

DESARROLLO DEL MODELO DE FRANQUICIAS PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LA REPUBLICA DE PANAMA

Estudio y Análisis en el Desarrollo del Modelo de Franquicia para la Micro y Pequeña empresa en Panamá - Página 1

Tabla de Contenido.

	Pág.
Introducción	3
Introducción de la Franquicia	5
Antecedente de la Franquicia en Latinoamérica y Panamá	7
Definición del Sistema de Franquicias	15
Metodología del Sistema de Franquicias	19
Oportunidades de las Pymes en convertirse en una Franquicia Exitosa.	24
Ventajas para la Franquicias para la economía nacional	33
Conclusiones	

INTRODUCCION

Cuando empezamos a conversar sobre el tema de franquicias lo primero en que pensamos es en negocios de comidas rápidas por excelencia. Así era hace 30 años y hablar de las franquicias como una estrategia de negocios no era muy utilizada ni conocida por los empresarios americanos ni mucho menos en Latinoamérica. Hoy después de tres décadas y con los nuevos TLC en las regiones, es un hecho que la franquicia como herramienta de negocios es utilizada cada vez más como estrategia para el crecimiento acelerado, penetración, expansión y dominación de mercados. Para muchos la franquicia es sinónimo de estandarización, imagen y operación. A su vez se rompe el mito de que el desarrollo de franquicias es solamente para las empresas grandes. Pequeñas y medianas también son acreedoras a esta herramienta de negocios y se han convertido en grandes jugadores porque tuvieron la visión de expansión y crecimiento es un sistema que ha sido probado por más de 50 años y cuenta con más de 23,000 negocios a nivel mundial que son franquicias.

La franquicia a su vez permite que el profesional, el empresario, y el independiente pueda convertirse en dueño de su propio negocio. Estos a su vez son generadores de empleos el cual afecta de manera positiva en la economía de un país.

En países con culturas hacia las franquicias como Estados Unidos, Canadá, España existen un sin número de franquicias que se desarrollaron utilizando este esquema de negocio. En Latinoamérica empresas con formulas exitosas buscaron una oportunidad en este modelo de negocios, y sacaron provecho al exportar sus franquicias a otros mercados. En Centroamérica, existen más de 110 franquicias locales. En un mercado con potencial de 33 millones de habitantes, hay pocos jugadores que desarrollaron sus negocios como

franquicias y han sido exitosos. Entre ellos los más conocidos son Pollo Campero, quién tuvo la habilidad de conquistar el mercado latino en los USA, los cebollines, the bagel factory, el chinito veloz, Pollos tip top .

Hoy día son más los consumidores quienes optan por comprar en centros comerciales que ofrezcan tiendas de marcas. A su vez crecen también los giros de negocios que utilizan a la franquicia como una estrategia de crecimiento. Se debe aclarar que no todos los giros de negocios son franquiciables ni tampoco las ideas, sino negocios probados.

Las cartas están echadas en la mesa, y para las empresas exitosas y probadas, existen una oportunidad de negocios de incrementar sus utilidades a través del modelo de desarrollo de franquicias el cual sin duda alguna permite un crecimiento acelerado y una dominación de mercado. Quisiera terminar con una frase célebre de la exprimer ministra de Inglaterra Margaret Thatcher “ **Si tu única oportunidad consiste en quedarte como estás, entonces no se trata de una oportunidad.**”

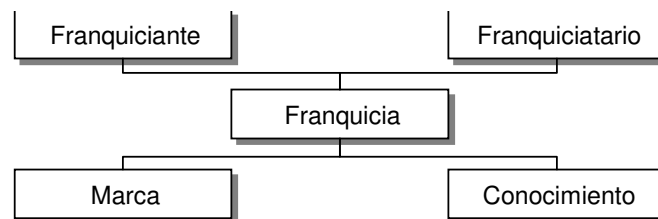
I- Introducción al Sistema de Franquicias

Existen muchas formas de hacer un negocio y de todas ellas la historia reciente demuestra que las franquicias son uno de los modelos más exitosos de expansión.

Definición de la Franquicias:

“Un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios según el cual, una persona física o moral (**Franquiciante**) concede a otra (**Franquiciatario**) por un tiempo determinado, el derecho de usar una marca o nombre comercial, transmitiéndole así mismo los conocimientos técnicos necesarios que le permitan comercializar determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes”.

Elementos de un Sistema de Franquicias

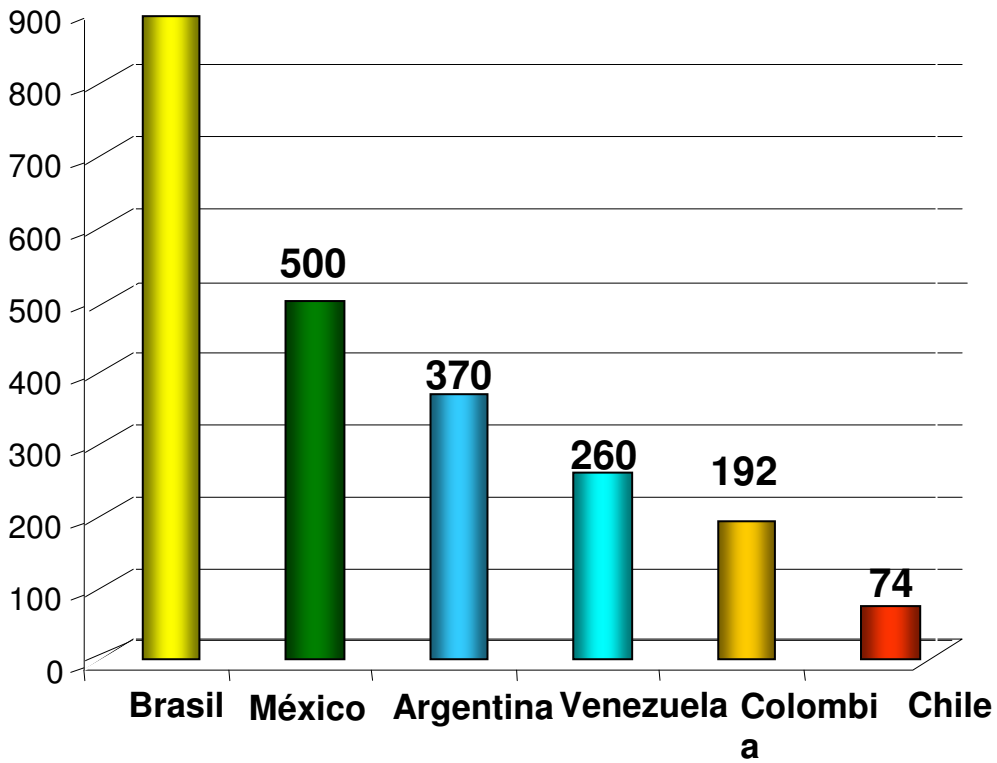


II. Antecedentes de la Franquicia en Latinoamérica y Panamá

Franquicias en Latinoamérica: Las primeras multinacionales hicieron su aparición a final de la década de los 70, esta de más destacar que en los últimos cuarenta años se ha llegado a superar las expectativas de su casa matrices. Sin embargo, en los últimos diez años es cuando se ha generado un boom, con la creación y el desarrollo de las franquicias en Latinoamérica.

Esta tendencia es definitivamente la mejor carta de presentación para acrecentar la confianza de los posibles inversionistas o franquiciados.

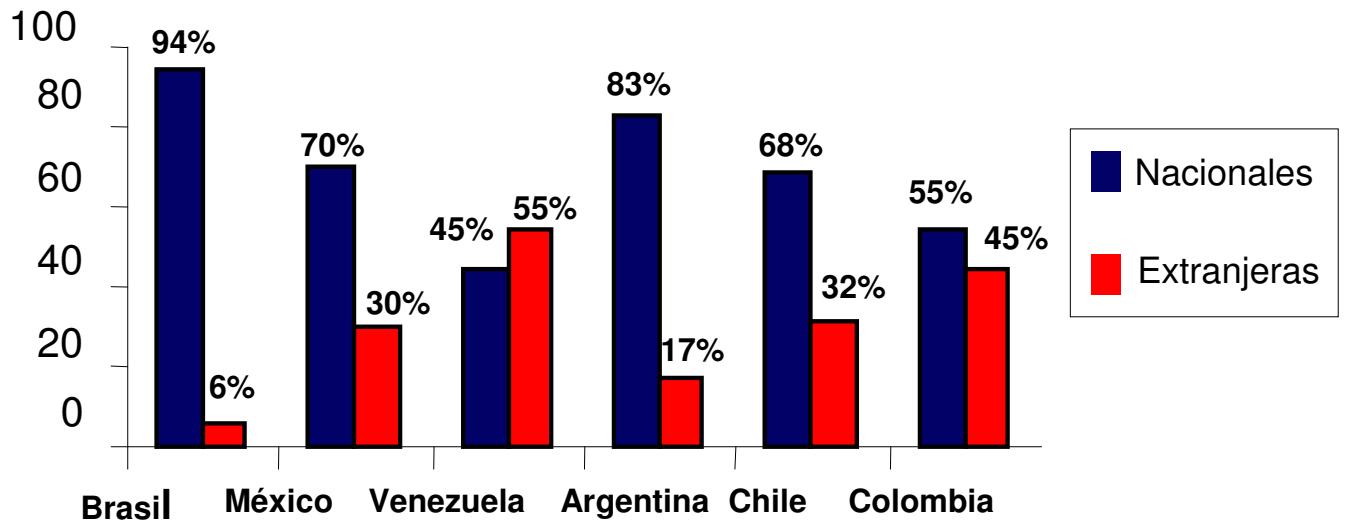
El año pasado se pudo notar que el sector ha crecido a un ritmo del 20% en Latinoamérica, también se pudo notar que no ha faltado el ingreso de nuevas franquicias multinacionales y una muy buena noticia es la creación de 25 de ellas con su sello local, para un total de casi ciento cincuenta franquicias originarias de América Central y República Dominicana.



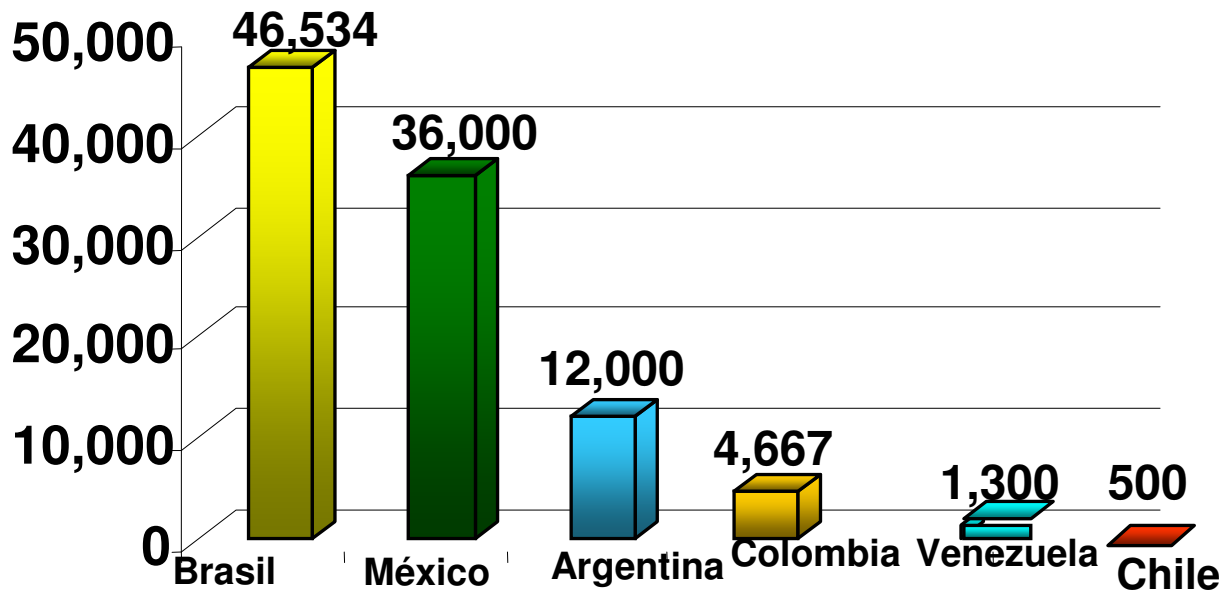
Fuente : IFA y Asociaciones de franquicias de Latinoamérica.

La gráfica muestra los países con mayor actividad en el sector franquicia.

La procedencia de las franquicias extranjeras son principalmente de Estados Unidos, Europa y Latinoamérica



Establecimientos franquiciados en Latinoamérica



Fuente : IFA y Asociaciones de franquicias de Latinoamérica.

Franquicias Panameñas:

La primera franquicia establecida en suelo patrio fue en el año 1957 a cargo de los carritos refrigerado Tastee Freez, cuando aún el concepto estaba en pañales.

Dos años después aparece Dairy queen y que sorprendente aún se mantiene en el mercado con sus hot dog y helados.

Como podemos ver las franquicias más importantes están en el negocio de comida rápida. Luego siguen las de servicios financieros, hoteleros, y otros rubros en general.

En nuestro país tenemos el famoso logotipo Mc Donalds con más de 32 puntos de ventas en la capital y otros más en el interior del país. En esta oleada también entra Kentucky Fried Chicken. Esto da paso para que años después, la compañía local de franquicias panameñas, S.A, agrupara bajo su paraguas a Dairy Queen, KFC y Pizza Hut, esta última introducida a mediados de los setentas.

Por otro parte, la popular cadena de hamburguesa Burger King, arranco en 1981 bajo la local sincron, S.A.

Otras Cadenas han apostado en grande en nuestro mercado son:

Beningan's, Hard Rock Café, Friday's, por citar algunas.

También tenemos en nuestro patio al restaurante Pío Pío (Propiedad del poderoso Grupo Melo, y Don Lee, el primero con 42 locales en la ciudad y otros en provincias, su acogida recae en un nicho más popular pero de buenos réditos , no flaqueando antes crisis., algo que consolida a esta compañía avícola y que reporta ventas de cercanas a los 80 millones de dólares. El

segundo es una cadena de comida china, con cinco sucursales y probado alcance.

Así mismo algunas franquicias, además de Estados Unidos Proviene de España (Hoteles tienda), Francia (Cosméticos), México (Restaurantes), Colombia (Imprenta, Tiendas) y otras naciones centroamericana que han apostado por la viabilidad de la comida rápida a ellos hay que agrupar afamadas marcas de ropa y tiendas exclusivas de vestuarios (Benetton, Zara, Diesel, Polo, Tommy Hilfiger, náutica, Guess y Kenneth Cole, entre otras), también existen cadenas de cines (Cinemark, Kinomaxx, Cinépolis), Hoteles (Holiday Inn, Radisson), Venta y alquiler de Vehículos, videos etcétera.

Cabe destacar que Panamá tiene una economía abierta, no hay mayor restricción para que las franquicias se establezcan en este país siempre y cuando cumplan con los trámites, que estipula la ley local de derecho de propiedad intelectual.

De hecho la población panameña esta identificada con numerosas cadenas y productos que por años han formado parte de la nación a diferencia de otros mercados. A su vez la apertura de nuevos centros comerciales ha impulsado la llegada de nuevas franquicias y de diferentes giros de negocios.

Actualmente Panamá cuenta con más de 200 franquicias entre locales e internacionales, siendo las franquicias extranjeras las que predominan en el mercado.

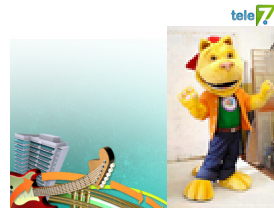
FRANQUICIAS PANAMEÑAS



MERCANTILE SHIPSTORES







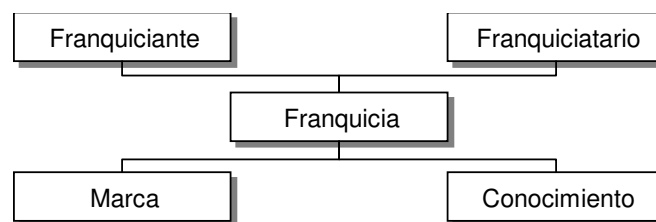
III. DEFINICION DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

La franquicia es un formato de negocio que ha revolucionado el ámbito empresarial, donde las partes que la integran: Cliente – Franquiciatario – Franquiciante, salen beneficiadas (ganar-ganar-ganar), asimismo representa una de las mejores alternativas para la expansión de un negocio probado y experimentado.

Queda claro que para que exista la franquicia se requiere que el titular de una marca la licencie a un tercero, otorgándole además los conocimientos que le permitan repetir con métodos uniformes y en forma exitosa una operación comercial.

Los elementos que conforman una franquicia son los siguientes:

Elementos de un Sistema de Franquicias



Franquiciante: Es aquél que posee una determinada marca y tecnología (Know-How) de comercialización de un bien o servicio, y cede los derechos contractualmente del uso de su marca y tecnología a un tercero. Asimismo, provee de Asistencia Técnica, de organización gerencial y administrativa al negocio del Franquiciatario.

Franquiciatario: Es aquél que adquiere contractualmente el derecho a comercializar un bien o servicio, dentro de un mercado exclusivo,

utilizando los beneficios que da una marca y el apoyo (asistencia técnica) que recibe en la capacitación para operar y administrar el negocio.

Marca: Es todo signo visible que distingue productos y servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. En un sistema de franquicias es el elemento principal del reconocimiento comercial de un negocio.

Know How: Incluye como elemento fundamental a los conocimientos técnicos, se encuentra referido a métodos, procesos, logística operativa, administrativa y comercial, que permiten crear la imagen de garantía, servicio y calidad, al ser eficientes y representar una ventaja competitiva, constituyendo así un fuerte factor de diferenciación frente a posibles competidores.

Tipos de Franquicias. Existen diferentes tipos de franquicias según su naturaleza, a saber:

Franquicia de Marca: Es aquella donde el franquiciante permite a un tercero que utilice su marca y sus procesos.

Franquicia de Distribución: Aquella donde el franquiciante autoriza a un tercero a distribuir los productos utilizando su marca en un área geográfica específica.

Franquicia de Formato: El franquiciante autoriza a un tercero a operar una unidad de negocio exactamente igual a la original, comercializando el mismo producto o servicio y aceptando el uso de su marca e imagen.

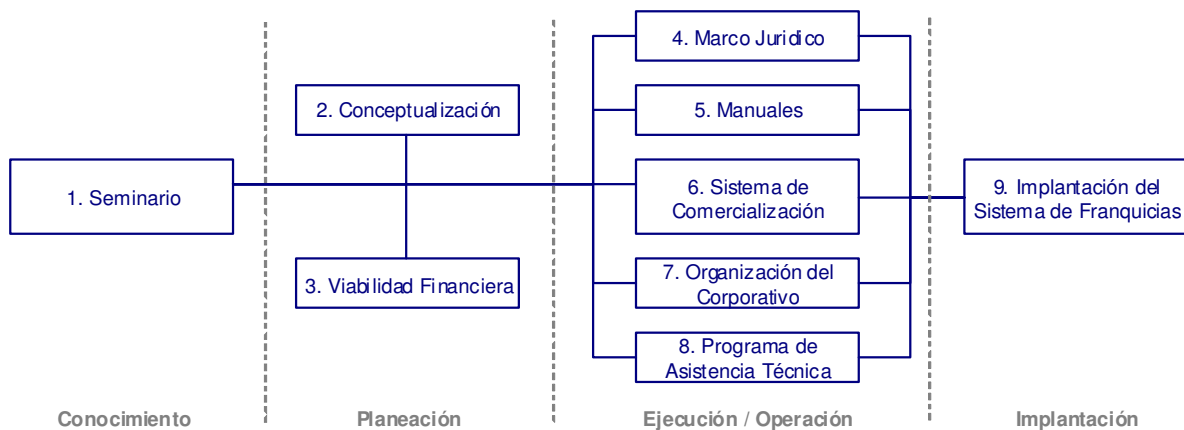
Franquicia por Conversión: Es aquella donde el propietario de un negocio determinado modifica su negocio y adopta el uso del nombre y sistema de operación del franquiciante, previa aprobación de éste.

Franquicia por Reconversión: Es aquella en donde el propio franquiciante vende alguna de sus unidades existentes a un franquiciatario como negocio en marcha. Así de esta manera mejora su flujo de caja y obtiene grandes ahorros en su gestión administrativa.

La Franquicia: Alianza o Sociedad? La franquicia es una alianza porque los participantes establecen una relación comercial en donde cada uno aporta recursos y experiencias para el beneficio común. En caso de riesgo de continuidad entre las partes, no existe ningún vínculo que obligue a la otra parte a responder solidariamente ya que no es una situación de sociedad.

IV. METODOLOGIA DE UN SISTEMA DE FRANQUICIAS

Metodología del desarrollo de Sistema de Franquicias



Para el desarrollo de un Sistema de Franquicias, el mismo se divide en cuatro grandes etapas:

Etapas de Conocimiento: Es la etapa del conocimiento en donde se aprende los temas básicos y de teoría sobre las franquicias.

Etapas de Planeación: Este es la parte medular de la franquicia. En esta etapa se revisa y se plasma la estrategia a seguir en el desarrollo de la franquicia y sus lineamientos a seguir.

Etapas de Ejecución: Aquí es donde se ejecuta y se desarrolla todos los manuales que se discutieron en la etapa de planeación.

Etapaza de Implantación: Se brinda asesoría en la implantación y puesta en marcha del desarrollo del sistema de franquicia en tiempo real.

PRODUCTOS PARA EL DESARROLLO DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

1. **Seminario de Franquicias y Definición de Necesidades.** Lograr que el personal especialista de la Empresa Franquiciante pueda identificar los conceptos básicos y las características más importantes del Sistema de Franquicias y entender la forma en que deberá involucrar sus responsabilidades funcionales en el proyecto.
 1. Impartición de temas fundamentales del Sistemas de Franquicias
 2. Introducción al Sistema de Franquicias.
 3. La importancia de los aspectos legales en un Sistema de Franquicias.
 4. La Franquicia como estrategia de dominación de mercados.
 5. Desarrollando un Sistema de Franquicias.

2. **Desarrollo o Revisión de la Conceptualización del Sistema de Franquicias** consistente en la instrumentalización y planeación del concepto de negocio.
 1. Antecedentes Históricos.
 2. Objetivos Generales y específicos del Corporativo
 3. Determinación de la Filosofía Organizacional
 4. Definición del Concepto y Modelo de Negocio.
 5. Definición del Formato de Franquicia.
 6. Determinación de los Manuales necesarios para el proyecto.

7. Determinación de la Asistencia Técnica.
8. Aspectos Legales.
9. Aspectos Operacionales.
10. Territorialidad.
11. Aspectos Mercadológicos.
12. Análisis FODA.
13. Plan de Expansión.

3. Análisis de la Viabilidad Financiera. Asesorar para determinar la viabilidad Financiera del proyecto tanto para el Franquiciante como para el Franquiciatario, definiendo los distintos valores financieros del Sistema de Franquicias

1. Asesoría para la determinación de la cuota inicial de Franquicia.
2. Asesoría para la determinación de las regalías continuas.
3. Asesoría para la determinación de las aportaciones al fondo de publicidad.
4. Asesoría para la determinación de la inversión inicial por Unidad.
5. Asesoría para la determinación de la Rentabilidad y cálculo del retorno de la inversión para el Franquiciante.
6. Asesoría para la determinación de la rentabilidad y cálculo del retorno de la inversión para el franquiciatario.

4. Desarrollo o Revisión del Marco Jurídico del Sistema de Franquicias, consistente en definir la relación entre las partes involucradas en el proceso de Comercialización y Operación del Sistema, estableciendo objetivamente compromisos, obligaciones y derechos de las partes.

1. Evaluación del Registro Marcario.
2. Contrato de Franquicia.
3. Contratos Anexos:
 - Contrato de Confidencialidad.
 - Contrato de Comodato de los Manuales.
 - Contrato de Licencia de uso de Software.

4. Instrumentos Legales Auxiliares en la Comercialización de los Puntos de Venta.
5. Circular de Oferta de Franquicia.
6. Contrato Preparatorio (Carta de Intención y/o Contrato de Promesa de Franquicia.)

5. Desarrollo o Revisión de Manuales de Operación para el Sistema de Franquicias, Consistente en estandarizar la operación de los puntos de venta de acuerdo a los fundamentos teórico-prácticos que la experiencia ha permitido definir como aspectos característicos del funcionamiento de los mismos, cumpliendo con los satisfactores de calidad y servicio.

1. Manual de Preapertura.
2. Manual de Operaciones.
3. Manual de Recursos Humanos.
4. Guía de Mercadotecnia, Promoción y Publicidad.
5. Guía Básica de Seguridad
6. Revisión del Manual de Imagen Corporativa.

6. Desarrollo del Sistema de Comercialización, consistente en estructurar las estrategias de expansión y crecimiento de los puntos de venta y definir la metodología del otorgamiento de las franquicias de acuerdo a las expectativas de la empresa Franquiciante para el corto, mediana y largo plazo.

1. Definición del Perfil del Franquiciatario.
2. Herramientas de Comercialización
3. Definición de la Estrategia Comercial.
4. Elaboración de la Solicitud de Franquicia.
5. Tabla de Evaluación.
6. Determinación de los criterios para la selección del punto de venta donde se planea desarrollar el negocio, así como su respectiva Tabla de Evaluación.
7. Procedimiento de comercialización y otorgamiento.

8. Presentación ejecutiva ante inversionistas.
7. **Organización del Área de Franquicias.** Consistente en proponer la estructura de organización a través de la cual el corporativo, dirigirá, coordinará, y controlará los esfuerzos de cada una de las unidades que conforman la red de franquicias.
 1. Organigrama del Área de Franquicias
 2. Principales Funciones.
 3. Perfiles y Descripción de Puestos.
8. **Programa de Asistencia Técnica.** Ofrecer los instrumentos de evaluación y apoyo requeridos por la red de unidades franquiciadas.
 1. Programa de asistencia técnica a la red.
 2. Check list de supervisión o asesoría.
 3. Elementos básicos para la formación de asesores de campo.

v. Oportunidades de las PYMES en convertirse en una Franquicia exitosa

Hoy el Sistema de Franquicias se expande a nivel internacional y se utiliza como un esquema poderoso para el crecimiento de los negocios, ya que sin duda, combina todos los elementos necesarios para la expansión y éxito como lo son: ideas afines, prestigio, el “know how”, flujo de capital, gente emprendedora, además del compromiso de establecer relaciones a largo plazo.

La franquicia es una estrategia de alta dirección con tres objetivos fundamentales:

- El Crecimiento acelerado
- La dominación de mercado
- La construcción de marca

Objetivos Generales de la Franquicia:

- Definir el Sistema de Franquicias como el método de crecimiento, que le servirá a la empresa, para consolidar el posicionamiento de la marca y el producto, ofreciendo uniformidad en los productos y servicios que se comercializan.
- Definir los aspectos claves para lograr la replica exitosa del concepto de negocios
- Ser un documento para que el personal involucrado en el Sistema de Franquicias lo utilice como un instrumento de planeación, inducción y de consulta, logrando de esta manera conocer la Franquicia en sus aspectos estratégicos, comerciales y operativos; identificando asimismo las expectativas de la Empresa Franquiciante, y los objetivos que se deben cumplir con respecto al desarrollo del proyecto.

Objetivos Específicos.

- Conocer la filosofía organizacional de la empresa, visión, misión, filosofía y valores.
- Establecer el panorama actual del negocio como Sistema de Franquicias por medio del estudio **FODA**.
- Determinar la estructura y funciones de cada uno de los actores del sistema de franquicias, así como su interrelación.
- Identificar el concepto de franquicia, y los tipos de unidades o fases disponibles para los inversionistas, con sus características y requerimientos específicos.
- Definir la ubicación y el territorio asignado para cada tipo de unidad.
- Definir conceptualmente el perfil del franquiciatario idóneo.
- Definir las características de precio que regirá a las unidades franquiciadas.
- Determinar la estrategia de desarrollo comercial y el plan de expansión del sistema de franquicias.
- Definir la asistencia técnica en Preapertura y Continua que brindará el Franquiciante a su Red de Franquicias.
- Definir los alcances que deberán contemplarse para el desarrollo del marco jurídico del Sistema de Franquicias para regular la relación comercial entre la Empresa Franquiciante y su red de Franquiciatarios.

Es necesario revisar y actualizar frecuentemente el documento, debido a:

- Los cambios constantes que se presentan en el mercado de las Franquicias.
- La experiencia adquirida por la Empresa Franquiciante en el otorgamiento, operación y administración de Franquicias.

Por que Franquician las Empresas

Existen muchas razones por las cuales las empresas optan por franquiciar su éxito. Entre ellas tenemos las siguientes:

- Expandir su concepto y dominar mercados
- Temor de asociarse con desconocidos.
- Desconocimientos de mercados específicos.
- Falta de Capital propio y suficiente para crecer.
- Necesidad de expansión o crecimiento acelerado.
- Posicionamiento en el mercado; el que pega primero pega más fuerte.
- Lograr varias fuentes de ingresos.
- Falta de personal capacitado para operar más de una unidad.
- Varias cabezas piensan mejor que una.
- Mayor introducción de productos y servicios en el mercado

Qué debe reunir un negocio para ser Franquicia

Como todo negocio de éxito, hay elementos fundamentales que debe reunir un negocio para convertirse en una franquicia. Estos elementos son necesarios sin importar el tamaño del negocio. A continuación detallamos cuales son esos elementos de éxito:

- Debe contar con un mercado potencial.
- Debe tener un concepto definido.
- Debe contar con una marca.
- Debe ser un concepto comercial y financieramente atractivo.
- Debe ser repetible y transmisible.

CONCEPTOS A DESARROLLAR

En Panamá existen una gran cantidad de microempresas que han salido de ser pequeñas a medianas. Las mismas cuentan con dos o más unidades de negocios y lo han hecho de una manera informal sin contar con una metodología que sirva para estandarizar los procesos administrativos y operativos de manera uniforme.

Debido al éxito de estos conceptos en otros países y también en Panamá, hemos identificado unos 10 conceptos los cuales han sido replicados desde su inicio y que empezaron como una microempresa. En cada concepto que se eligió tomamos en cuenta que existen microempresas que iniciaron con uno y actualmente cuentan con dos o más unidades operando.

Entre los conceptos escogidos para desarrollar como franquicias en Panamá tenemos los siguientes:

- Salones de belleza:

Este modelo de negocio esta dirigido especialmente a amas de casa, personas independientes, profesionales en el giro del negocio y es fácil de replicar su concepto y su manejo a terceros.

- Cevichería:

Los negocios de cevichería son bastantes populares y son bien aceptadas por los panameños y los amantes a los mariscos. Está dirigido principalmente a cualquier emprendedor, independiente o profesional que desee invertir en este concepto. Su manejo es sencillo y rápido de operar.

- Heladerías:

El concepto de las heladerías es bueno por su rentabilidad y buen margen de ganancia. Son dirigidas a todos los consumidores en general. Debido a su fácil operación y manejo diario, es un concepto replicable 100% y puede ser también manejado por cualquier emprendedor, profesional o independiente.

- Restaurantes de Parrilladas:

Este concepto es muy gustado por los panameños. Es replicable y transmisible a la hora de traspasar los conocimientos. Sin embargo, tiene un manejo distinto, dado que para operarlo, se tiene que conocer un poco más sobre el manejo de las mermas, compra de insumos perecederos y costos de platillos.

- Lavanderías:

Concepto muy popular y fácil de manejar. Por su gran demanda en el mercado panameño, el mismo puede ser incorporado rápidamente en cualquier lugar que existan barriadas populosas o no. Buen concepto para invertir.

- Zapaterías:

El negocio de zapaterías se ha ido incrementando durante estos años y sobre todo que existe una gran demanda por este servicio debido a que no existen muchas zapaterías en el país que cubran la demanda. Es un concepto rentable y también especializado. Fácil de instalar y operar por cualquier inversionista, profesional o independiente.

- Sastrerías:

Este es otro concepto que al igual que las zapaterías, su demanda va en crecimiento y se necesita personal capacitado para manejar la operación. Cada día más aparecen nuevas microempresas ofreciendo este servicio. Es fácil de instalar y replicar. El mismo es operado principalmente por amas de casas, independientes, o emprendedoras.

- Farmacias Populares:

Este concepto esta tomando una mayor presencia en nuestro país dado el incremento en los costos de los productos farmacéuticos. Su principal atributo es vender productos genéricos que cuestan menos que los que tiene marca. Son muy rentables y también fáciles de operar e instalar en cualquier parte del territorio nacional.

- Panaderías y dulcerías:

Estos son conceptos clásicos por excelencia. Son rentables y fáciles de operar e instalar en cualquier parte. Es por esta razón que este concepto es replicable por excelencia. Además su demanda es alta.

- Guarderías Infantiles:

Este es un nuevo concepto que esta generando una gran demanda en nuestro país. Manejado principalmente por mujeres, amas de casas, independientes o profesionales. Necesitan un trato especial debido al manejo y cuidado de niños. Ofrecen una opción a las madres solteras para el cuidado de sus niños. Son altamente rentables.

Ventajas del Inversionista (Franquiciatarios)

Las franquicia es uno de los modelos de negocios más exitosos en el mercado e igualmente utilizado por los inversionistas gracias a que uno esta invirtiendo en negocios probados y no ideas. El negocio es tangible y no de papel, y esto se debe a que en una franquicia a la hora de invertir uno compra un sistema en marcha, con procesos incluidos, sistemas, capacitación y con información financiera real y no de proyecciones.

A continuación se detallan las ventajas más importantes a la hora de invertir en un modelo de franquicia:

- Reducción de riesgo e incertidumbre al invertir en un negocio probado
- Permanente innovación y mejora de la franquicia por parte del franquiciante.
- Capacitación documentada con los Manuales de Operación
- Acceso a sistemas administrativos de control y evaluación del desempeño.
- Adiestramiento en procesos de comercialización de bienes y servicios
- Acceso a programas de Promoción y Publicidad.
- Sentido de pertenencia a una Red consolidada de Franquiciatarios e incrementos en su prestigioso personal al involucrarse con un concepto de negocio de éxito.

VENTAJAS DE LA EMPRESA FRANQUICIANTE:

Al igual que existen ventajas para el inversionista o franquiciatario, también existen ventajas significativas para el dueño de la franquicias o franquiciante. Entre ellos podemos mencionar las siguientes:

- Fortalecimiento y preservación de la marca.
- Baja inversión de capital en la expansión del negocio.
- Mayor eficiencia operativa en las nuevas unidades directamente operadas por el franquiciatario y supervisadas por el franquiciante.
- Incremento en la cobertura y desarrollo de mercados.
- Cobro de una Cuota Inicial.
- Cobro de regalías mensuales en base a las ventas brutas o desplazamiento de productos.

VI. VENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS PARA LA ECONOMIA NACIONAL

Las franquicias han contribuido crucialmente al crecimiento de la economía de un país ya que son fuentes detonadores de empleos. En países como México, las franquicias han contribuido al desarrollo de más de 700,000 empleos en solo 14 años. Lo más importante es que fomenta la creación de microempresarios, reduce el empleo informal, y incrementa el número de contribuyentes al fisco y a la Caja del Seguro Social.

En los Estados Unidos de cada dólar gastado en compras al detal, USD.42 centavos corresponde a un negocio franquiciado. En México de cada dólar gasto en consumo, usd.15 centavos corresponden a un negocio franquiciado.

A continuación mencionamos unas de las ventajas o contribuciones de las franquicias al gobierno nacional:

- Fomento al desarrollo de la Micro, pequeña y mediana empresa.
- Creación de empleos
- Fomento al Autoempleo
- Incremento en la calidad y productividad del comercio y los servicios
- Crecimiento del PIB
- Crecimiento del consumo
- Desarrollo de la Inversión
- Ingreso de divisas por exportación de franquicias.
- Mayor oferta de productos y servicios en zonas alejadas.
- Desarrollo Regional.

Conclusiones

Queremos pues concluir que las franquicias, siguen siendo una herramienta de negocios por excelencia, y son el modelo de expansión a seguir en este siglo XXI. Cada vez vemos más franquicias en todo el mundo porque son negocios probados y la curva de aprendizaje se acorta al momento de invertir en una franquicia.

La llegada de nuevos centros comerciales, la globalización de los mercados, los acuerdos de TLC entre países hermanos con los USA, añadido a la demanda por consumidores más exigentes han convertido a la franquicia en un modelo de negocios por excelencia, el cual se utiliza para expandirse a nuevos territorios y dominar mercados.

El sistema de Franquicias indiscutiblemente es:

- Una forma de hacer negocio
- Un negocio basado en porcentaje
- Operación basada en la confianza
- Un negocio con menor riesgo de inversión que uno independiente
- Un negocio que basa su éxito en la confianza y comunicación de las partes.
- Una combinación del espíritu emprendedor del franquiciatario y la administración profesional del franquiciante.

