DE EXPANSION

Código cliente	3989
Tipo de documento	IEX
Lugar y fecha de edición	Madrid, Junio de 2015
Documento	IEX Ed. 01
Propietario del documento	mundofranquicia consulting S.L.
Dirigido a	Empresa. IBÉRICA NORDIC WALKING
	Destinatario. Demetrio Gutiérrez
	Mail. demetrio.gutierrez@gmail.com
Autor	Consultor. Pablo Plasencia Tubal Echaburu
	Cargo. Consultor
	Mail. pplasencia@mundofranquicia.com techaburu@mundofranquicia.com
	mundofranquicia consulting. Oficina Central. Madrid.
Número de páginas	30 incluida esta portada

mundofranquicia consulting es una empresa
certificada en la norma UNE-EN-ISO 9001.2008



TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

INDICE DE CONTENIDOS

1 – PERFIL DEL FRANQUICIADO

2 - TIPIFICACIÓN DEL ÁREA DE EXCLUSIVA

3 - PLAN DE DESARROLLO

4 – OBJETIVOS DE APERTURA

5 – PROGRAMA DE APERTURA DE PILOTOS

6 – CONDICIONES PREFERENTES DE CONCESIÓN

7 – INFORME DE CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO

8 – INFORME DE MERCADO

9 – PROCESO DE INFORMACIÓN A CANDIDATOS

10 - PROCESO DE SERVICIOS PRECONTRACTUALES

11 - PROCESO DE APERTURA DE FRANQUICIA

12 – DOCUMENTOS ANEXOS

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

1- PERFIL DEL FRANQUICIADO

INTRODUCCIÓN

Una vez que hemos diseñado la estructura óptima para desarrollar nuestro modelo de franquicias, es necesario definir el perfil idóneo para convertirse en franquiciado de IBÉRICA NORDIC WALKING.

Recordar que nos encontramos en una relación entre dos partes jurídicamente independientes por lo que debemos delimitar las responsabilidades de cada una de las partes.

TIPOLOGÍA DEL FRANQUICIADO

Dada la naturaleza del negocio de IBÉRICA NORDIC WALKING, el perfil de franquiciado que buscamos no tiene por qué tener experiencia en el sector, pero sí es aconsejable. El tipo de persona que se busca es una persona emprendedora que sea dinámica, deportista, con mucho don de gentes, que tenga la capacidad de captar alumnos y mantenerlos a base de mucho contacto y buena comunicación (a base de emails y comunicados).

En el caso del perfil de franquiciado inversor que adquiere la franquicia y deja la actividad en manos de trabajadores, debe seleccionar a estos siguiendo estas directrices.

Características principales que debe cumplir un franquiciado:

- Disponibilidad de fondos necesarios y suficientes para llevar a cabo la actividad así como los primeros meses de funcionamiento del negocio.
- Se valorará la experiencia en algún tipo de negocio o de atención al cliente o de enseñanza, ya sea como gerente del negocio o como trabajador.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

- No se requiere ninguna característica concreta en lo relativo a la edad o sexo, aunque la preferencia será por el público joven o de mediana edad. Obviamente y como consecuencia de estar en contacto directo con el cliente final se requiere una buena presencia, simpatía, amabilidad y buen trato.
- Capacidad de gestión y organización del trabajo.
- Capacidad de inversión para la apertura y para hacer frente a los primeros meses de actividad.
- Sentido de pertenencia a la red: muchas personas no saben exactamente en qué consiste la forma de trabajar de una red de franquicias, deseando en ocasiones establecer sus propios criterios y formas de trabajo que chocan con la filosofía del negocio.

Las decisiones adoptadas por la Central tienen como único objetivo fortalecer la posición competitiva de todos y cada uno de nuestros franquiciados: las acciones de marketing, la operativa y funcionamiento, oferta comercial, software,... han de ser adoptadas y seguidas por todos los franquiciados pertenecientes a la red.

En todos los casos el responsable de la expansión de IBÉRICA NORDIC WALKING se debería entrevistar con los interesados para poder explicarles el proyecto de primera mano, aclarar cualquier duda que tenga y lo que es más importante, poder determinar si su perfil encaja o no con el que buscamos. En la medida de lo posible se intentará que además conozcan las instalaciones de la central de modo que puedan hacerse una idea real del proyecto.

Las presentaciones y entrevistas se tendrán momentáneamente en las oficinas de MundoFranquicia en la zona noroeste de Madrid o en la escuela de Ibérica Nordic Walking en Palencia, dependiendo de la disponibilidad del interesado.

Desde Mundofranquicia Consulting aportamos el **anexo CCF**, el cual nos sirve para evaluar a cada potencial franquiciado según unos valores esenciales ponderados.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

A modo de ejemplo presentamos el siguiente cuestionario que podrá ser utilizado en la reunión con los potenciales franquiciados.

1. DATOS PERSONALES

- Nombre y apellidos
- Teléfono
- E-mail

2. SITUACIÓN PATRIMONIAL

- Ingresos anuales, en €:
- ¿Dispone de otros ingresos anuales?:
- ¿Qué capacidad de inversión tiene para el negocio?

3.- EXPERIENCIA EN EL SECTOR

- ¿Ha tenido algún tipo de experiencia como gerente de un negocio?
- ¿Tiene experiencia o titulación en el ámbito de la gestión de puntos de venta?
- ¿Cómo ha tenido conocimiento de nuestra empresa?
 - Ferias/revistas/guías/...
- ¿Ha trabajado en algún momento dentro de un sistema de franquicia? En caso afirmativo, comente sus experiencias

4.- ZONAS DE INTERÉS PARA LA APERTURA

- Indique las zonas de preferencia para la apertura y por qué?
 - 1ª opción
 - 2ª opción
 - 3ª opción
- ¿Tiene algún local para la franquicia? Si es afirmativo, indique la dirección y sus características

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

2- TIPIFICACIÓN DEL ÁREA DE EXCLUSIVA

El franquiciado actuará en su zona en régimen de exclusividad al firmar un contrato por el cual se le garantiza su exclusividad. Esto significa que no se implantarán nuevas franquicias de la enseña ni se realizarán nuevas aperturas propias, de esta forma se le asegura al franquiciado cierta cuota de mercado.

A pesar de que siempre se realizará un estudio previo para la apertura de un establecimiento que analiza las características de la zona, siempre, buscaremos zonas con poblaciones mínimas de influencia de unos **50.000 habitantes**, tamaño que entendemos como mínimo para tener una viabilidad, aunque se evaluarán las candidaturas que no cumplan con este requisito.

En función de las características de cada ubicación se analizará su potencial de mercado y se determinará la zona de exclusividad.

Factores a tener en cuenta

Para este Plan de Desarrollo se han tomado como variables fundamentales las siguientes, con el fin de determinar el atractivo que cada zona tiene para la red de franquicias:

- 1. Población censada en la zona:** es el factor importante para la delimitación de zonas de exclusividad en franquicias, ya que este parámetro orienta sobre el potencial de clientes en la zona. No obstante, nuestro modelo se engloba más en el concepto de proximidad.
- 2. Tasa de paro:** se entiende dicha tasa como una manera de intuir el nivel económico de la zona, de modo que a mayor tasa de paro menor será la capacidad de consumo y, por tanto, de menor consumo en nuestra actividad.
- 3. Índice de actividad industrial:** otra forma de intuir el nivel económico de una ciudad radica en su nivel de actividad económica, que debe estar

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

íntimamente ligado al nivel de paro. Se entiende que a mayor nivel de actividad económica, más posibilidades de desarrollo empresarial existirá.

- 4. Índice comercial minorista:** podemos identificar la actividad que existe de empresas comerciales minoristas, por tanto, el consumo de los habitantes de esa zona.
- 5. Índice de actividad económica:** mide la actividad económica de la zona de actuación.

Por todo ello, los parámetros de valoración de una zona deben ser tomados como orientativos, no como un criterio vinculante. Independientemente de cuáles sean estos parámetros, siempre debe primar nuestro propio criterio sobre la idoneidad de la plaza, ya que existen lugares que a pesar de tener un alto atractivo poblacional y económico, puede no tener una buena aceptación. En este sentido vamos a tener en cuenta la ubicación de la misma.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

3 – PLAN DE DESARROLLO

El objeto del presente Plan de Desarrollo es reflejar fielmente cuáles son las zonas más indicadas para la expansión de la red de franquicias pertenecientes a la enseña IBÉRICA NORDIC WALKING. Las características del mercado objetivo, los factores críticos de éxito y los puntos estratégicos de nuestro modelo de negocio, son puntos que se han tenido en consideración para la realización de este estudio.

Por lo tanto, a pesar de que cada candidatura será motivo de un análisis individualizado, el presente documento nos proporciona las líneas maestras de la expansión de la red de IBÉRICA NORDIC WALKING.

Ponderación

La **población** se pondera de acuerdo a la escala siguiente:

Escala de ponderación de la población	
Población	Coef. de ponderación
0-100.000	1
100.001-200.000	2
200.001-300.000	3
301.000-400.000	4
Más de 400.000 habitantes	5

La **tasa de paro** queda como sigue:

Escala de ponderación de la tasa de paro	
Tasa Paro	Coef. de ponderación
<8,99%	5
9-10,99	4
11-12,99	3
13-14,99	2
>15%	1

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Para la **edad** tenemos la siguiente ponderación:

Escala de ponderación del índice de actividad industrial, actividad comercial y actividad económica	
Índice actividad económica	Coef. de ponderación
<15	1
16-64	3
>65	5

Para el **índice de actividad económica** tenemos la siguiente ponderación:

Escala de ponderación del índice de actividad industrial, actividad comercial y actividad económica	
Índice actividad económica	Coef. de ponderación
<100	1
101-150	2
151-500	3
500-999	4
>1000	5

Criterios de ponderación

Dado que como la importancia de cada uno de los factores no es la misma, se ha establecido unos porcentajes de ponderación entre cada uno de ellos:

- Población: 35%
- Edad: 30%
- Tasa de paro: 25%
- Índice actividad económica: 10%

Una vez que hemos obtenido los valores para cada parámetro que queremos tener en cuenta para la instalación de una franquicia IBÉRICA NORDIC WALKING, necesitamos valorar dicho parámetro en el total de la decisión. Para ello, los

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEEX-Ed.01
--

ponderamos con un porcentaje, y el resultado final vendrá de aplicar la siguiente fórmula:

$$I_{lp} = \sum F_{vi} C_{pi}$$

- I_{lp}. Índice dispositivo ponderado.
F_v. Factor de valoración.
C_p. Coeficiente de ponderación.

Tabla de datos ordenada de mayor a menos idoneidad en función de la ponderación final obtenida:

TITULO DE DOCUMENTO
3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Nombre Municipio o Total Provincial y/o CC.AA.	Población	CP	Paro registrado	CPR	Edad <16	C <16	16-64	C 16-64	Edad >65	C >65	Índice actividad económica	CIAE	TOTAL
Madrid	3.233.527	5	10,9	4	14,36%	1	66,13%	5	19,51%	3	226	3	4,46
Barcelona	1.620.943	5	10,2	4	13,19%	1	33,15%	5	10,57%	3	488	3	3,78
Zaragoza	679.624	5	12,8	3	15,13%	1	14,03%	5	3,96%	3	146	2	3,03
Palma	407.648	5	12,3	3	15,87%	1	8,79%	5	1,78%	3	155	3	3,02
Murcia	441.354	5	14,2	2	18,47%	1	9,23%	5	1,93%	3	144	2	2,69
Bilbao	351.629	4	12,9	3	13,10%	1	7,08%	5	2,46%	3	390	3	2,64
Málaga	567.433	5	20,3	1	17,20%	1	11,83%	5	2,70%	3	118	2	2,49
Valencia	797.028	5	15,0	1	14,92%	1	16,46%	5	4,61%	3	80	1	2,48
Sevilla	702.355	5	18,1	1	16,13%	1	14,55%	5	3,76%	3	77	1	2,44
Donostia-San Sebastián	186.409	2	8,7	5	13,64%	1	3,77%	5	1,24%	3	258	3	2,37
Alcobendas	111.040	2	9,6	4	17,75%	1	2,42%	5	0,42%	3	1.566	5	2,30
Córdoba	328.841	4	20,0	1	16,90%	1	6,83%	5	1,70%	3	543	4	2,24
Alicante/Alacant	334.678	4	16,9	1	16,13%	1	6,90%	5	1,74%	3	938	4	2,24
Oviedo	225.973	3	12,5	3	12,60%	1	4,79%	5	1,36%	3	182	3	2,24
Alcalá de Henares	203.924	3	13,5	2	16,31%	1	4,44%	5	0,81%	3	1.840	5	2,19
Valladolid	311.501	4	14,0	2	13,10%	1	6,39%	5	2,07%	3	97	1	2,17
Palmas de Gran Canaria (Las)	382.296	4	20,5	1	15,33%	1	8,26%	5	1,84%	3	193	3	2,16
Alcorcón	169.308	2	12,9	3	16,12%	1	3,48%	5	0,91%	3	1.612	5	2,07
Vitoria-Gasteiz	242.223	3	11,7	3	14,65%	1	5,08%	5	1,35%	3	53	1	2,05
Hospitalet de Llobregat (L')	257.057	3	13,6	2	14,68%	1	5,29%	5	1,56%	3	226	3	2,00
Pozuelo de Alarcón	83.844	1	6,2	5	20,69%	1	1,73%	5	0,33%	3	169	3	2,00
Coruña (A)	246.146	3	14,2	2	12,37%	1	5,03%	5	1,68%	3	402	3	1,99
Móstoles	206.031	3	13,7	2	14,64%	1	4,64%	5	0,79%	3	153	3	1,98
Getxo	80.026	1	8,3	5	13,94%	1	1,67%	5	0,49%	3	207	3	1,98
Calvià	51.114	1	6,4	5	16,50%	1	1,12%	5	0,18%	3	383	3	1,97
Burgos	179.906	2	12,4	3	15,05%	1	3,70%	5	1,05%	3	641	4	1,97

Este documento es propiedad de mundoFranquicia consulting. La información contenida en este documento es legalmente privada y estrictamente confidencial, y está destinada únicamente para la información de la/s persona/s a quien/es va dirigido. Queda estrictamente prohibida la utilización de cualquier documento para otros propósitos distintos a los que han originado su realización, así como su difusión, distribución o reproducción, total o parcial, sin el previo permiso escrito de su propietario, quien no podrá ser considerado responsable de eventuales errores u omisiones en la edición del documento.

TITULO DE DOCUMENTO
3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Rozas de Madrid (Las)	90.390	1	7,1	5	22,46%	1	1,92%	5	0,26%	3	116	2	1,90
Sant Cugat del Vallès	84.946	1	7,2	5	22,29%	1	1,77%	5	0,29%	3	117	2	1,90
Majadahonda	70.198	1	7,2	5	20,96%	1	1,48%	5	0,24%	3	105	2	1,89
Sabadell	207.938	3	14,6	2	17,09%	1	4,24%	5	1,12%	3	119	2	1,89
Getafe	171.280	2	12,7	3	16,00%	1	3,60%	5	0,83%	3	176	3	1,87
Lleida	139.834	2	12,3	3	16,76%	1	2,89%	5	0,68%	3	268	3	1,86
Badalona	220.977	3	15,2	1	16,90%	1	4,60%	5	1,09%	3	741	4	1,84
Gijón	277.733	3	14,8	2	11,80%	1	5,71%	5	1,93%	3	91	1	1,81
Tarragona	133.954	2	11,8	3	17,30%	1	2,79%	5	0,65%	3	106	2	1,76
Granada	239.017	3	17,4	1	15,88%	1	4,94%	5	1,40%	3	255	3	1,75
Elche/Elx	230.587	3	22,5	1	17,26%	1	4,88%	5	1,00%	3	285	3	1,75
Rivas-Vaciamadrid	75.444	1	9,1	4	21,73%	1	1,70%	5	0,11%	3	184	3	1,75
Cartagena	216.655	3	15,2	1	18,61%	1	4,47%	5	1,02%	3	457	3	1,74
Girona	97.198	1	10,8	4	18,10%	1	2,04%	5	0,42%	3	311	3	1,74
Jerez de la Frontera	211.900	3	22,8	1	18,80%	1	4,47%	5	0,90%	3	168	3	1,74
Fuenlabrada	198.132	2	14,5	2	18,14%	1	4,62%	5	0,43%	3	590	4	1,74
Coslada	91.832	1	10,4	4	13,65%	1	2,11%	5	0,29%	3	349	3	1,73
Castelldefels	62.989	1	10,3	4	18,30%	1	1,34%	5	0,24%	3	286	3	1,73
Barakaldo	100.369	2	13,6	2	12,83%	1	2,07%	5	0,66%	3	941	4	1,68
Pamplona/Iruña	197.604	2	12,2	3	14,75%	1	4,00%	5	1,22%	3	80	1	1,68
Vigo	297.355	3	16,5	1	13,94%	1	6,21%	5	1,74%	3	106	2	1,67
Terrassa	215.678	3	15,6	1	18,47%	1	4,45%	5	1,01%	3	116	2	1,64
Santa Cruz de Tenerife	206.965	3	20,1	1	14,82%	1	4,38%	5	1,07%	3	105	2	1,63
Leganés	187.125	2	13,7	2	15,18%	1	3,96%	5	0,97%	3	231	3	1,62
Santander	178.465	2	13,0	2	12,72%	1	3,68%	5	1,18%	3	209	3	1,61
Reus	107.211	2	13,5	2	19,00%	1	2,21%	5	0,50%	3	164	3	1,60
León	131.680	2	13,6	2	12,42%	1	2,63%	5	0,97%	3	206	3	1,59
Cerdanyola del Vallès	57.892	1	11,8	3	16,63%	1	1,24%	5	0,26%	3	626	4	1,57
San Sebastián de los Reyes	81.466	1	10,4	4	18,18%	1	1,80%	5	0,26%	3	47	1	1,54

TITULO DE DOCUMENTO
3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Albacete	172.472	2	16,1	1	0,94%	1	3,68%	5	0,76%	3	10.488	5	1,53
Logroño	153.402	2	13,3	2	16,28%	1	3,18%	5	0,82%	3	141	2	1,51
Torrejón de Ardoz	125.331	2	14,2	2	17,56%	1	2,78%	5	0,39%	3	101	2	1,51
Lorca	92.865	1	11,7	3	18,52%	1	1,94%	5	0,40%	3	158	3	1,49
Almería	191.443	2	19,3	1	17,97%	1	4,02%	5	0,84%	3	769	4	1,48
Irun	61.102	1	11,8	3	15,43%	1	1,25%	5	0,35%	3	235	3	1,47
Huesca	52.296	1	11,8	3	16,32%	1	1,07%	5	0,29%	3	230	3	1,47
Benidorm	72.991	1	11,8	3	13,54%	1	1,47%	5	0,37%	3	479	3	1,47
Siero	52.229	1	12,6	3	13,30%	1	1,11%	5	0,30%	3	181	3	1,46
Algeciras	116.917	2	21,3	1	19,19%	1	2,47%	5	0,50%	3	934	4	1,46
Aranjuez	56.877	1	13,8	2	18,93%	1	1,17%	5	0,25%	3	1.192	5	1,43
Castellón de la Plana/Castelló de la Plana	180.204	2	16,4	1	16,35%	1	3,78%	5	0,83%	3	400	3	1,37
Badajoz	152.270	2	18,3	1	17,65%	1	3,22%	5	0,67%	3	382	3	1,37
Dos Hermanas	128.794	2	20,2	1	20,68%	1	2,77%	5	0,41%	3	397	3	1,36
Huelva	148.568	2	19,5	1	17,43%	1	3,10%	5	0,71%	3	395	3	1,36
San Cristóbal de La Laguna	153.224	2	19,3	1	14,99%	1	3,38%	5	0,66%	3	158	3	1,36
Parla	124.208	2	16,5	1	19,70%	1	2,78%	5	0,28%	3	181	3	1,36
Mataró	124.084	2	16,8	1	17,51%	1	2,58%	5	0,60%	3	164	3	1,35
Santa Coloma de Gramenet	120.593	2	16,3	1	16,38%	1	2,46%	5	0,66%	3	239	3	1,35
Telde	101.300	2	22,8	1	17,82%	1	2,24%	5	0,35%	3	207	3	1,35
Cádiz	123.948	2	19,5	1	13,44%	1	2,59%	5	0,77%	3	371	3	1,34
Cornellà de Llobregat	87.458	1	14,3	2	16,40%	1	1,76%	5	0,50%	3	592	4	1,34
Collado Villalba	61.955	1	13,1	2	18,51%	1	1,35%	5	0,20%	3	509	4	1,33
Torrevieja	103.720	2	15,8	1	13,70%	1	1,77%	5	0,66%	3	222	3	1,33
Benalmádena	65.965	1	14,8	2	17,23%	1	1,33%	5	0,26%	3	701	4	1,33
Ávila	58.915	1	14,7	2	16,33%	1	1,25%	5	0,31%	3	674	4	1,32
Avilés	83.107	1	13,4	2	12,14%	1	1,71%	5	0,57%	3	588	4	1,32
Toledo	84.019	1	11,9	3	17,28%	1	1,80%	5	0,37%	3	98	1	1,29
Segovia	54.844	1	12,3	3	14,75%	1	1,12%	5	0,34%	3	92	1	1,27

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Marbella	140.473	2	15,2	1	18,02%	1	2,95%	5	0,51%	3	132	2	1,26
Salamanca	152.048	2	16,1	1	13,09%	1	2,99%	5	1,13%	3	130	2	1,25
Jaén	116.731	2	15,4	1	17,29%	1	2,44%	5	0,57%	3	144	2	1,25
Guadalajara	84.803	1	13,4	2	16,47%	1	1,81%	5	0,39%	3	246	3	1,24
Orihuela	90.087	1	13,8	2	15,41%	1	1,58%	5	0,53%	3	163	3	1,23
Cuenca	57.032	1	13,7	2	16,45%	1	1,19%	5	0,29%	3	420	3	1,22
Alcalá de Guadaíra	73.675	1	22,1	1	20,87%	1	1,54%	5	0,27%	3	6.683	5	1,19
Alcoy/Alcoi	60.837	1	19,3	1	15,89%	1	1,23%	5	0,36%	3	1.678	5	1,17
Valdemoro	70.315	1	13,5	2	23,29%	1	1,52%	5	0,14%	3	129	2	1,15
Viladecans	65.188	1	13,7	2	19,05%	1	1,37%	5	0,27%	3	124	2	1,13
Ourense	107.597	2	15,7	1	12,71%	1	2,16%	5	0,77%	3	86	1	1,13
Lugo	98.457	1	13,8	2	13,47%	1	2,04%	5	0,61%	3	136	2	1,13
Manresa	76.570	1	14,0	2	16,74%	1	1,53%	5	0,45%	3	128	2	1,13
Vilanova i la Geltrú	66.591	1	14,6	2	16,89%	1	1,37%	5	0,34%	3	130	2	1,13
Prat de Llobregat (El)	63.162	1	13,3	2	16,46%	1	1,33%	5	0,32%	3	101	2	1,13
Granollers	59.954	1	14,1	2	16,87%	1	1,26%	5	0,29%	3	102	2	1,13
Ceuta	84.018	1	21,5	1	22,05%	1	1,75%	5	0,29%	3	869	4	1,10
Arrecife	56.284	1	22,7	1	18,88%	1	1,25%	5	0,15%	3	798	4	1,08
Arona	77.718	1	15,8	1	15,29%	1	1,74%	5	0,26%	3	559	4	1,08
Arganda del Rey	55.506	1	15,1	1	18,26%	1	1,22%	5	0,15%	3	691	4	1,08
Molina de Segura	67.382	1	14,5	2	20,24%	1	1,45%	5	0,22%	3	91	1	1,04
Sant Boi de Llobregat	83.070	1	14,5	2	16,62%	1	1,74%	5	0,42%	3	85	1	1,03
Santiago de Compostela	95.671	1	13,5	2	12,95%	1	2,03%	5	0,56%	3	70	1	1,03
Palencia	81.198	1	13,8	2	13,63%	1	1,68%	5	0,51%	3	93	1	1,03
Melilla	80.802	1	22,1	1	24,18%	1	1,68%	5	0,25%	3	189	3	1,00
Roquetas de Mar	90.358	1	15,7	1	20,55%	1	1,96%	5	0,20%	3	167	3	1,00
Ejido (El)	83.104	1	15,1	1	21,12%	1	1,79%	5	0,20%	3	204	3	1,00
Chiclana de la Frontera	81.113	1	23,1	1	20,34%	1	1,74%	5	0,27%	3	331	3	0,99
Cáceres	95.668	1	16,2	1	16,87%	1	2,05%	5	0,44%	3	418	3	0,99

TITULO DE DOCUMENTO
3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Mijas	82.124	1	15,1	1	19,30%	1	1,56%	5	0,31%	3	193	3	0,99
Ciudad Real	74.921	1	15,5	1	17,24%	1	1,60%	5	0,34%	3	416	3	0,98
Gandia	79.010	1	16,3	1	16,70%	1	1,65%	5	0,37%	3	392	3	0,98
Estepona	67.101	1	16,0	1	18,46%	1	1,36%	5	0,28%	3	275	3	0,98
Mollet del Vallès	52.242	1	16,5	1	18,60%	1	1,11%	5	0,22%	3	227	3	0,98
Linares	60.950	1	20,2	1	16,72%	1	1,28%	5	0,31%	3	283	3	0,98
Vila-real	51.357	1	18,1	1	18,11%	1	1,07%	5	0,23%	3	185	3	0,98
Fuengirola	75.953	1	15,6	1	14,40%	1	1,50%	5	0,43%	3	414	3	0,97
Elda	54.536	1	23,3	1	15,32%	1	1,13%	5	0,31%	3	317	3	0,97
Ferrol	71.997	1	16,4	1	11,86%	1	1,42%	5	0,55%	3	353	3	0,97
San Fernando	96.772	1	19,8	1	18,33%	1	2,07%	5	0,40%	3	101	2	0,90
Talavera de la Reina	88.755	1	23,7	1	17,93%	1	1,82%	5	0,43%	3	106	2	0,89
Paterna	67.356	1	17,4	1	19,64%	1	1,45%	5	0,23%	3	141	2	0,89
Sanlúcar de Barrameda	67.308	1	24,2	1	18,07%	1	1,46%	5	0,26%	3	122	2	0,88
Motril	61.171	1	17,9	1	18,79%	1	1,29%	5	0,24%	3	127	2	0,88
Pontevedra	82.684	1	15,1	1	15,19%	1	1,73%	5	0,45%	3	126	2	0,88
Mérida	58.164	1	20,4	1	18,26%	1	1,23%	5	0,25%	3	128	2	0,88
Utrera	51.887	1	22,9	1	18,65%	1	1,10%	5	0,21%	3	125	2	0,88
Torremolinos	68.961	1	15,3	1	16,00%	1	1,44%	5	0,30%	3	134	2	0,88
Puertollano	51.997	1	19,3	1	15,44%	1	1,08%	5	0,29%	3	138	2	0,87
Zamora	65.362	1	15,5	1	13,12%	1	1,34%	5	0,44%	3	150	2	0,87
San Bartolomé de Tirajana	55.954	1	15,3	1	14,46%	1	1,23%	5	0,20%	3	108	2	0,87
Puerto de Santa María (El)	89.068	1	19,3	1	19,36%	1	1,91%	5	0,33%	3	85	1	0,80
Torrent	81.402	1	18,8	1	18,82%	1	1,73%	5	0,33%	3	94	1	0,79
Santa Lucía de Tirajana	67.291	1	23,1	1	19,82%	1	1,50%	5	0,17%	3	60	1	0,79
Rubí	74.484	1	15,6	1	18,50%	1	1,59%	5	0,30%	3	94	1	0,79
Vélez-Málaga	78.467	1	19,0	1	18,09%	1	1,62%	5	0,35%	3	89	1	0,79
Línea de la Concepción (La)	64.704	1	24,1	1	18,91%	1	1,35%	5	0,31%	3	97	1	0,78
San Vicente del Raspeig/Sant Vicent del Raspeig	55.100	1	17,2	1	18,50%	1	1,19%	5	0,20%	3	91	1	0,78

TITULO DE DOCUMENTO
3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Sagunto/Sagunt	65.238	1	16,7	1	15,82%	1	1,35%	5	0,38%	3	87	1	0,78
Ponferrada	68.549	1	17,0	1	13,44%	1	1,41%	5	0,44%	3	90	1	0,77
Torrelavega	55.297	1	15,5	1	13,25%	1	1,14%	5	0,36%	3	96	1	0,76

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEEX-Ed.01

4 – OBJETIVOS DE APERTURA

La expansión de una nueva red de franquicias no debe ser ejecutada desde la improvisación y la premura por alcanzar cuanto antes un elevado número de franquiciados, sino siendo conscientes de que el correcto desarrollo de la misma pasa inevitablemente por una fase inicial con pocas unidades franquiciadas, cuyo objeto es ir mejorando el sistema de gestión de las franquicias y la correcta adaptación de la oferta comercial a las demandas del mercado. Para nosotros, el desarrollo de una red de franquiciados también supone una importante responsabilidad ante la que hemos de estar preparados para alcanzar el éxito de IBÉRICA NORDIC WALKING.

IBÉRICA NORDIC WALKING se guiará por medio del presente Plan de Desarrollo para su crecimiento nacional, sabiendo que por encima de un elevado ritmo de aperturas está la correcta selección de candidatos y zonas de implantación.

Para el cálculo de la dimensión comercial de la red de IBÉRICA NORDIC WALKING, en sentido estricto, hay que tener en cuenta los siguientes parámetros en consideración:

- Población.
- Tamaño de la zona mínima de exclusividad.
- Saturación del mercado por parte de IBÉRICA NORDIC WALKING.

Esto nos daría un potencial teórico, ya que es necesario tener en cuenta parámetros como:

- Saturación de zonas.
- Clima competitivo
- Etc.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEEX-Ed.01

A título orientativo, el número de aperturas proyectadas para los próximos 3 años es el siguiente:

Aperturas proyectadas para IBÉRICA NORDIC WALKING	
Primer año	3
Segundo año	5
Tercer año	6

No se plantean proyecciones más allá de 3 años, ya que la precisión de las mismas es demasiado limitada debido a los cambios en el entorno económico, político y social. Por ello, es preferible limitar las proyecciones a este horizonte temporal e ir ampliándolo con el paso del tiempo.

Al poner como objetivo un total de 14 franquiciados no quiere decir que no se puedan abrir más, sino que preferimos ser moderados y contar con objetivos bajos para asegurar la viabilidad de la empresa en expansión. Lógicamente cuantas más unidades se abran será mejor para el negocio, ya que la marca IBÉRICA NORDIC WALKING antes se dará a conocer.

Para conseguir esto, seremos selectivos con nuestros franquiciados ya que la mejor herramienta comercial es la opinión de los propios franquiciados.

Conclusiones:

Las principales ciudades Españolas deben ser las áreas prioritarias de expansión en un corto plazo, para hacernos un nombre dentro del sector ya que de nuestras primeras franquicias dependerá la manera en la que se desarrollará posteriormente nuestra expansión.

El plan de expansión debe ser cuidadoso para optimizar la inversión en comunicación y las acciones publicitarias.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

5 – PROGRAMA DE APERTURA DE PILOTOS

Durante los primeros meses de cada nuevo negocio, es imprescindible elaborar un cuadro de mandos con las principales variables del negocio así como ratios de tipo administrativo-financiero, esto vendrá detallado posteriormente en el manual administrativo-financiero.

Además de los números, ha de pilotarse la relación con los franquiciados en términos de calidad de atención, de la gestión de sus establecimientos.

Estos primeros meses de actividad nos permitirán ir ajustando el funcionamiento así como la relación establecida entre todos los agentes que intervienen en el negocio: central, franquiciado, proveedores, clientes,...

Estamos hablando de un negocio nuevo por lo que se deben analizar todos los aspectos para alcanzar la optimización de todos los procesos.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

6 – CONDICIONES PREFERENTES DE CONCESIÓN

En un negocio como este, la expansión dependerá en gran parte de los primeros centros franquiciados, y de su repercusión.

Además, conociendo que las primeras franquicias son las más difíciles de abrir, daremos unas condiciones preferentes de concesión a estas.

De esta manera conseguiremos una mayor seguridad en los negocios de los franquiciados en el éxito del primer año y mayor afluencia de candidatos para las zonas que deseamos abrir para dar mayor repercusión a IBÉRICA NORDIC WALKING.

Esto siempre dependerá de cómo observemos el mercado, también se puede dar desde la central un periodo de carencia en el cobro de los royalties, cómo en el fondo de marketing durante los primeros meses.

Otra opción para agilizar las primeras aperturas es un descuento en el pack de negocio, reduciendo la ganancia por franquiciado con el fin de asegurar los primeros centros franquiciados.

Todas estas técnicas irán dirigidas a dos objetivos:

- Conseguir mayor holgura en el negocio franquiciado en el primer año.
- Conseguir mayor número de propuestas de candidatos interesantes en las zonas preferenciales por parte de IBÉRICA NORDIC WALKING.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

7 – INFORME DE CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO

El modelo de franquicia contempla un único concepto consistente en un local a partir entre 10m². El local tendrá una zona de recepción con un ordenador y una zona de almacenaje del material para las clases y en su caso, para la venta. Logo de IBÉRICA NORDIC WALKING en la entrada.

Los locales de IBÉRICA NORDIC WALKING deberán seguir una serie de pautas que los hagan reconocibles independientemente de la ubicación que se destine a estos centros.

Además, los centros deberán contar con los elementos que la central considera necesarios para que la esencia, estética y seguridad de la franquicia no se vea dañada.

Lógicamente todo el planteamiento del local estará prefijado por una normativa de imagen corporativa común, es decir, la carpintería o mobiliario estará sujeto a la imagen planteada y ya desarrollada en el centro propio en Palencia.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

8 – INFORME DE MERCADO

Buscaremos ubicaciones con una población **mínima 50.000 habitantes**, de modo que la rentabilidad del negocio esté garantizada además de la recuperación del mismo en un período razonable de tiempo. Para este estudio es necesario tener en cuenta no sólo la población, sino la zona de influencia que se puede tener, así como la tipología de sus potenciales clientes.

El local no debe estar obligatoriamente situado en un lugar con un tránsito peatonal alto. Las escuelas deben estar situadas preferiblemente en zonas de buen acceso, en zonas cercanas a donde se va a realizar la actividad.

No es un elemento determinante el estar ubicado cerca de la competencia pues aunque una parte de la oferta sea similar, hay otra gran parte de la que somos pioneros.

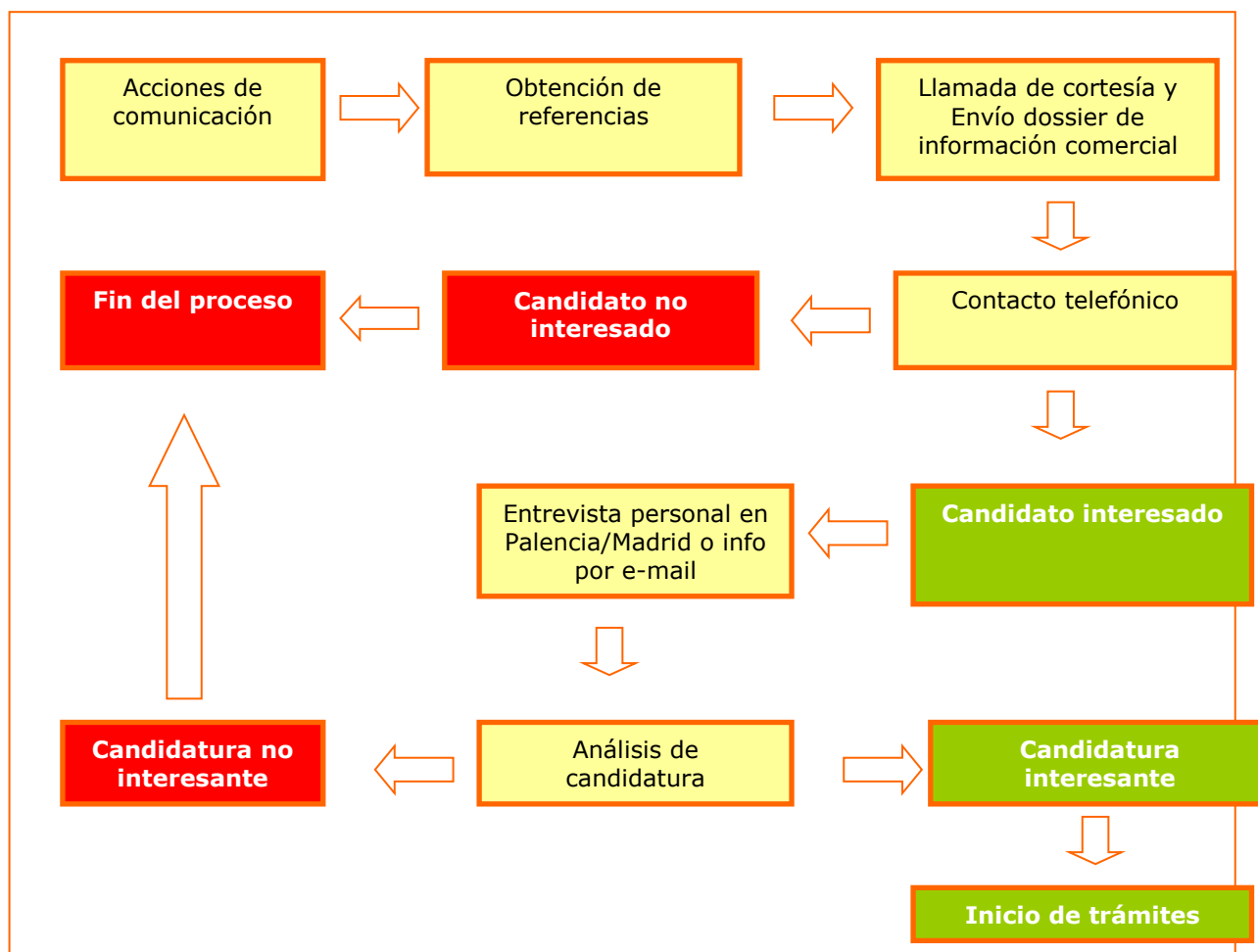
Recomendamos que en cada apertura se diseñe una zona de exclusividad tras la validación del establecimiento y plan de viabilidad del mismo.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

9 - PROCESO DE INFORMACIÓN CANDIDATOS

A continuación explicaremos cual es el proceso que se sigue a la hora de incorporar nuevos franquiciados:



- **Primera llamada y envío de la documentación informativa:** en el momento en que se reciba una petición de información se contactará con el interesado para hacerle una breve presentación de la empresa y del modelo de negocio. Además nos servirá para conocer el interés real y explicar el proceso informativo que vamos a llevar a cabo.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

- **Contacto telefónico:** esta acción se hace aproximadamente 2-3 días después del envío de la información. Tiene por objeto comprobar que nuestro candidato la ha recibido y analizado, así como no permitir que pase demasiado tiempo y la "referencia se enfríe".

Si el candidato tiene interés en mantener una entrevista personal, procederemos a concertar una fecha para la misma en las instalaciones de la central de IBÉRICA NORDIC WALKING en Palencia o en las oficinas de mundoFranquicia en Las Rozas.

En determinadas ocasiones se valorará la idoneidad o no de visitar directamente al interesado en su zona, pero por defecto intentaremos que sea él primero en venir. Dado que algún perfil podría ser considerado "especial" por su capacidad financiera y, en consecuencia, su poder de negociación es mayor, en este caso procederemos a realizar la entrevista en la ubicación que requiera el candidato y llevaremos el packaging informativo desarrollado.

- **Entrevista Personal:** se designará una persona encargada de entrevistar a los candidatos, siendo lo ideal en los primeros momentos la propia dirección de la empresa; es aconsejable que se cuente con el apoyo de un consultor especializado en franquicia para la resolución de aspectos técnicos que puedan surgir en relación específica con este punto.

El contenido de este encuentro es el siguiente:

- **Entrevista** con el contenido siguiente:
 - Presentación de la trayectoria, actividad y perspectivas
 - Descripción de las características principales del modelo de franquicia: aspectos diferenciales, timing de apertura, requisitos, aspectos jurídicos...
 - Descripción de la oferta comercial

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

- Previsión de inversiones y resultados de la franquicia.

- Resolución de dudas

- Entrega del **Dossier de Información Precontractual (DIP)**, previa firma de la correspondiente **carta de confidencialidad**. Esta firma tiene por objeto proporcionar al franquiciador un argumento legal contra el uso inadecuado, por parte del candidato, de la información que recibe por parte de la central.

- **Análisis de candidatura:** se entiende que este proceso es llevado a cabo por ambas partes, de modo que no sólo IBÉRICA NORDIC WALKING estudia la idoneidad del candidato, sino que también éste valora a la primera.

Por motivos legales, este período de análisis que se extiende desde la entrega del DIP hasta la firma de cualquier compromiso contractual, tendrá una duración mínima de 20 días.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

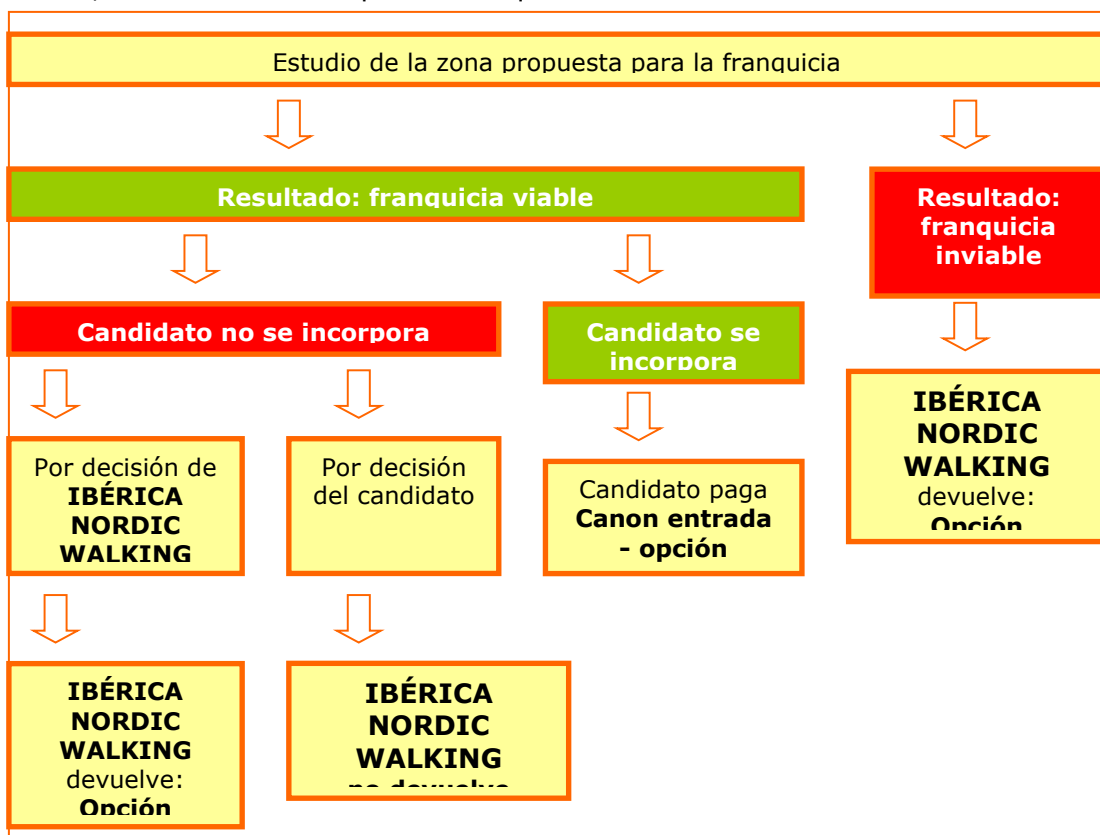
10 - PROCESO DE SERVICIOS PRECONTRACTUALES

Si el candidato ha pasado por todas las fases establecidas y todo ello ha servido a las partes para ratificar su interés mutuo en formalizar la relación contractual, el paso siguiente es la firma del precontrato de franquicia, que actúa como opción de compra.

A la firma de esta opción de compra se establece un pago **a descontar del canon de entrada** para incorporarse a la red de franquicias como franquiciado, abonando a la firma del contrato la parte restante.

Firma de precontrato

El objetivo de este documento es filtrar el interés del futuro franquiciado y formalizar la situación con **la central franquiciadora**. Tras la firma del precontrato, tendremos la tranquilidad de que todo marcha correctamente.



TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Una vez firmado el precontrato y abonada la cantidad estipulada, se procede a estudiar la zona donde el franquiciado desea ejercer su actividad. No obstante, con anterioridad a la firma del mismo, se realizará un análisis previo para determinar la viabilidad de la zona.

Este es el motivo principal por el que recomendamos la firma de un precontrato, en lugar de ir a la firma del contrato directamente en el momento de formalizar la incorporación del franquiciado a la red de ya que el precontrato actúa, en la práctica, como una opción de compra y reserva de la zona.

En general, el importe correspondiente a la opción de compra no se reintegrará al candidato a menos que el resultado negativo del proceso de selección sea causado por decisión unilateral de la central. Lo más normal es que siempre que se firma el precontrato se termine firmando el contrato final.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

11 – Proceso de apertura de franquicia

El apoyo que la central franquiciadora ofrece a sus futuros franquiciados antes de la apertura se concretará en los siguientes aspectos:

Búsqueda y adecuación del local

El franquiciado buscará y seleccionará un local apropiado para el modelo de negocio de IBÉRICA NORDIC WALKING.

Financiación

Con el objetivo de ayudar al franquiciado en todo el proceso de apertura, intentará cerrar acuerdos con entidades bancarias para ofrecer financiación preferente. Igualmente, prestará información acerca de otras alternativas de financiación como el arrendamiento financiero y/o la existencia de subvenciones.

Recursos humanos

La Central podrá ayudar al franquiciado en la búsqueda, selección y contratación de personal o al menos dar los requisitos necesarios del puesto a cubrir y del empleado a contratar.

Si el franquiciado solicitase la presencia del personal de la central para alguna de las fases del proceso de selección, los responsables de la central no deben poner inconveniente en el apoyo a su franquiciado, quedando a disposición de la misma el solicitar al franquiciado el abono de los gastos que este servicio conlleva.

TITULO DE DOCUMENTO

3989-IBÉRICA NORDIC WALKING-IEX-Ed.01

Marketing y comunicación

La central deberá suministrar al franquiciado todos los soportes publicitarios necesarios para el negocio IBÉRICA NORDIC WALKING, además de explicar el calendario de las acciones de marketing a desarrollar, mensajes,...

Asesoría jurídica

En la práctica totalidad de las incorporaciones a una red de franquicia, el candidato acumula una importante cantidad de dudas en relación al contrato de franquicia. Estas dudas serán resueltas por la central franquiciadora inmediatamente, haciendo ver al interesado que esto no es escollo alguno para su actividad.

Formación

Se realizará una formación antes de la apertura para asegurarnos del correcto funcionamiento del nuevo centro, se ejecutará en la central de IBÉRICA NORDIC WALKING, y será teórico-práctico.