

El sistema de franquicias en la República Checa

A. CIFRAS CLAVE

El sistema de franquicias checo está en pleno desarrollo. En 2017 el país contaba con 8.476 sucursales de franquicia en activo y el crecimiento del sector desde el año 2015 hasta la fecha ha sido de un 30 %. Para 2020 se espera que esta tendencia ascendente continúe.

Chequia cuenta con una población de 10,65 millones de habitantes y está situado en el centro de Europa con una superficie de 78.866 kilómetros cuadrados. La ubicación del país es estratégica para cualquier empresa, incluidas las franquicias, puesto que puede funcionar como puerta de entrada a los países vecinos.

El sistema de franquicias se ve propiciado por la alta afluencia que reciben los centros comerciales en el país (80 % de la población), que es una de las ubicaciones más frecuentes de estos establecimientos.

Por último, las franquicias, así como otras formas de negocio, se están viendo beneficiadas por un aumento del poder adquisitivo de la población del país.

Indicadores en 2019	Datos
Población del país (habs.)	10.650.000
Evolución del PIB real	2,5 %
PIB/habitante (EUR)	17.780,76
Establecimientos totales de franquicias en 2017	8.476
Crecimiento del sector en 2017	30 %

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector

La franquicia es un modelo de negocio por el que se establece una relación contractual entre franquiciador y franquiciado, con derechos y obligaciones para ambas partes. A través del contrato, el franquiciador le transmite al franquiciado su marca, la tecnología y formación necesaria para desarrollar la actividad de que se trate y, en muchas ocasiones, le proporciona servicios de consultoría operativa. Así, el franquiciado se beneficia de la imagen que tiene en el mercado el concepto del franquiciador, y este último recibe un canon o *royalty* del primero. Las franquicias se otorgan, generalmente, para un territorio concreto y por un periodo de tiempo determinado.

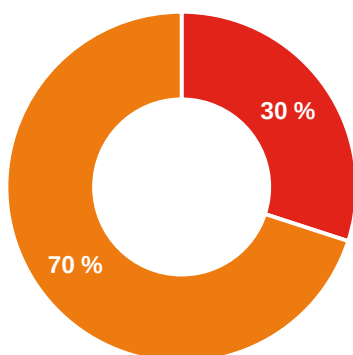
En la República Checa el sistema de franquicias se introdujo alrededor del año 1993 de la mano de McDonald's e Yves Rocher. En los primeros años su desarrollo fue relativamente lento debido a problemas de financiación, falta de desarrollo de la cultura empresarial, lagunas en la legislación y a la falta de conocimientos y experiencia. Sin embargo, en la actualidad la demanda de esta forma de negocio está aumentando; más aún, la franquicia se está convirtiendo en una alternativa de desarrollo empresarial especialmente exitosa en el mercado de la UE, incluida la República Checa. Esto se debe a que se percibe como una forma de negocio eficaz y fuerte, con capacidad de resistir a las crisis financieras.

B.2. Tamaño del mercado

La franquicia es una forma de negocio que está cobrando fuerza en todo el mundo y la República Checa es una prueba de ello. Según datos de 2019, el país contaba con más de 250 marcas registradas, y a cierre de 2017 había un total de 8.476 sucursales de franquicia activas. Esto significa que el crecimiento en dos años (desde 2015) fue aproximadamente de un 30 %. Según datos de la Asociación Checa de Franquicias (ČAF), el sistema de franquicias checo crece aproximadamente un 15 % anual. En este sentido, las previsiones de futuro siguen siendo optimistas y se espera que este año 2020 el número de marcas de franquicia en Chequia alcance las 300.

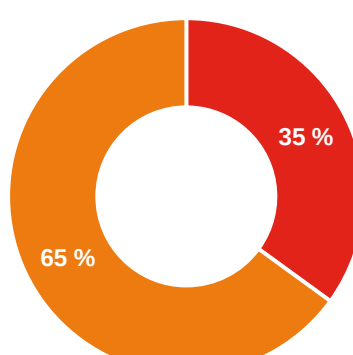
Para hacer una clasificación de las principales franquicias operantes en la República Checa, se han analizado las marcas que forman parte de la ČAF. De esta manera queda patente que la mayoría de ellas son de origen checo y del área de servicios. En efecto, en 2014, el 80 % de las marcas de franquicia se dedicaban a diferentes sectores de servicios, y el 55 % de las mismas tenían origen checo. En cuanto a las previsiones para 2020, la ČAF calcula que la distribución tanto por concepto como por origen de las marcas de franquicia será similar a la de los últimos años. Aunque con ligeras variaciones, seguirán predominando las franquicias de servicios y las de matriz checa.

DISTRIBUCIÓN DE LAS FRANQUICIAS
Por área del concepto



- Franquicias de venta de productos
- Franquicias de servicios

DISTRIBUCIÓN DE LAS FRANQUICIAS
Por origen del concepto



- Franquicias de matriz internacional
- Franquicias de origen checo

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ČAF. Previsiones para 2020.

El presidente de la ČAF, Jan Gonda, expuso en el “Observatorio de la Expofranquicia” celebrado en Madrid en abril de 2019 que, pese a que las franquicias nacionales eran mayoría en el país, cada vez más países europeos mostraban interés por introducirse en Chequia. En este sentido, destacaban Alemania, Francia, Reino Unido y España.

Es interesante analizar qué sectores tienen una mayor presencia en el sistema de franquicias del país. A continuación, la tabla muestra las principales franquicias, ordenadas según el número de establecimientos con los que cuentan en la República Checa. También se concreta si son ideas originales checas o extranjeras.

Concepto de franquicia	Sector	Número de sucursales	Origen
Můj obchod	Venta minorista	492	Alemania*
Benu Lékárna	Medicina y cuidado preventivo	249	República Checa
Brněnka	Venta de comestibles	242	República Checa
Relay	Venta de tabacos, papelería y alimentación	182	Francia
Fornetti	Distribución de productos de panadería congelados	170	Hungría
BestDrive	Talleres	151	República Checa
Hudební škola YAMAHA	Educación musical	117	República Checa
Žabka	Venta de comestibles	111	Reino Unido
RE/MAX Česká republika	Servicios inmobiliarios	110	EE. UU.
McDonald's	Gastronomía	101	EE. UU.
NATURHOUSE	Servicios de nutrición y dietética	100	España
Helen Doron English	Aprendizaje de idiomas	86	Reino Unido
UGO	Gastronomía	80	República Checa
Fruitissimo	Venta de helados, batidos y cafés	51	República Checa
Next Reality	Servicios inmobiliarios	44	República Checa
Bageterie Boulevard	Gastronomía	41	República Checa
EUROPA Realitní Kancelář	Servicios inmobiliarios	31	República Checa

* El accionista mayoritario, con un 30 % de participación, es el grupo checo EP Global Commerce.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Franchising v České republice. Informe 2015 (ČAF).

B.3. Principales actores

El actor principal en materia de franquicias en la República Checa es la Asociación Checa de Franquicias, Česká Asociace Franchisingu (ČAF). Se trata de una asociación de carácter profesional sin ánimo de lucro, que está formada por franquiciadores, expertos legales y consultores especializados en esta forma de negocio. La actividad principal de esta asociación es apoyar el desarrollo de los sistemas de franquicias existentes y crear condiciones favorables para el desarrollo de este tipo de negocios.

La Asociación Checa de Franquicias tiene su origen en 1993 y está presidida actualmente por Jan Gonda, Máster-franquiciante de Naturhouse para Chequia y Eslovaquia. Además, la ČAF es miembro de la Federación Europea de Franquicias.

Aunque con menos incidencia que la ČAF, existen también dos empresas privadas con un objetivo similar, que incluye la divulgación, la consultoría y la publicación de información relativa al sector de las franquicias y otros relacionados. Estas empresas son el **Instituto Checo para Franquicias**, Český institut pro franchising y la empresa **PROFIT system franchise services s.r.o.**

El Instituto Checo para Franquicias administra un Franchise Club, en el que se posibilita que los propietarios y gerentes de franquicias y las personas interesadas en ser franquiciados intercambien información y experiencias.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Según el último informe de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) sobre la situación de la franquicia española en el mundo, en 2018 existían en la República Checa un total de 17 marcas de franquicias españolas. Estas marcas pertenecen a siete sectores diferentes, y suman un total de 154 locales.

En la tabla a continuación se muestran las principales franquicias españolas con presencia en el país, así como el sector al que pertenecen y el número de locales con los que cuentan en la actualidad.

Concepto de franquicia	Sector	Número de sucursales
Telepizza	Gastronomía	8*
Pressto	Tintorería	3**
Mango	Moda	4
Nomásvello	Estética	3
Naturhouse	Estética y nutrición	100
Desigual	Moda	15
La Chinata	Alimentación	2

* Con fecha de agosto de 2020 no admiten pedidos, la página web sigue activa.

**Cerrada a 31 de abril de 2020.

Fuente: Elaboración propia. Esta tabla se elaboró antes de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

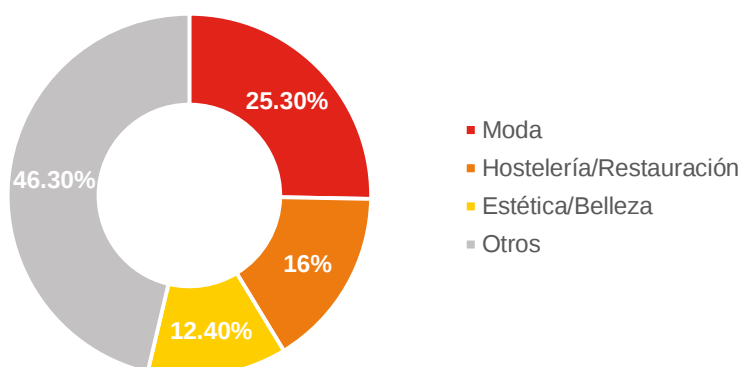
Es interesante destacar que, de las empresas enumeradas, **Naturhouse** es la que se introdujo en primer lugar en el país, concretamente en el año 2008. Como se ha mencionado anteriormente, el máster franquiciado de esta marca preside actualmente la Asociación Checa de Franquicias.

Por otro lado, las últimas incorporaciones de franquicia española en el mercado checo han sido **Telepizza** y **Pressto**, ambas en el año 2017. La pizzería española entró en la República Checa de la mano de Forty's Pizza, mediante una *joint venture*, mientras que la tintorería optó por la fórmula del franquiciado maestro (M/UXA S.R.O).

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La franquicia española muestra tendencias positivas en diferentes sectores, y es especialmente fuerte en **moda, hostelería y estética**. Los tres sectores mencionados constituyen más del 50 % del número total de marcas en España. Concretamente, existen 92 marcas de franquicias de moda españolas, 58 del sector de restauración y 44 del área de belleza y estética.

LA FRANQUICIA ESPAÑOLA, POR SECTORES



Fuente: Elaboración propia a partir de *La franquicia en España 2020*. Informe de la Asociación Española de Franquiciadores.

El mercado checo tiene ya presencia de franquicias españolas en estos tres sectores, y la marca “made in Spain” parece estar bien posicionada en los mismos. Por ello, existen oportunidades para que otras de las marcas españolas accedan al mercado checo en forma de franquicia.

En este sentido, la moda española es especialmente atractiva para la población checa, prueba de ello es que las exportaciones del sector crecieron un 30,2 % en el 2019. La marca España se identifica en el país con firmas como Zara, Mango y Desigual.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Una de las principales cuestiones que hay que tener en cuenta al acceder al sistema de franquicias son las cuotas de entrada o *royalties*.

En 2014 un porcentaje significativo de las franquicias en la República Checa requerían de inversiones iniciales inferiores a 100.000 coronas checas, que equivalen hoy a 4.000 euros aproximadamente.

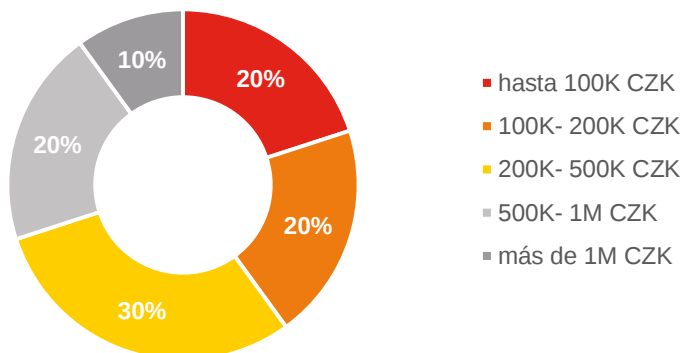
Las estimaciones de cuotas de entrada para el año 2020, sin embargo, arrojan unos datos significativamente diferentes. La mayoría de las franquicias (30 %) exigen una inversión inicial de entre 200.000 y 500.000 coronas checas; es decir, entre 8.000 y 20.000 euros, aproximadamente. Además, la proporción de franquicias que exigen *royalties* de hasta 100.000 coronas (4.000 euros) se ha reducido a menos de la mitad.

En términos generales, se prevé que para 2020 el número de franquicias de “entrada cara” y de “entrada barata” se igualen considerablemente.



CUOTA DE ENTRADA

Previsión para 2020



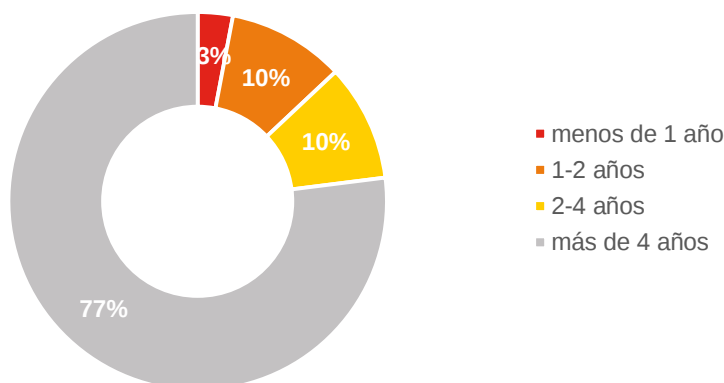
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ČAF.

También es necesario disponer de una estimación de cuándo podrá recuperarse esa inversión inicial. En este sentido, los datos de 2014 indicaban que en el 70 % de los casos, aproximadamente, el tiempo de retorno de la inversión se encontraba entre uno y cuatro años.

De cara al 2020, la ČAF prevé una situación muy diferente. Más de la mitad de las franquicias (77 %) necesitarán más de cuatro años para recuperar la inversión inicial, y la proporción de franquicias que recuperarán esa primera inversión en menos de un año se reduce del 11 % al 3 %.

RETORNO DE LA INVERSIÓN

Previsión para 2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ČAF.

En cuanto a las especialidades del mercado checo, es importante tener en cuenta el hecho de que no hay muchas ciudades grandes en el país. Todo lo contrario, tal y como indica el presidente de la Asociación Checa de Franquicias, para cualquier marca que quiera introducirse en el país, es indispensable adaptar los conceptos a ciudades pequeñas y medianas, desde 5.000 hasta 20.000 habitantes.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

La República Checa es un país miembro de la Unión Europea desde 2004 y, como tal, disfruta de libre circulación de personas, capitales, servicios y mercancías.

Por lo anterior, es importante destacar que no existen restricciones cuantitativas en el ámbito del comercio intracomunitario y tampoco existen derechos de aduana ni similares que dificulten la circulación de los bienes.

Además, las facilidades para el comercio de mercancías incluyen: el reconocimiento mutuo, gracias al cual no existe la necesidad de armonizar las legislaciones nacionales para que los productos circulen libremente; la eliminación de barreras y la creciente normalización.

En cuanto a la normativa específica sobre franquicias, hay que mencionar en el ámbito europeo el Código Deontológico Europeo de la Franquicia. Por otro lado, es preciso señalar que el ordenamiento jurídico de la República Checa no incluye ninguna ley específica sobre este tipo de empresas. Como consecuencia de lo anterior, los contratos de franquicias se rigen por los principios generales aplicables a todos los contratos que se encuentran recogidos en el Código Civil Checo (Ley 89/2012).

De especial interés son también las leyes relativas a la protección de la propiedad intelectual, concretamente la Ley Checa 441/2003 sobre Marcas Registradas.

Por último, hay que mencionar tanto la Ley Checa 143/2001 sobre Defensa de la Competencia como el Reglamento (UE) n.º 330/2010, relativo a la aplicación del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

E.3. Ayudas

Actualmente existen incentivos para la implantación de nuevas empresas en el país. En este sentido, la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Praga está a disposición de los empresarios interesados para facilitarles información acerca de los incentivos a la inversión, las posibilidades de financiación, y sobre las posibles actividades de promoción o participaciones en ferias.

Por otro lado, la Asociación Checa de Franquicias cuenta con el programa “Škola Franchisingu”. Se trata de un curso de 10 meses dirigido especialmente a profesionales con interés en esta forma de negocio. El objetivo del curso es profundizar en el conocimiento sobre las franquicias y trabajar las habilidades necesarias para desarrollar una red de franquicias. El precio general es de 59.000 coronas checas sin IVA, pero existen descuentos por pronto pago y cuota reducida para socios.

E.4. Ferias

• MEZINÁRODNÍ VÝSTAVA PRO PODNIKÁNÍ A FRANCHISING:

Evento anual que incluye conferencias, presentaciones y foros de discusión sobre temas relacionados con las franquicias. Esto incluye *marketing*, soporte comercial, legislación, ejemplos de soluciones comerciales, presentaciones de conceptos, etc.

- Fecha última edición: 14.06.2018
- Frecuencia: Anual
- Lugar: OKsystem Prague, Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4.
- Web: <https://www.vystavafranchisingu.cz/en/>

• KONFERENCE A EXPO FRANCHISE (TO)DAY 2020:

Conferencia y exposición sobre tendencias, novedades y oportunidades espacialmente en el área de las franquicias.

- Fecha última edición: 23.4.2020
- Frecuencia: Anual
- Lugar: OKsystem Prague. Na Pankráci 1690, 140 21 Praha 4.
- Web: <http://www.ifranchising.cz/>

- **MASTER FRANCHISOVÁ KONFERENCE:**

Seminario anual en el que los franquiciadores buscan socios en el mercado checo presentan sus conceptos de franquicia.

- Fecha última edición: 07.11.2019
- Frecuencia: Anual
- Lugar: OKsystem Prague. Na Pankráci 1690, 140 21 Praha 4.
- Web: <http://www.masterkonference.cz/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Česká Asociace Franchisingu (ČAF)**

Asociación Checa de Franquicias

<http://www.czech-franchise.cz/>

- **PROFIT system franchise services s.r.o.**

<https://franchising.cz/kontakt/>

<http://profitsystem.cz/>

- **Český Institut pro Franchising**

Instituto Checo para Franquicias

<http://www.ifranchising.cz/kontakt.php>

- **Avexsystems.cz**

Empresa de consultoría y mediación centrada en servicios integrales en el campo de los negocios de franquicias, la construcción de oficinas centrales y redes comerciales. Organiza la Master Franchisová Konference junto con la Česká Asociace Franchisingu (ČAF).

<http://www.avexsystems.cz/>

- **TopFranchising.cz**

Portal de Internet que publica información actualizada sobre franquicias y oportunidades de negocios.

<https://www.topfranchising.cz/>

- **Franšizingový newsletter**

Boletín mensual sobre franquicias publicado por TopFranchising.cz. Es necesario registrarse.

<https://www.topfranchising.cz/kontakt/fransizingovy-newsletter/>



G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Praga** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en la **República Checa**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de la República Checa, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Štěpánská 10
Praga 12000
República Checa
Teléfono: +(420) 224941255
Email: praga@comercio.mineco.es
<http://republicacheca.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Ester González-Vara García

Oficina Económica y Comercial
de España en Praga

praga@comercio.mineco.es

Fecha: 12/08/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR REPÚBLICA CHECA



ICEX España
Exportación
e Inversiones