

## 1. INTRODUCCIÓN

Suiza se caracteriza, entre otros aspectos, por el pequeño tamaño de su territorio y la pluralidad idiomática, elementos importantes a considerar cuando se proyecta implantar una red de distribución desde el extranjero o crear una nueva cadena de franquicia en el país.

Entre las condiciones favorables que conllevan a los grupos extranjeros a implantarse y desarrollarse en Suiza, utilizando un modelo de comercio asociado como el de la franquicia, destacan:

- Calidad de vida
- Poder adquisitivo de sus habitantes
- Situación geográfica
- Marco de condiciones relativamente favorables a las empresas.

A pesar de ello, y a diferencia de otros países como Alemania, Inglaterra, EEUU o Francia, este modelo comercial ha sido escasamente utilizado en Suiza durante los últimos veinte años. Tres son los elementos básicos que explican esta circunstancia:

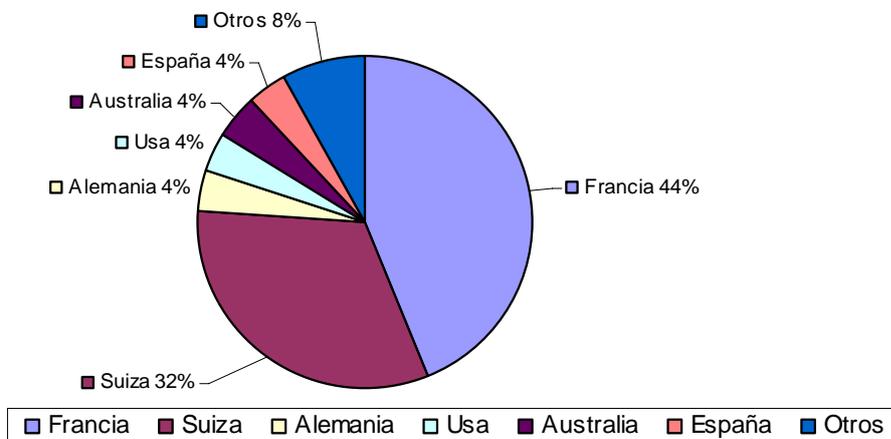
- Diversidad lingüística y cultural
- País de poca extensión
- Madurez del mercado suizo en el desarrollo de sus redes propias (filiales y sucursales)

Se calculan que existen actualmente en Suiza unas 250 redes de franquicias y unos 4500 establecimientos operando mediante este sistema.

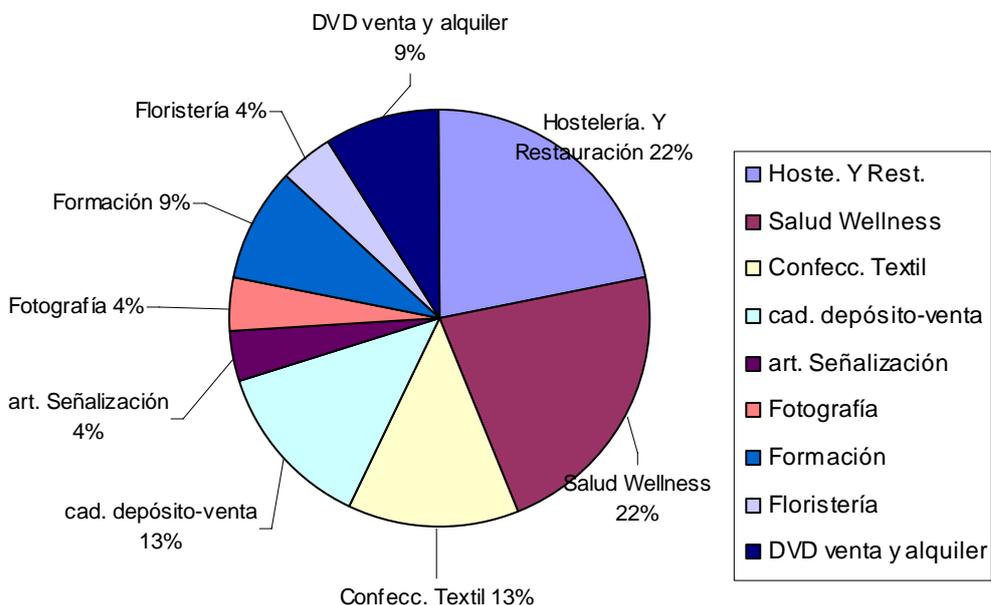
## 2. GENERALIDADES <sup>1</sup>

Origen de las Franquicias actuales:

El 67% de las redes proceden del extranjero, gran parte de Francia.



Campos de actividades:



Tipo de Comercio Asociado:

Se utiliza principalmente el sistema de franquicias (84%), frente a las licencias de marcas (8%), concesiones (4%) y patrocinios (4%)

Antigüedad de las redes:

La mayoría de las mismas son relativamente jóvenes: el 61% fueron creadas a partir del año 2000

Volumen de negocios:

Se estima la cifra media de negocios anual en aproximadamente 37 millones de francos suizos. Se debe considerar que franquicias, alguna con más de 200 millones de francos suizos, desvirtúan esa media. La mayoría de las franquicias son bastante pequeñas y, sin considerar las "grandes redes de distribución", su volumen de negocios medio anual es de unos 27 millones de CHFrs.

Número de empleados:

Las empresas franquiciadoras disponen de pocos empleados en su estructura principal (media de 20 empleados), hecho por otra parte normal, si se tiene en cuenta que forma parte de la esencia de las franquicias el delegar ciertas funciones a los franquiciados.

3. CONDICIONES FINANCIERAS DE LAS REDES <sup>1</sup>

CONCEPTO	MEDIA	VALOR MAX.	VALOR MÍN.
Inversión total *	155.000	672.000	15.000
Aportación personal	33% de la inversión	50%	7,62%
Canon de entrada *	20.000	60.000	4.800
Royalties	4,73% del volumen negocios	8%	2%
Canon de publicidad	1,6% del volumen de negocios	3%	0,8%

\* En francos suizos

4. EL CONTRATO Y EL DOSSIER DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL (D.I.P.) <sup>1</sup>:

Duración del contrato de franquicia y rescisión:

Los contratos tienen una duración media de 6 años. El 60% son renovables automáticamente a su vencimientos, frente al 36% que exigen comunicación en contrario.

Pacto de aprovisionamiento exclusivo:

En el 50% de los contratos figura una cláusula en este sentido.

Informaciones precontractuales:

El 79% de las redes entregan el DIP antes de la firma del contrato (generalmente, con una antelación de tres semanas), a pesar de no estar contemplado en la Legislación suiza. En el 58% de los casos, la información precontractual incluye un balance del franquiciador.

Pronósticos financieros del franquiciado:

La mitad de las redes efectúan pronósticos financieros para los franquiciados. El 73% entregan pronósticos generales o elementos estadísticos de la red.

Un 33% de los franquiciadores preparan un estudio de mercado específico para sus nuevos franquiciados, frente al 59% que no lo hace. Del otro lado, el 44% de las redes exigen a sus franquiciados la elaboración de un estudio de mercado, mientras un 39% no lo requieren.

5. PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DE LA FRANQUICIA EN SUIZA <sup>1</sup>:

El 75% de las empresas encuestadas, respondieron que las perspectivas de desarrollo de la franquicia en Suiza son buenas o excelentes.

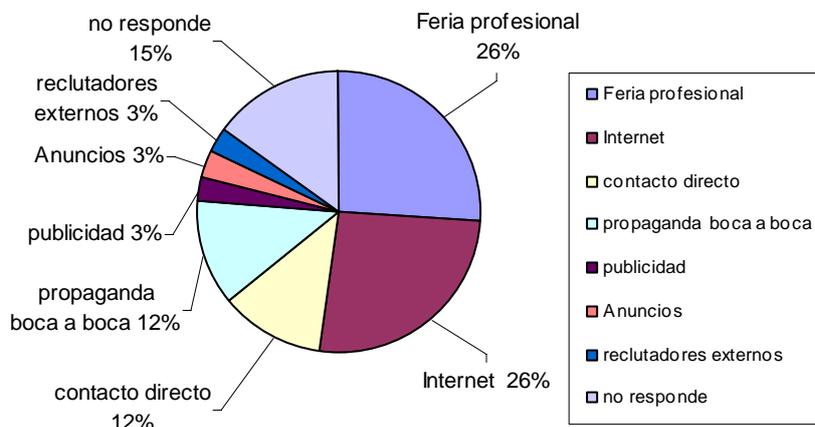


*Algunos comentarios facilitados por los encuestados:*

- Mercado favorable
- Buenas perspectivas, pero mucho por hacer
- Mercado prioritario dentro de su desarrollo europeo.
- Difícil, por la poca predisposición de los bancos a prestar dinero y la dificultad de encontrar ubicaciones adecuadas.
- Desarrollo débil en comparación con Austria y Alemania.
- Existe un potencial de consumidores, pero el Federalismo y los poderes públicos frenan este

## 6. EL RECLUTAMIENTO 1:

Las Ferias especializadas e Internet son las vías principales para reclutar a los futuros franquiciados.



## 7. FRANQUICIAS DE CARÁCTER INTERNACIONAL ESTABLECIDAS EN SUIZA. PRESENCIA ESPAÑOLA

Entre marcas mundialmente conocidas se pueden destacar:

- McDonald's, con 143 restaurantes en el país, de los que 23 locales son gestionados por dos empresas colaboradoras.
- Starbucks Coffee, con 33 locales en las principales ciudades suizas. Se proyectan nuevas aperturas en los próximos meses.
- Accor, cadena francesa de hoteles con franquicias en Suiza bajo la marca Mercure. En la actualidad está presente con 32 hoteles y 3550 habitaciones.
- Re/Max, cadena de franquicias en el sector inmobiliario. Existen actualmente en Suiza 111 agencias.

Empresas españolas:

- Grupo Inditex, sector de la moda, con 9 tiendas de la marca Zara, 4 de Máximo Dutti y una de Bershka.
- Mango, sector de la moda. Dispone de 10 tiendas repartidas en las principales aglomeraciones.
- K & A Internacional., sector de la decoración de interior. Cuenta actualmente con nueve tiendas en Suiza y una en Liechtenstein.

## 8. RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS:

No existen disposiciones legales específicas sobre la franquicia. Los contratos de franquicia suponen normalmente un compendio de varios cuerpos legales que se superponen entre si, resultando una combinación de acuerdos de licencia, distribución, acuerdos de alquiler, leasing o incluso de agencia. El [Código Civil](#), el [Código de Obligaciones](#), la [Ley Federal contra la competencia desleal](#), la [Ley Federal sobre protección de marcas](#) y la [Ley Federal sobre los carteles de empresas y otras limitaciones a la competencia](#) (ésta, en general, menos exigente que la europea), junto al Código Deontológico Europeo, decisiones del Tribunal Federal y reglas específicas de Derechos extranjeros, establecen un adecuado marco jurídico aplicable a las franquicias.

## 9. EVENTOS EN SUIZA RELACIONADOS CON LA FRANQUICIA

En Suiza no existen ferias entendidas como tales relacionadas con la franquicia. En el año 2005 tuvo lugar por primera vez en el Parque Tecnológico de Zürich la denominada "Franchise-Messe" (Feria de la Franquicia), bajo el patrocinio de la Asociación suiza de la Franquicia. Consistió básicamente en una jornada de disertaciones y asesoramiento en torno a la franquicia. Participaron, además de empresas suizas, otras de Alemania, Francia e incluso, Austria.

Cabe mencionar también la "Startmesse", ([www.startmesse.ch](http://www.startmesse.ch)) Feria suiza para la Creación de Empresas y la Franquicia, dirigida especialmente a futuros empresarios. Se celebra en Zürich durante una jornada, y tiene características similares a la arriba indicada.

## 10. VÍNCULOS DE INTERÉS

- [www.franchiseverband.ch](http://www.franchiseverband.ch), web de la Asociación suiza de la Franquicia. Integrada por 52 [miembros](#).
- [www.franchiser.ch](http://www.franchiser.ch) Web con interesantes informaciones sobre la franquicia y redes de distribución en Suiza.
- Portales informativos y búsqueda de franquicias:
- [www.franchise-net.ch](http://www.franchise-net.ch)
- [www.observatoiredefracnchise.ch](http://www.observatoiredefracnchise.ch)
- [www.franchiseportal.ch](http://www.franchiseportal.ch)

## 11. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVA DE LA FRANQUICIA EN SUIZA <sup>2</sup>

El sistema de franquicia se aprovecha de las flexibles condiciones laborales y fiscales existentes en el país. A pesar de ello, no se espera que este mercado experimente un crecimiento por encima de la media internacional, al ser éste controlable también bajo otras formas diversas de sociedades mercantiles. El franquiciador que consigue afianzarse en Suiza, superando retos como los de un público exigente, importantes diferencias de mentalidad y la diversidad lingüística, presenta buenas perspectivas para un desarrollo futuro hacia otros mercados internacionales. En este aspecto, se puede considerar el mercado de la franquicia suizo como un "mercado de pruebas"

Entre los conceptos con un potencial de crecimiento, destacan los de servicios personales, por ejemplo: servicios de asistencia sanitaria a domicilio, mantenimiento de jardinería para personas mayores, servicios de gestión para ausentes por vacaciones, cuidado de animales domésticos, etc.

<sup>1</sup> La información contenida en los apartados 2 al 6 emana de la encuesta representativa realizada en el 2006 sobre el estado de la franquicia en Suiza, a iniciativa del abogado Patrick Richard, responsable del portal [Franchiser.ch](http://Franchiser.ch). No existen en Suiza otros estudios de esta índole, por lo que los datos estadísticos aquí reflejados deben ser analizados con la pertinente reserva.

<sup>2</sup> Entrevistas efectuadas a diversos expertos suizos, recogidas en el semanario sobre economía [Handelszeitung](http://Handelszeitung).

Otras fuentes consultadas: Portal informativo de la Confederación para PYMES ([www.kmu.admin.ch](http://www.kmu.admin.ch)), Asociación de la Franquicia en Suiza ([www.franchiseverband.ch](http://www.franchiseverband.ch))