



La fórmula de la franquicia

revista



Instituto Latinoamericano de la Franquicia

EDICIÓN ESPECIAL
FERIA DE
FRANQUICIAS
CDMX 2021

¿CÓMO ELEGIR
LA FRANQUICIA
DE TU VIDA?

AQUÍ
encuentra
la franquicia
de tu vida

FranchiseZar

EL ZAR DE LAS FRANQUICIAS





¿Interesado en una excelente Franquicia u opción de negocio?

Cuando se trata de elegir el negocio perfecto, lo mejor es hacer una investigación y comparar, pero... ¿dónde?

FranquiciasHoy **.com**

La forma más rentable de hacer negocios

El directorio más actualizado de América Latina le ofrece:

Fácil búsqueda de franquicias de diferentes giros y montos de inversión.

Contacto directo con los franquiciantes.

Entrevistas con directivos de importantes sistemas de franquicias.

Recomendaciones de Expertos en Franquicias para cada fase del proceso de adquisición.

Noticias actualizadas del sector.



¡Encuentra lo que buscas hoy!
www.franquiciashoy.com

COMEXPOSIUM

MÉXICO

PRESENTA

Las ferias más importantes de franquicias en México y Latinoamérica:

FERIA INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS

2 • 3 • 4 SEP. 2021 • WTC • CDMX

EFV | **EXPO**
FRANQUICIAS
VIRTUAL

Más info: www.fif.com.mx

 /FeriaInternacionalDeFranquicias



Franquicias hoy®

Directorio impreso Franquicias Hoy.
Adquiere en Sanborns, Vips y AICM.
¡Ahora también en formato digital!

FranquiciasHoy.com

El mejor directorio digital de
franquicias en México.

Anúnciate todo el año en nuestro portal.

Más info: www.franquiciashoy.com

 /FranquiciasHoy



EDITORIAL

“#notedejessorprender

Las franquicias no son magia y mucho menos negocios seguros.

Tener éxito con una franquicia requiere seguir reglas, mucho esfuerzo diario y un gran compromiso.

Lo primero es estudiar y comprender el modelo ya que no todos somos para las franquicias, aun cuando contemos con el capital para ello, sin embargo, si estamos dispuestos a pagar el precio »»

y escogemos bien, el camino será gratamente reconfortante

FranchiseZar (Jorge Valencia)

Actualmente, la facilidad de acceder a información nos permite encontrar datos y nociones de las franquicias en distintos medios, muchos de ellos gratuitos, sin embargo, la mayor parte se dirige a Franquiciantes o a empresarios que buscan incursionar en el modelo. Son pocos los autores que se dirigen al inversionista que va en búsqueda de una franquicia, y menos aún, al Franquiciatario.

En el Instituto Latinoamericano de la Franquicia entendemos la importancia que tienen todos los actores de una franquicia, siendo los Franquiciatarios piezas clave dentro del éxito -o fracaso- del modelo. Dentro del marco de las ferias de franquicias que comienzan a nivel mundial, iniciando en Ciudad de México del 2 al 4 de septiembre, emitimos esta edición de la revista La Fórmula de la Franquicia dedicada a los inversionistas que buscan emprender un negocio uniéndose a una marca que ya tiene cierta experiencia y trayectoria. Nuestro objetivo es desmitificar el concepto de franquicia y proporcionar los elementos base para tomar una decisión informada y oportuna. Es indudable que la franquicia es el modelo de expansión de negocios más efectivo, pero ello no se puede traducir como “garantía de éxito”, menos aún en Latinoamérica, donde aproximadamente el 60% de las marcas que franquician no llegan a 10 unidades o tienen más de 5 años de operación, es decir, la experiencia a transmitir queda lejos de ser la de un “negocio probado”, aunado a que las legislaciones que regulan a la franquicia son muy básicas o inexistentes.

Deseamos que esta edición le permita conocer algunas de las opciones de franquicia que se encuentran disponibles en el mercado, pero más allá de esto, que genere información que permita al inversionista conocer más sobre el modelo, identificar a las marcas debidamente estructuradas de aquellas que no lo están y comprender la importancia de tomar una decisión sustentada y validada por medio de especialistas en la materia, para que de esa manera pueda efectivamente disminuir el riesgo al emprender.

Te invitamos también a tomar el seminario “La Franquicia de tu Vida”, donde los generales del ILAF expondrán los temas básicos para elegir una franquicia. Puedes asistir presencialmente el 4 de septiembre al ciclo de conferencias que de manera gratuita se dará en la Feria Internacional de Franquicias de CDMX, o buscar la grabación del evento on-line en el FB del ILAF (<https://fb.watch/7GAJzBbfY/>) donde puedes, además, estar al pendiente de las próximas capacitaciones para inversionistas y Franquiciatarios.

*¡Qué tu emprendimiento sea una historia de éxito,
crecimiento y desarrollo profesional!*

Jorge Valencia Lopez
PRESIDENTE

DIRECTORIO

Jorge Valencia

Presidente

Mauricio Jalife

Secretario General

Carolina Vega

Directora General

Allan Parra

Vicepresidente delegaciones

Roberto Quintero

Hector Alcalá

Consejeros

Cyntia Pérez

Editora

Amapola Jiménez

Diseño



Los derechos de autor del contenido de la publicación son del INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA FRANQUICIA, A.C.(ILAF)

Exceptuando lo expresamente estipulado en este documento, este contenido no puede ser copiado, reproducido, distribuido, vuelto a publicar, desplegado, anunciado o transmitido de ninguna manera o por ningún medio, incluyendo, más no limitado a, medios electrónicos, mecánicos, de fotocopiado, de grabación o de cualquier otra índole, sin el permiso previo por escrito del INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA FRANQUICIA, A.C. (ILAF) titular de los derechos de autor

ÍNDICE

- 10 **Mauricio Jalife:** Por una verdadera cultura de franquicias
- 14 **FranchiseZar “El Zar de las Franquicias”:** ¿Realmente las franquicias son garantía de éxito?
- 20 **Gabriela Zavala:** Emprendiendo con una franquicia
- 22 **FRANQUICIANDO CON RESPONSABILIDAD**
- 30 **Eduardo Poblete:** Investigue antes de invertir
- 34 **Susana Fernández:** La franquicia en el punto de mira de los inversores
- 38 **Diego Elizarrarás:** La franquicia como inversión
- 42 **CASOS DE ÉXITO**
- 58 **Julio C. Morales:** Verifica una franquicia joven en 10 pasos
- 62 **Allan Parra:** Evita fraudes ¿Cómo saber si una franquicia es confiable para invertir?
- 66 **Julio Seneor:** La tecnología y la innovación los grandes aliados de la inversión
- 69 **EL TIP DE HOY**
- 70 **SERPIENTES Y ESCALERAS**
- 72 **PREGÚNTALE AL ZAR**
- 76 **Antonieta Escobar:** ¿Cómo encuentro mi franquicia?

¿CÓMO VAMOS EN EL ILAF?

Desde su inicio, el Instituto Latinoamericano de la Franquicia ha tenido una visión internacional y una misión integradora y colaborativa.

Bajo esta filosofía, hemos incorporado la participación activa de 15 países: México, Estados Unidos, Puerto Rico, Guatemala, Panamá, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Paraguay, Argentina, Chile, España, y, nuestras recientes afiliaciones, Francia y China, a quienes damos la más cordial bienvenida.

Nos llena de orgullo el crecimiento de nuestra comunidad con socios reconocidos por su gran calidad profesional y el compromiso con el que todos participamos para difundir y fortalecer el modelo de franquicia.

Dentro de las actividades que estamos desarrollando este año, el ILAF tendrá presencia en las principales Ferias de Franquicias del mundo, como son:

- **La Feria Internacional de Franquicias de la Ciudad de México, del 2 al 4 de septiembre**
- **La Feria de Franquicias de Madrid, España, del 16 al 18 de septiembre**
- **El Salón Expo Franquicias de Francia, en París del 26 al 29 de septiembre**
- **La IFE de Londres, Inglaterra, 1 y 2 de octubre**

En estos eventos estaremos difundiendo nuestro primer directorio oficial, con la participación de Franquiciantes, Consultores y Proveedores del sector.

Nuestra comunidad permanece siempre atenta a fomentar las relaciones de negocios y atender las necesidades específicas de sus participantes, por ello, estamos generando las secciones de:

- **Franquicias Jóvenes, para empresas Franquiciantes que inician su proyecto y tienen menos de 5 años establecidos como franquicia y/o menos de 5 franquicias otorgadas operando.**
- **Asociación de Franquiciarios, para los empresarios que han invertido en franquicias.**
- **Asociación de Mujeres Franquiciantes, para las líderes del ecosistema de las franquicias.**

La labor es inmensa, pero más lo son los resultados que estamos obteniendo. Gracias a todos los participantes del ILAF, juntos estamos haciendo historia y cambiando las franquicias en Latinoamérica y el mundo. Y como dice nuestro fundador, Jorge Valencia "El Zar de las Franquicias", haciendo alusión a la obra magna del Quijote: "Y seguiremos avanzando, aunque los perros ladren".

Ana Gabriela Zavala B.
Directora General

Instituto Latinoamericano de la Franquicia





ilaf

Instituto
Latinoamericano
de la Franquicia

La profesionalización y el crecimiento del sector de franquicias
en Latinoamérica a través de la formación de sus actores.



institutodefranquicias.com

DECÁLOGO DEL VISITANTE A LA FERIA DE FRANQUICIAS



1 Deja a los niños en casa, no es un evento para pasear, vas a trabajar en TU FUTURO.

2 El tiempo es oro, ¡aprovéchalo! Pre-regístrate, pre-paga e imprime tu gafete en casa. Investiga qué empresas asistirán y decide cuáles visitar. De preferencia, programa desde antes citas con las marcas de tu interés.

3 Estudia cómo funcionan las franquicias y pregunta solamente lo importante. Las personas que están en el stand no tienen el tiempo -ni es su labor- enseñarte qué es una franquicia.

4 Pre-inscríbete y asiste a las conferencias que se imparten durante el evento.

5 Autoevalúate antes de asistir. Decide con anterioridad: *¿qué giro buscas? ¿cuánto quieres invertir?* Y si hay disponibilidad en tu ciudad.

6 Ve directamente a los stands que te interesan, si sobra tiempo, visita los otros. *No te quedes en un stand que no es para ti*, sigue caminando.

7 Asegúrate de dar la mejor impresión, tú no estás comprando, ellos te están calificando.

8 Deja la chequera y la pluma en casa. Desconfía si te presionan a pagar y/o firmar.

9 No te dejes presionar por los vendedores de humo, edecanes o folleteros. Siempre habrá otro diciembre, otro local, otra franquicia. Decide el momento adecuado para invertir.

10 Busca ayuda y consultoría. Invertir tu patrimonio requiere una decisión informada, no de impulso. El que una marca esté en la Feria no significa que es una buena franquicia, ni siquiera garantiza que cumple los requisitos para ser franquicia.

¡Haz que tu elección sea la mejor!

¿Interesado en adquirir una franquicia?

PREGÚNTALE A
FRANCHISEZAR®

FZ
FranchiseZar

Tu asesor personal en el
mundo de las Franquicias

Guía para adquirir TU Franquicia

¿Realmente las franquicias
son garantía de éxito?

120+10

Preguntas que debes responder antes de
firmar y arriesgar TU patrimonio.



#NOTEDEJESSORPRENDER

¿REALMENTE LAS FRANQUICIAS SON GARANTÍA DE ÉXITO?

Descubre la realidad que nadie te ha querido decir de una franquicia, el procedimiento para adquirirla y las respuestas que debes conocer antes de arriesgar **tu patrimonio**

Adquiere tu guía en: www.interfranquicias.mx



222 212 6673



Por **Mauricio Jalife Daher**
Socio fundador de Jalife Caballero
mjalife@jcip.mx

Por una verdadera cultura de franquicias

Desde que el modelo de franquicias anunció su arribo al país, con muy específicas experiencias hacia mediados de los años ochenta, y ya de manera decidida con cambios legales propicios en 1991, la atención del sector de negocios y de múltiples consultores se centró en comprender sus posibilidades, alcances, estructura y naturaleza.

Este prodigioso mecanismo para replicar al infinito una fórmula exitosa de negocio se constituyó como el santo grial del comercio minorista en la mente, planes y perspectivas de múltiples empresas y nuevos emprendedores en el país

Desde la época de los inicios, en los noventa, mi contacto con el campo de las franquicias se basaba en las peticiones de clientes de tropicalizar contratos extranjeros a las exigencias y prácticas del país, y eventualmente en conducir las negociaciones para cerrar contratos, tanto de un lado como del otro. La otra experiencia constante, personas que se sentaban en mi sala de juntas para quejarse amargamente de las omisiones, abusos, incapacidades y falta de preparación para conducir un negocio de tan amplia exigencia y compromiso como éste. En particular, los casos de Franquiciarios maestros eran lastimosos y, de hecho, llevaron al modelo a un punto de crisis a mediados de esa década.

Con 24 años a cuestas, de toda clase de experiencias en esta materia, espero poder decirte, con la certeza que el empirismo crónico puede aportar, lo que a lo largo de este tiempo he observado como conductas recurrentes que conducen al conflicto, y que encuentran, como común denominador, la falta de cultura alrededor de este tipo de modelos de negocios. Digamos que, para muchos Franquiciantes y Franquiciarios, su desconocimiento de qué es una franquicia les conduce inexorablemente al fracaso.

Algunos antecedentes...

Al menos los primeros 4 años del arribo de las franquicias a nuestra economía, en los albores de los años noventa, fueron de sensacionalismo y grandes expectativas. Muchas personas y empresas, contagiadas de la euforia, apostaron el total de sus recursos en proyectos que involucraban franquicias, y muchas empresas mexicanas bien posicionadas arriesgaron su buen nombre en su desbocado afán por franquiciar prematuramente.

Una serie de fracasos de marcas conocidas dieron constancia de que una franquicia no puede existir sin una marca bien posicionada, un sistema altamente profesional de respaldo y un profundo esfuerzo de “tropicalización”, esto es, de acondicionamiento a las condiciones locales del mercado. Los tribunales empezaron a conocer de los primeros casos de demandas por contratos de franquicia incumplidos, y el descontento generalizado condujo a que la desconfianza cuestionara seriamente las bases del sistema, y de una legislación complaciente.

La segunda etapa de las franquicias en México estuvo marcada por la crisis de mediados de los años noventa; acabaron por disolverse las franquicias que no contaban con estructura y recursos para solventar las dificultades de un mercado retraído, y muchos Franquiciarios acabaron por sucumbir, arrastrando a sus propietarios a enfrentar la realidad de los financiamientos otorgados con base en la viabilidad de su aparentemente promisorio negocio.

A partir del inicio de este siglo, a falta de una legislación madura que habría podido evitar los costosos ensayos de empresas no profesionalizadas en el campo de franquicias, el propio mercado depuró el sistema hasta dejar a los profesionales de las franquicias en los puestos hegemónicos. El mercado de franquicias en nuestro país, desde esa época, empezó a mostrar una madurez que le convierte en una aspiración legítima para inversionistas deseosos de emprender un nuevo negocio. El sistema empezó a funcionar sobre bases de aceptable certidumbre, tanto para quien otorga la franquicia como para el que la compra. Aquellos que cuentan con la infraestructura





necesaria para operar un negocio tan complicado como el de las franquicias, y que además poseen, verdaderamente, una fórmula exitosa de negocios.

Otro ingrediente que hay que añadir es el grado de compromiso que las grandes transnacionales de las franquicias han decidido asumir en sus negocios en México, sustituyendo su antiguo menosprecio por el mercado nacional, el cual abandonaban a su suerte a través de un Franquiciatario maestro mal entrenado, por un renovado interés de posicionarse seriamente en la preferencia de los consumidores. Las franquiciadoras se han ocupado ahora de adaptarse a las condiciones de un mercado tan particular como el mexicano, se han regionalizado, y compiten con ofertas que cada vez están más cerca de los bolsillos de quienes idealmente pueden operarlas.

En el pasado, los costos que involucraban la compra e instalación de una franquicia reducían el acceso a unos cuantos afortunados, lo que acarreaba el primer problema de que el establecimiento no fuese operado por el propietario. A partir de fechas recientes las grandes franquiciadoras han encontrado esquemas que permiten acceder a este tipo de establecimientos con inversiones más bajas, de manera que un sector más amplio de la población puede aspirar a incursionar en este negocio de manera más segura y rentable.

Durante la riesgosa explosión de franquicias en México, algunas instituciones bancarias cometieron el error de otorgar créditos hostiles a Franquiciatarios, gravando la operación de negocios que están diseñados para generar utilidades a Franquiciante y Franquiciador, pero no para participar ganancias a Franquiciatarios maestros y vendedores de crédito. Bajo este error de percepción, muchas franquicias fracasaron ante los embates de la crisis, poniendo en duda la viabilidad de un modelo que en el mundo entero había venido probando sus bondades.

En el sexenio pasado, uno de los ejes que ha marcado el desarrollo de franquicias en México fue el llamado "Programa Nacional de Franquicias", auspiciado por la Secretaría de Economía, el cual ha permitido apoyar económicamente a diversas empresas para conformarse como franquicias, habiendo aumentado considerablemente el número de marcas mexicanas que en este momento ofrecen modelos de franquicia. Lamentablemente, muchas de estas marcas no cuentan con la infraestructura y experiencia necesarias para desarrollarse apropiadamente en el mercado.

El otro aspecto significativo que debe reconocerse en el curso de los acontecimientos es que al amparo del modelo muchas marcas mexicanas han logrado potenciar sus capacidades y presencia en el mercado, multiplicando su capital intelectual.

En la medida en que nuestros empresarios han adoptado el sistema de franquicias como fórmula de expansión, la experiencia se vuelve un rubro de la mayor importancia para la economía de México

Es por estos motivos que contar con un régimen adecuado para franquicias, se convierte en un tema obligado para una legislación que debe estimular el crecimiento de este importante sector comercial. Es precisamente en este contexto en el que en el año 2006 fueron publicadas importantes adiciones a la Ley de la Propiedad Industrial en relación con el contrato de franquicia, las cuales tuvieron por propósito fundamental proteger al Franquiciatario de abusos. Desafortunadamente las fallas técnicas de la iniciativa hicieron que en muchos casos el objetivo no se alcanzara.

Los errores culturales más comunes

De acuerdo con los antecedentes mencionados, es claro que la ley no aporta elementos suficientes como para dar certeza a las partes cuando celebran un contrato de franquicia. Son las propias partes las que deben cuidar sus intereses y asegurarse de que ingresan a un negocio que están en posibilidad y disposición de cumplir a cabalidad.

Los errores más comunes del franquiciante

- Asumir que se pueden otorgar franquicias como algo accesorio o adicional al negocio principal; salvo casos muy contados de empresas que operan de manera muy formal por medio de sucursales, un negocio que decide ingresar a este mercado debe realizar cambios operativos, filosóficos y de responsabilidad empresarial que dan un giro radical al negocio original. El sentido de "quién es el cliente" cambia, se transforma, de un consumidor o usuario final, a un Franquiciatario que requiere servicios, apoyo, asesoría, marketing y acompañamiento permanentemente. Es un cliente diferente y un producto totalmente nuevo para la empresa de origen.



- Pretender escalar el negocio a franquicia sin desarrollarse; es muy común que una empresa posicionada en un mercado arribe a conclusiones erráticas respecto de lo que requiere aportar para convertirse u operar como franquicia. Para ese fin deben destinarse múltiples recursos económicos, técnicos y humanos, y considerar que el tiempo que debe transcurrir para consolidarse es largo y demandante. Los casos de empresas que tienen crecimientos espectaculares en el corto plazo son escasos.
- Pecar de ingenuidad; muchos Franquiciantes se imaginan escalando posiciones de éxito simplemente porque tienen un buen concepto, hasta que el mercado les demuestra lo contrario. Los buenos conceptos son rápida y eficientemente imitados, la competencia crece con enorme velocidad y los Franquiciarios son muy demandantes. Si no se tiene una vocación y una disciplina férrea, los compromisos asumidos para operar la franquicia acaban por erosionar los buenos planes y llevan la relación al colapso, con serias consecuencias legales y económicas.
- No entender las múltiples obligaciones del contrato; muchos Franquiciarios piensan que su obligación se reduce a pagar regalías, un error cultural recurrente. Es necesario que el Franquiciario entienda con certeza el alcance de las obligaciones del contrato y de los manuales, que suelen ser engorrosas y cotidianas. Es necesario hacer reportes, recibir supervisiones e instrucciones, nueva capacitación, etcétera. Si no se tiene disposición de ánimo para cumplir a cabalidad es mejor no dar el paso.
- No aceptar seguir lineamientos; sorprende que muchos Franquiciarios se quejen de que se les obliga a acatar las conductas necesarias para replicar la fórmula que hizo exitoso al negocio original, como proveedores y productos específicos, publicidad institucional, procesos, directrices, etcétera. Si a usted no le agrada seguir instrucciones es mejor que emprenda su propio proyecto.
- Suponer que podrá salir fácilmente de la franquicia y seguir por su cuenta; cada vez más los criterios legales y las decisiones judiciales reconocen valor a las cláusulas de no competencia y a la protección de la información confidencial, de modo que terminar anticipadamente un contrato de franquicia puede ser un proceso muy doloroso.

Para franquiciar se debe tener enorme vocación, mucha pasión y verdadera disposición de servicio

Errores más comunes del franquiciario

- Partir de la suposición de que la franquicia es altamente segura y de que opera en forma automática; a pesar de que las estadísticas favorecen a las franquicias en tasa de supervivencia, ello no significa que no fallen. Sí lo hacen y muy seguido. Además, es necesario trabajar en ellas como dueño, de manera total y entregada, y sin gozar de un sueldo.

Con estos ejemplos solo pretendo demostrar que la cultura de las franquicias es un componente esencial en el éxito del modelo, y ello se traduce en que las partes tengan un conocimiento pleno, responsable y preciso del tipo de relación a la que ingresan.

Puede ser un viaje maravilloso, pero también un tormentoso campo de desencuentros, y la diferencia muchas veces estriba en que uno y otro no conocen con exactitud las implicaciones; y aquí, a diferencia de las relaciones personales, lamentablemente, no existe periodo de unión libre que permita comprobar la empatía con la contraparte.



MÁS DE 30 AÑOS
DE EXPERIENCIA

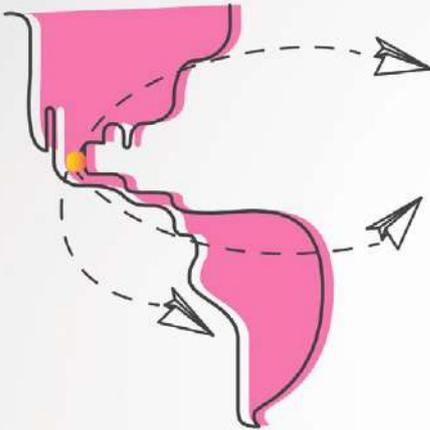
ASESORÍA LEGAL Y
ACOMPAÑAMIENTO
CONTINUO

CONSULTORES CERTIFICADOS POR
ASOCIACIÓN MEXICANA DE
FRANQUICIAS



Nuestros servicios:

REGISTRO DE MARCAS NACIONALES E INTERNACIONALES

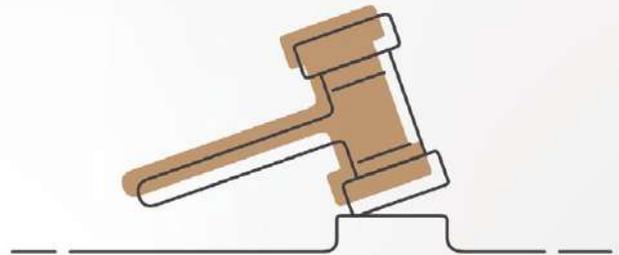


REVISIÓN Y NEGOCIACIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES EN TUS CONTRATOS



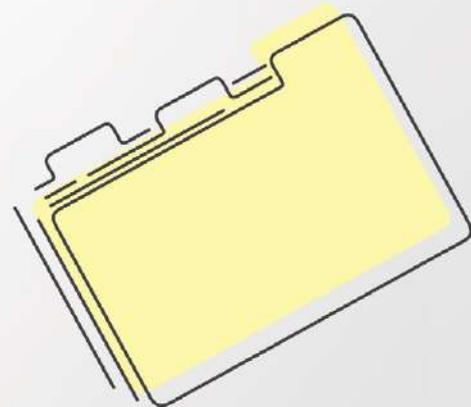
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- Defensa de tus derechos
- Demanda
- Mediación



DISEÑAMOS TU CARPETA LEGAL

- Elaboración de contrato de franquicia
- Elaboración de COF
- Constitución de la empresa operadora de Franquicia
- Protección a secretos industriales e información confidencial



CONTACTO

(52) 5481-6999

www.jcip.mx

www.franquinet.mx

*Iglesia #2 Edificio E Piso 4, Tizapán San Ángel,
CDMX 01900*



¿Realmente las franquicias son garantía de éxito?



Mejor conocido como El Zar de las Franquicias "FranchiseZar®". Speaker Internacional. Ha impartido más de 500 conferencias en México e Iberoamérica en temas de franquicias, negocios y emprendimiento. Cuenta con la Certificación CFE (Certified Franchise Executive) en USA por la International Franchise Association (grado de excelencia internacional en Franchising. Socio Fundador del Instituto Latinoamericano de Franquicias y de Grupo Interfranquicias México & Latam. Especialista en franquicias gastronómicas. Conductor de radio y TV. Creador del concepto "La Fórmula de la Franquicia". Viajero incansable. Buen Café mexicano o nada. Bebida mezcal. Cinéfilo, sibarita, beatlemaniaco, Dallas Cowboys Fan, soñador.

Conoce más del Zar en <https://www.interfranquicias.mx/el-zar-de-las-franquicias/>



Si yo hubiera tenido una Guía y/o un mentor hace más de 25 años no hubiera perdido todo el patrimonio de mi familia al entrar al "maravilloso" mundo de las franquicias; si alguien me hubiera dicho en qué fijarme y qué preguntar, la historia de mi vida hubiera sido completamente diferente.

He escuchado infinidad de veces en medios de comunicación, en voz de algunos de mis colegas de la industria, de empresarios franquiciantes, que México es una potencia en franquicias, que somos uno de los países más desarrollados, que contamos con una de las ferias de franquicias más grandes del mundo, que contamos con un sector que se encuentra en la madurez, etcétera. Permítanme diferir de esto, ya que no solo no creo que México se encuentre en la madurez, por el contrario, considero que no ha llegado ni siquiera a la adolescencia, aunque como todo adolescente seguimos experimentando, aprendiendo y creciendo.





Amigo lector, con gusto te pongo en contexto. México cuenta con solamente el 6% de las empresas mexicanas que ofrecen franquicias con más de 100 unidades y más de 10 años en el mercado y con presencia internacional (franquicias maduras), se dice que existen más de 1000 franquicias (dependiendo quien las cuente, o de quien venga el discurso, algunos dicen que hasta 1500) de las cuales menos de 300 pertenecen a la AMF (sugiero que te acerques a la asociación en busca de asesoría) y al no contar con un padrón oficial, pues no sabemos dónde andan, qué hacen las demás, ni de qué nivel sean muchas de ellas; la mayoría con una marca poco posicionada y de muchas otras no se tiene registro de que hayan tenido una asesoría adecuada para “convertir” su negocio y estar en posición de otorgar franquicias con responsabilidad. Por otro lado, no contamos con una norma que diga qué es una franquicia y qué no es claramente o que haga referencia a normas internacionales, la ley es “ligera”, por llamarle de alguna manera, y no hay una obligación de las autoridades de inscribir los contratos de franquicia ante el IMPI; total que todo es ambiguo según quien lo vea o según el discurso de cada uno.

Me he cansado de escuchar en pláticas, conferencias e infinidad de seminarios estadísticas sensacionalistas poco fundamentadas, como que el 95% de las franquicias fracasa al quinto año de vida y que los negocios independientes fracasan al primer año de vida, me va usted a disculpar, nunca he visto un estudio serio al respecto, son las mismas frases vacías que se han repetido como perico con la finalidad de vender franquicias y que van de la mano de palabras como “rentable”, “seguro”, “sin trabajar”, “probado”, y muchas más. Desde hace años seguimos repitiendo el mismo discurso, me encantaría que la gente que lo hace platicara con los innumerables franquiciatarios que día a día cierran sus unidades y que son víctimas, (así como se escucha, víctimas de los franquiciantes poco preparados, improvisados o vivales), que día a día pierden dinero y que día a día demandan a estas empresas que una vez les prometieron la gloria; tal como a mí me pasó algún día. Me parece que hemos abusado del apellido “franquicia” pensando que el éxito de las grandes cadenas significa que todo lo que suene a franquicia es sinónimo de éxito, y que porque estas grandes marcas internacionales tienen éxito, todas las empresas que vendan franquicias lo tendrán por consecuencia, lo cual está 100% alejado de la realidad. Hay que entender que existen empresas franquiciantes novatas y empresas franquiciantes maduras; así como existen franquiciatarios novatos que nunca han tenido un negocio y empresarios expertos multiunidades o multibranding; no podemos ni debemos pensar en tratarlos a todos de la misma manera, ni pretender que todos estadísticamente se comporten igual.

En el Instituto Latinoamericano de la Franquicia (ILAF) nos hemos dado a la tarea, junto con respetables colegas, de estudiar el modelo y brindar información real y científica para que todo el sector y el público en general sepan la realidad en beneficio para todos los involucrados. Somos, sin lugar a dudas, los mayores capacitadores en temas de franquicias en México & Latinoamérica y nos dedicamos a difundir el tema en todo México a lo largo del

año, a través de conferencias, talleres, seminarios, diplomados, programas de radio, redes sociales y, por supuesto, esta revista mensual de la cual hoy tienes esta edición especial en tus manos.

Las franquicias Jóvenes, ¿el futuro del modelo en Latinoamérica?

Son muy pocas las cadenas de franquicias en nuestro país que realmente cuentan con una cadena estandarizada, sistema de tecnología, empresas institucionalizadas e innumerables tópicos más, para considerarlas franquicias maduras que perduren en el tiempo; y me he dado a la tarea de estudiar y tratar de entender por qué se da esto. Una de las conclusiones a las que he llegado, es que el mayor índice de fracasos en empresas franquiciantes viene en su etapa temprana, cuando apenas inician en este modelo.

Cuando un emprendedor decide franquiciar su negocio, lo más importante es que tanto él, como su equipo de trabajo, estén listos para iniciar en un nuevo negocio y es aquí donde por falta de preparación, entendimiento y acompañamiento de gente experta en el tema fracasan en el intento; no sin antes haber hecho fracasar a sus primeros franquiciatarios, quienes confiaron en ellos cuando les otorgaron la “gran franquicia”, no entendieron nunca que tener 50 años haciendo tacos no significa que estemos preparados para hacer que la persona que adquiere la franquicia tenga éxito vendiendo mis tacos; que al final del camino, de eso se trata el negocio de las franquicias, de que mis franquiciatarios tengan éxito y adquieran más franquicias.

Según Franchise Grade (franchisegrade.com) las franquicias emergentes (emerging franchise) en los Estados Unidos son aquellas que cuentan con 100 unidades o menos y representan el 71% de las marcas; de acuerdo con un estudio del Instituto Latinoamericano de la Franquicia el 64% de las empresas mexicanas que operan en México* y que se ostentan como franquicias tienen menos de 5 años operando y menos de 5 unidades (incluyendo unidades propias y franquicias), son las que llamamos “Franquicias Jóvenes”, que sin embargo, representan una gran oportunidad para el crecimiento de la industria, aunque para muchas de ellas es un gran reto (y perecerán en el intento) y una lucha constante llegar a las 50 unidades y un desafío gigantesco llegar a las 100 unidades.

El reto entonces es que te fijes qué nivel de madurez tiene la franquicia en la que estás interesado y qué nivel de madurez tienes tú como empresario y hacer el mejor binomio. Una máxima que he aprendido a lo largo de los años es la correlación que existe entre estos dos factores y te la comparto con gusto: **existe una correlación inversamente proporcional entre el nivel de madurez de la franquicia y el nivel de involucramiento del dueño de la misma**, es decir, una franquicia joven requerirá más tiempo del dueño ante la falta de recursos de la empresa que se inicia en el mundo de las franquicias y una empresa muy consolidada que ya cuenta con sistemas de todo tipo no dependerá del desempeño del dueño para operar con éxito.

Si quieres tomar una decisión inteligente, tienes mucho trabajo por hacer, ten cuidado porque existen muy buenas oportunidades pero también gente muy abusada que está al acecho de tu dinero y que parece pato, camina como pato, pero no es pato; apóyate en la **“Guía para adquirir tu franquicia”**, que he escrito para ti y que es el resultado de muchos años de experiencia viviendo la franquicia desde todos los lados y alrededor del mundo, muchos años de estudio concluyendo con una certificación en la International Franchise Association, el máximo organismo de la franquicia a nivel mundial. La Guía incluye 10 capítulos: 1) entendiendo el modelo, 2) modelo de negocio-vida, 3) conociendo al franquiciante, 4) el proceso de búsqueda, 5) viabilidad mercado producto, 6) la capacitación y el apoyo operativo, 7) sobre el dinero, 8) de abogados y contadores, 9) selección del sitio, 10) cómo se maneja este negocio; puntos que deberás considerar –en ese orden- para saber, ¿Cuál es la mejor franquicia?

La mejor franquicia será entonces la que mejor se adecúe a tus preferencias personales, a tus objetivos, a tu pasión, a las necesidades de tu familia, para la que te alcance sin poner en riesgo el futuro de tus hijos, etcétera.; no basta tener las ganas y que me encante el café, hay mucho más que considerar; por lo tanto, no hay receta secreta, esto es como el matrimonio: debes encontrar tu media naranja y si te equivocas, las consecuencias serán desastrosas ya que no existen divorcios donde no haya bajas considerables.

¡Decídetes! He visto gente año con año saludándome en las ferias, mandándome mails, estando en contacto conmigo vía correo o telefónicamente, preguntándome información de franquicias, llevándose folletos y diciéndome “¿cómo está?”, “ahora si este año vamos a iniciar con nuestra franquicia”. O también algunos que me comentan “ya estamos buscando local para la franquicia”, cuando ni siquiera han realizado su proceso para adquirir la franquicia, pero supongo que en sus mentes ver locales es como sentirse que ya están en el camino a realizar su sueño o adquirir ese negocio que les cambiará la vida, aun cuando ya se les explicó 20 veces el proceso de adquisición de la franquicia y aun cuando saben que probablemente ese local, en esa zona que ellos están buscando podría ya no estar disponible, es decir, están trabajando a ciegas sin hacer caso del proceso desde el principio y sin haber decidido con quién casarse ya están buscando la iglesia.

Piénsalo bien antes de iniciar un negocio; piénsalo bien antes de iniciar un camino en el mundo de las franquicias; piénsalo bien antes de dejar tu chamba por seguir un sueño; piénsalo bien antes de comprometer

las colegiaturas; piensa bien el giro de negocios en el que quieres incursionar, porque cuando los empleados no abran el negocio el domingo a las 8 de la mañana el que va a ir a planchar la ropa eres tú. Volverse emprendedor no es un tema de moda o de que se me ocurrió, es un tema de plan de vida, por lo que una vez que lo hayas analizado y comentado con tu familia hay que ponerlo en práctica a la brevedad posible.

Te deseo toda la suerte del mundo en este nuevo camino y te invito a que me visites en mis redes sociales y/o que me escribas preguntándome tus dudas y platicándome como te fue y por supuesto que adquieras la **“Guía para adquirir TU franquicia”** de tu amigo el Zar de las Franquicias.

Una franquicia es una importante decisión de vida. Para nosotros los latinos es como casarse o comprar tu primera casa. Es una decisión a largo plazo que tiene que ver con nuestro plan de vida y el de nuestra familia, sería irresponsable tomar una decisión a la ligera. De hacerlo tendremos que afrontar las consecuencias y no llamarnos a sorpresa, nada de que me engañaron; es tu patrimonio y por lo tanto, es tu responsabilidad cuidarlo. Hay que decidir a qué nos queremos dedicar los próximos años de nuestra vida. Antes de tomar esta decisión capacítate, infórmate y cuéntaselo a quien más confianza le tengas.

*El Zar de las Franquicias
(FranchiseZar).*



Grupo
INTERFRANQUICIAS

Protección • Conversión • Crecimiento
Expertos en el crecimiento de negocios y modelos de franquicia

¿Quieres hacer CRECER TU marca con el modelo de Franquicias?

CONSULTA A LOS EXPERTOS

www.interfranquicias.mx

miasesor@interfranquicias.mx

¿Qué Hacemos?

- Seleccionamos empresarios exitosos • Los capacitamos •
- Revisamos que se tiene • Armamos el modelo •
- Lo protegemos legalmente • Lo implementamos •
- Hacemos crecer la marca • La internacionalizamos •

Miembro de:



INSTITUTE OF CERTIFIED
FRANCHISE EXECUTIVES



ASOCIACIÓN DE FRANQUICIA
DEL NORTE DE MÉXICO

How como Saporte de





La fórmula de la franquicia

Lunes

RESTAURANTES INTELIGENTES

DE 6 PM - 7 PM

Miércoles

LA FÓRMULA DE LA FRANQUICIA

DE 5 PM - 6 PM

Viernes

LA FÓRMULA DEL LÍDER

DE 7 PM - 8 PM

HRS CDMX

SÍGUENOS POR FACEBOOK LIVE



La fórmula de la franquicia

Programa de entrevistas y análisis

donde la verdad te será revelada y descubrirás todos los secretos para hacer

crecer tu negocio

en voz de los expertos

#desdelastrincheras

¿Quieres tu marca en la fórmula?

Escríbenos a

miasesor@interfranquicias.mx

FRANCHISEZAR®

EL ZAR DE LAS FRANQUICIAS

¿Quieres saber la fórmula para comercializar tu marca?

Escríbenos a asesor@institutodefranquicias.com y conoce nuestros planes



La fórmula de la franquicia

• LUNES •

Consulta2

17:00 - 18:00 hrs

Restaurantes Inteligentes

18:00 - 19:00 hrs

Escuela de ventas

19:00 - 20:00 hrs

• MARTES •

Mundo Disruptivo

12:00 - 13:00 hrs

Tecnología para tu negocio

13:00 - 14:00 hrs

Esto es Marketing

16:00 - 17:00 hrs

Tardes de franquicias

18:00 - 19:00 hrs

Empréndete con Alejandra Pérez

19:00 - 20:00 hrs

• MIÉRCOLES •

Redes de Turismo

12:00 - 13:00 hrs

Franquicias Jóvenes

16:00 - 17:00 hrs

La fórmula de la franquicia

17:00 - 18:00 hrs

ACSI-ON

18:00 - 19:00 hrs

Empréndete con Alejandra Pérez

19:00 - 20:00 hrs

Deportes y negocios

20:00 - 21:00 hrs

• JUEVES •

Franquíciate

12:00 - 13:00 hrs

Tardes de café con los expertos

13:00 - 15:00 hrs

Franquiciando con responsabilidad

18:00 - 19:00 hrs

Empréndete con Alejandra Pérez

19:00 - 20:00 hrs

GastroPreneurs

20:00 - 21:00 hrs

• VIERNES •

La fórmula del líder

19:00 - 20:00 hrs

Hablemos de franquicias

20:00 - 21:00 hrs



Por Gabriela Zavala
Directora General ILAF

gzavala@franquiciatunegocio.com

Emprendiendo con una franquicia

"Emprender es una actitud, no una decisión": Pau García-Milà

Iniciar un negocio propio es uno de los deseos más populares en la población latinoamericana, incluso hay encuestas que señalan que el 90% de las personas dice tener en sus planes emprender, 30 puntos por arriba del promedio mundial. Las opciones más comunes para emprender son:

1. **Crear un negocio propio.** En este caso, la propiedad se centra en una persona, grupo familiar o de amigos, quienes asumen todos los riesgos que conlleva.
2. **Asociarse a una empresa ya establecida.** De esta manera, se cuenta con una trayectoria y experiencia previa lo que disminuye el riesgo de fracaso. En este caso, el socio o socios originales ceden parte de su propiedad a cambio de capital, conocimientos y/o relaciones, que aportará el nuevo socio.
3. **Adquirir una franquicia.** Esta opción, combina las 2 ideas anteriores, ya que el emprendedor es propietario de su unidad, al tiempo que está relacionándose con una empresa de experiencia que le da respaldo y soporte.

Al adquirir una franquicia el inversionista recibe la licencia de uso de la marca, el conocimiento para operar con los estándares establecidos en el negocio y soporte o asistencia técnica durante la vigencia de su contrato. Además, con una franquicia se puede ingresar a un modelo de negocio en el que se tenga poca experiencia previa. Esto coloca a la franquicia como una opción muy atractiva al momento de emprender. Pero antes de tomar una decisión, hay que entender algunos puntos relevantes:

1. **No todas las personas son emprendedoras.** De hecho, la mayoría de la población no tiene el perfil requerido para ello. Las empresas requieren más colaboradores que socios, por lo tanto, la necesidad de "dueños" es menor. No ser emprendedor es normal, es correcto. No nos dejemos llevar o presionar por los mensajes que dicen que un negocio

propio es sinónimo de éxito. La realidad, es que la mayoría terminan en fracaso.

2. **No todos los emprendedores tienen perfil de Franquiciatario,** porque son diferentes. Un Franquiciatario debe seguir reglas, operar con supervisión constante, atender a controles fijados por el Franquiciante. La franquicia no permite explotar la creatividad personal, ni otorga libertad plena de acción y decisión.
3. **No todos los Franquiciatarios son para todos los giros.** Cada persona tiene su perfil de Franquiciatario, donde no solo influyen aspectos como el capital disponible, experiencia y nivel académico (entre muchos otros factores), sino también la tolerancia al riesgo, el tiempo a dedicar y, por supuesto, el proyecto de vida.

Por lo tanto, la decisión de adquirir una franquicia debe ser evaluada a largo plazo. La finalidad es elegir una marca -y un Franquiciante- con el que vamos a trabajar durante los próximos años -pretendiendo que sean muchos años-. La franquicia no es para "aprender" ni para "hacer algo mientras", es un compromiso serio y formal que se asienta contractualmente y que conlleva condiciones y obligaciones. Y también es un negocio propio.

Llama la atención como el empleado de una empresa dedica 8 horas diarias de su vida a trabajar, incurre en horas extras o avanza actividades durante el fin de semana, es cauteloso al pedir permisos y vacaciones, pero una vez que tiene un negocio propio, acude poco tiempo y trabaja menos. Ciertamente, el ser independiente y tener mayor libertad de acción es de los motivos que impulsan a emprender, pero es increíble cómo una persona pudo dar su mejor tiempo y esfuerzo a una empresa ajena, y no tiene la disciplina para hacer lo mismo o más en una empresa propia, en la que, además, tuvo oportunidad de elegir el giro de su interés.

No basta cumplir con el perfil de Franquiciatario y elegir la franquicia adecuada, el Franquiciatario debe realizar su mayor esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para que el negocio funcione y crezca. No por ser franquicia, el éxito está garantizado o se da de manera automática. Hay que trabajar todos los días.





Como Franquiciatario, adquieres obligaciones que aceptaste en un contrato y que su incumplimiento te puede hacer perder tu inversión. Entre las más comunes se encuentran:

- Cumplir con los lineamientos de la marca (que generalmente incluyen temas como la imagen del sitio, proveedores definidos, precios de venta, horarios de operación, etcétera)
- Guardar confidencialidad de la información recibida
- Utilizar la marca solo para la operación del negocio franquiciado
- Sujetarse a los procesos definidos por el Franquiciante
- Pagar regalías
- Invertir un porcentaje de las ventas en publicidad, ya sea de forma local o corporativa
- Permitir la supervisión del Franquiciante
- Asumir las actualizaciones y cambios que implemente el Franquiciante.
- Cumplir con las obligaciones legales, fiscales
- No competir con el Franquiciante -incluso después de la finalización del contrato-

Pero no solo es cumplir con las obligaciones, sino asumir todas las **responsabilidades** que implica tener un negocio, como son:

- Dedicar tiempo a la supervisión de la franquicia
- Administrar el negocio
- Ser líder del personal y colaboradores
- Capacitarse continuamente como empresario
- Mantener comunicación constante con el Franquiciante
- Procurar incrementar la rentabilidad y crecimiento del negocio
- Tomar decisiones oportunas
- Exigir al Franquiciante, a su vez, el cumplimiento de sus propias obligaciones
- Etcétera

Conocer a fondo estos puntos y entender a detalle el modelo de franquicia, pero, sobre todo, el modelo de negocio de la franquicia elegida permitirá tomar una decisión más acertada. Y será el resultado de esto lo que disminuirá el riesgo de fracaso.

El futuro del patrimonio familiar no se debe tomar a la ligera

Los pasos clave para adquirir una franquicia son:



1. Capacitarse. Actualmente se encuentran múltiples opciones: cursos, conferencias, diplomados, libros, blogs, etcétera. Lo mejor es informarse cuáles son los más confiables y no escatimar en educación, la inversión es mínima en comparación con lo que genera de ganancia, pero, sobre todo, con lo que evita de pérdida.

2. Investigar. Preguntar al Franquiciante, leer sus documentos con detenimiento garantizando que hay una comprensión total.

3. Asesorarse. Empezar, aun con una franquicia, requiere conocimiento en varias áreas de especialidad. Nadie es autosuficiente. Acercarse a expertos en franquicias para evaluar las opciones, a abogados especialistas para revisión del contrato, a financieros para la valuación del negocio, etcétera, ayudará a evitar sorpresas o malentendidos y facilitará la implementación adecuada del negocio.

4. Comparar. Jamás dejarse llevar por la primera o única opción. Tampoco dejarse presionar por tiempos o plazos. Lo mejor es tener varias alternativas, analizarlas, comparar. Hay que recordar que son decisiones para un futuro largo.

5. Decidir. Tampoco caer en el otro extremo: la "parálisis del análisis". Hay que dar el paso final, entendiendo que este es el principio de una etapa de trabajo y desarrollo profesional que deberá generar riqueza y satisfacciones personales.

Siguiendo estos puntos, se aumentará la probabilidad de éxito y de una relación ganar-ganar a largo plazo con la franquicia.

Acércate al Instituto Latinoamericano de la franquicia y permite que los profesionales mejor preparados sean tus consejeros al momento de elegir.

FRANQUICIANDO CON RESPONSABILIDAD

Conoce y aprende las buenas prácticas para franquiciar, representadas por nuestros Héroes, y evita cometer los errores de los Villanos, que siempre están al acecho de inversionistas novatos que no investigan ni se asesoran antes de adquirir una franquicia.



VILLANO

Franquicia con poca experiencia, con un negocio recién establecido o con pocas unidades. Por lo tanto, no sabe cuál es el factor de éxito: si la ubicación, el producto o servicio, el precio, la novedad, etcétera.

Su comunicación no va dirigida a un segmento en particular, quiere dar gusto a todos ¡y no lo logra con nadie!

Desprecia los estudios de mercado, la realidad es que no quiere invertir en expertos. Se excusa incluso con temas filosóficos como: "Mi competencia soy yo mismo".

No cuenta con metodología para selección y búsqueda de sitios, ni para otorgamiento de territorios (simplemente fija una distancia lineal), no hay un plan de expansión definido, vende franquicias donde haya comprador.

Valor: MERCADO POTENCIAL

Un modelo de negocio debe contar con un mercado meta claramente identificado y este, a su vez, debe ser amplio y estar presente en diferentes regiones o territorios, y de ser posible, en un sector que no esté saturado o atendido por los competidores. De esa manera, los Franquiciarios tendrán posibilidad de generar negocio.

Identifica, lo más segmentado posible, a su cliente: edad, nivel socioeconómico, sexo, hábitos y costumbres, etcétera. Ha trabajado en conjunto con expertos mediante un trabajo metódico y profesional.

Está en constante observación y análisis del entorno y sus cambios.

Sabe los canales de mayor impacto para comunicarse con sus clientes, y el lenguaje correcto para sus mensajes.

Conoce cuánta densidad de población requiere para que, de acuerdo con su experiencia de captación de base, pueda ser viable una unidad.

Tiene definidos parámetros claros para evaluar las posibles ubicaciones mediante un estudio de mercado útil.

Es consciente de que para obtener la lealtad de su mercado meta, es necesario más que un producto o servicio o "calidad", se enfoca en crear un concepto original y de valor.

HERO



Una franquicia responsable parte del conocimiento profesional de su mercado, para poder generar diferenciadores, ventajas competitivas y captar cada vez mayor porción de este, así mismo, podrá anticiparse a los cambios del entorno para mantenerse vigente. Un mal Franquiciante, arriesga el capital de su inversionista, al no tener herramientas para otorgarle la franquicia en un territorio que tiene potencial de generar los ingresos esperados.



- **Franquicia amigable**
- **Fácil de operar**
- **Servicio de alto consumo**

Inversión inicial desde **20,000** usd.



+ de 20
franquicias
en un año



La fórmula de la franquicia

UNA PRODUCCIÓN DE



Instituto Latinoamericano de la Franquicia

COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA EN FRANQUICIAS

¿Quieres encontrar los mejores candidatos para tu franquicia y/o negocio?

ANUNCIATE YA

En el único proyecto integral (radio, tv, portal, revista eventos de capacitación, eventos de networking, etc.) especializado en el sector de franquicias en Latinoamérica.



Ediciones 2021

- Octubre.** Franquicias gastronómicas.
- Noviembre.** La mujer en la franquicia.
- Diciembre.** Franchising in LatinAmérica.

tenemos un plan de acuerdo a tus necesidades!
institutodefranquicias.com

LA CADENA MEXICANA DE PIZZERÍAS MÁS GRANDE DE MÉXICO



**Buscamos
inversionistas
operadores
en todo el país.**

**Inversión inicial desde
1,600,000 pesos**

**Actualmente contamos con más
de 114 sucursales operando**



Benedetti's®

LA PIZZA DE CALIDAD

franquicias@benedettis.com Citas al: 55-5532-6671 ext: 3123



@BenedettisMx



@benedettisoficial

www.benedettis.com

Los montos de inversión se calculan de acuerdo a un proyecto modelo para una unidad estándar, y podrán variar una vez determinado el proyecto definitivo a desarrollar de acuerdo al sitio propuesto y las condiciones de la ciudad y el local seleccionado.

**Emprender cambia tu mundo, enseñar
a emprender cambia al mundo.**

Franquicias **Business Kids**

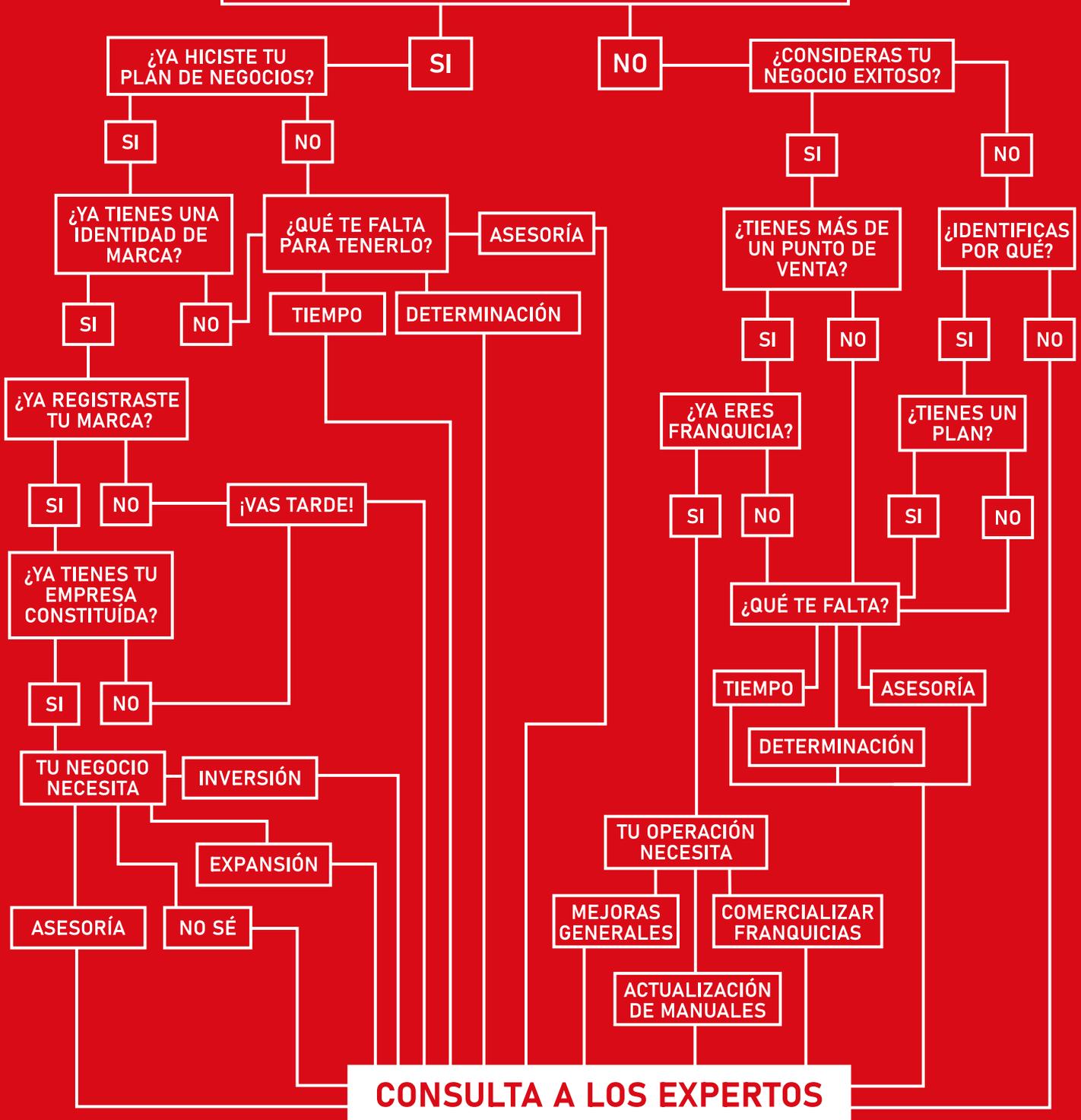


**Somos el primer centro de
emprendimiento infantil
a nivel mundial.**

Informes:
(55) 56159107 / (55) 56113861
direccion@businesskids.com.mx
www.businesskids.com.mx

¿TIENES UN NEGOCIO?

¿ESTÁ EN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO?



RESUELVE TUS CONTROVERSIAS LEGALES DE MANERA **PACÍFICA, RÁPIDA, TRANSPARENTE, CONFIDENCIAL, ECONÓMICA, EFICIENTE Y EFICAZ**, SIN TENER QUE RECURRIR A LA VÍA JUDICIAL, CON LA FUERZA JURÍDICA DE UNA SENTENCIA (COSA JUZGADA) **EVITANDO LARGOS, COSTOSOS Y DESGASTANTES** PROCEDIMIENTOS JUDICIALES.

¿Qué es el **CMEXMASC®**?

El **Centro Mexicano de Mediación, Arbitraje y Solución de Controversias CMEXMASC®** es una institución privada, neutral, certificada por el **Sistema Internacional de Control de Calidad ISO 9000**, aprobada y certificada por el **Poder Judicial**.



¿Qué servicios brinda el **CMEXMASC®**?

- **NEGOCIACIÓN**
- **MEDIACIÓN**
- **CONCILIACIÓN**
- **ARBITRAJE**
- **ARBITRAJE ACELERADO**
- **PERITAJE**
- **INFORME DE UN TERCERO**
- **DISPUTE BOARDS Y**
- **PANELES DE EXPERTOS**

Altamente especializados en materia de propiedad industrial, derechos de autor, franquicias, licenciamiento, distribución, contratos, negocios internacionales, societario, de inversión y materia civil, mercantil y familiar.

- **PRESENCIAL**
- **ON LINE**
- **IN SITU**

www.centrodemediacionyarbitraje.org | contacto@centrodemediacionyarbitraje.org

 (55) 75 83 96 29  55 32 42 56 05  (228) 454 00 25

 Centro de Mediación, Arbitraje y Solución de Controversias  CMEXMASC  CMEXMASC

 Centro de Mediación, Arbitraje y Solución de Controversias



ilaf

Instituto
Latinoamericano
de la Franquicia

Evita conflictos y resuélvelos en cuanto ocurran

**1^{er} Centro de mediación
especializado en franquicias**



CERTIFICACIÓN
FRANCHISE
BUSINESS MASTER

¿Eres Mediador y te interesa formar parte de nuestro equipo?

- Pregunta por los requisitos para pertenecer a nuestro **equipo selecto**.
- Ofrecemos cursos de **capacitación en Franquicias** exclusivos para Mediadores.

Contamos con mediadores **expertos en franquicias** y sedes acondicionadas para sesiones de mediación en distintas ciudades
¡Consúltanos!

T. 33 3647 5050

informes@institutodefranquicias.com



Por **Eduardo Fabrizio Poblete Castillo**

Abogado transaccional, árbitro y mediador privado certificado
epoblete@pobleteabogados.
eduardopoblete.wordpress.com

Investigue antes de invertir

Si está interesado en convertirse en un exitoso franquiciario, debe conocer este fenómeno económico, y saber las ventajas y retos que implica el sistema.

Antes de tomar una decisión apresurada, le recomendamos como primer paso practicar una auto evaluación personal; ya que en esta aventura estará en juego mucho más que su propio capital.

Qué debe saber antes de invertir:

¿Qué tanta información tengo sobre este sistema de negocio?

¿Estoy dispuesto a dedicarle tiempo a la administración?

¿Qué giro de negocio me gusta?

¿He contemplado los riesgos que implica el sistema de franquicias?

El siguiente paso consiste en investigar el sector al cual pertenece la franquicia de su interés, ya que en el futuro dedicará gran parte de su tiempo a este nuevo negocio; por lo que sería un error decidirse por alguna, solo por el hecho de tener gran volumen de ventas o contar con una marca muy conocida, esta decisión debe ir mucho más a fondo.

Después de la auto evaluación y de haber elegido el sector cuyas características son de mayor relevancia para el futuro de su nuevo negocio, el tercer paso de este proceso de elección, consiste en investigar las características específicas de la red de franquicias en la que está usted interesado.

Le presentamos algunos de los factores más importantes y que debe tomar en cuenta:

- Investigue sobre el historial de la empresa, no se deje sorprender por la publicidad que le dan o por que la imagen que le presenta es atractiva.
- Interactúe con los demás franquiciarios sobre sus propias experiencias con la marca y el sistema.
- Considere la competencia que existe en ese sector.
- Cerciérese que el producto o servicio que se ofrece hacia el consumidor no sea algo de temporada.





- Infórmese sobre el apoyo que le ofrece el franquiciante en la ubicación del nuevo local.
- Qué tipo de capacitación le brinda el franquiciante, si se incluye en la cuota inicial o esta tiene algún costo extra.
- Investigue con que tecnología cuenta la empresa.
- Analice las proyecciones financieras, y preferentemente consulte esta información con un experto.
- Montos y conceptos de los pagos que el franquiciatario debe cubrir al franquiciante.
- Tipos de asistencia técnica y servicios que el franquiciante debe proporcionar al franquiciatario.
- Definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia.
- Derecho del franquiciatario a conceder o no subfranquicias a terceros y, en su caso, los requisitos que deba cubrir para hacerlo.
- Obligaciones del franquiciatario respecto de la información de tipo confidencial que le proporcione el franquiciante.

Y algo muy importante, solicite al franquiciante que le haga entrega, cuando menos con 30 días de anticipación a la firma de su contrato, la Circular de Oferta de Franquicia cuyos requisitos se encuentran contemplados en el artículo 65 del reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, y que como mínimo debe contener lo siguiente:

- Nombre, denominación o razón social, domicilio y nacionalidad del franquiciante.
- Descripción de la franquicia. • Antigüedad de la empresa franquiciante de origen y, en su caso, franquiciante maestro en el negocio.
- Objeto de la franquicia.
- Derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia.

La elección de una franquicia no puede estar basada únicamente en números, como lo son las ventas; el tener sólo un criterio financiero, puede traer graves consecuencias.

Por lo que es recomendable hacer un análisis estadístico, financiero, contable, administrativo, mercadológico y sobre todo legal para no correr riesgos innecesarios que pudieran comprometer su futuro y su patrimonio.



¡NUESTRA EXPERIENCIA MARCA LA DIFERENCIA!



POBLETE CONSULTING GROUP
BOUTIQUE LEGAL, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



CONVERSIÓN

Convertimos tu negocio
en una franquicia de
éxito

EXPANSIÓN

Llevamos tu marca a
mercados nacionales e
internacionales

ADQUISICIÓN

Te asesoramos para que
adquieras de manera
segura la franquicia o
negocio de tus sueños

BLINDAJE

Asesoría y blindaje en
materia jurídica
empresarial y de
propiedad intelectual

Expansión de Negocios | Manuales de Operación | Planeación Estratégica
Adquisición y Desarrollo de Franquicias | Registro de Marcas | Derechos de Autor
Estrategia de Confidencialidad | Contratos | Defensa y Protección de Derechos

(55) 75.83.96.29 | contacto@pobleteabogados.com
pobleteabogados.com | pobletefranquicias.com



Buscamos Inversionistas Operadores

FRANQUICIA CON MAS DE 17 AÑOS DE EXPERIENCIA

Inversión aproximada:
\$50,000 USD



Los De Pescado Franquicias



losdepescadomx

Contacto:

franquicias@losdepescado.com



Los montos de la inversión en infraestructura mostradas son calculados de acuerdo a un proyecto ejecutivo, modelo para una unidad estándar y podrán variar una vez determinado el proyecto definitivo para cada franquicia de acuerdo al sitio propuesto, las condiciones del mismo y los costos de ejecución de cada ciudad. Este documento y referencias a otros documentos NO representan oferta comercial ni promesa de ningún tipo sobre el otorgamiento de una franquicia de la marca "LOS DE PESCADO".



Por M^a Susana Fernández Iglesias
Abogada-Socia Directora de Centro Franquicias Consultoría española. Desarrollo de proyectos, contratos de franquicia, registro de marcas España y Europa
@centrofranquicias.com
www.centrofranquicias.com
@cfranquicias

La franquicia en el punto de mira de los inversores

El pasado mes de Julio se cerró en España una operación que se recordará durante mucho tiempo en el sector de la franquicia y en el de la restauración.

El fondo capital riesgo CINVEN anunciaba la adquisición de la matriz española de Burger King, Restaurant Brand Iberia (RB Iberia) en un importe de más de MIL MILLONES DE EUROS (1.000.000.000 €), siendo una de las mayores inversiones en restauración y en el sector de las franquicias, si no es que la mayor que se conoce en nuestro país.

Restaurant Brands Iberia, es una empresa creada en 1981, que ostenta los derechos de explotación de las marcas Burger King en España Portugal, Gibraltar y Andorra, así como de Popeyes y Tim Hortons en España. En el momento de materializar esta operación la empresa cuenta con unos 500 restaurantes propios y otros 500 franquiciados.

Esta operación supone la mayor compra de una empresa del sector de la restauración en España. Antaño hubo otras que también hicieron historia como la adquisición de Grupo VIPS por los mexicanos de Alsea por 500 millones o la opa de KKR a Telepizza, que valoraba la enseña en 600 millones.

¿Que demuestra este ejemplo? Pues que a pesar de la crisis sanitaria que estamos sufriendo a nivel mundial y de que el sector de la restauración fue uno de los más castigados con cierres, restricciones y prohibiciones varias, sigue siendo un sector muy atractivo para pequeños, medianos y grandes inversores.

No solo la restauración sino el propio sistema de franquicias debe ser visto por grandes inversores como un más que interesante modelo donde invertir

¿La franquicia qué puede ofrecer a un inversor?

- **Un negocio probado y con experiencia.**
- **Una rentabilidad probada.**
- **Un estudio del producto y/o servicios de largo tiempo.**
- **Un crecimiento estudiado y controlado.**
- **Un control de gastos y rentabilidad.**
- **Unos datos de consumo en diferentes ciudades y tipos de consumidores.**
- **Una marca reconocida y consolidada, etcétera.**

Estas ventajas son para todo tipo de inversores.

Pensemos en el pequeño inversor que tiene dinero ahorrado y piensa invertir en un negocio, porque los bancos dan cada vez menos dinero, y ya están anunciando que en muy breve plazo no solo no nos darán intereses por tener allí nuestro dinero, sino que nos cobrarán por ello. Ese inversor que ha conseguido tener ahorrado unos dinerillos y que no sabe bien dónde invertirlo, que no quiere correr riesgos porque le ha costado mucho tener esos ahorros. Esa persona que habrá pensado seguramente.... Si supiera de un negocio que fuera exitoso, que supiera los costes de implantación y la rentabilidad del mismo, si supiera que a la gente le iba a gustar ese producto o ese servicio... si supiera que los riesgos son mínimos... Invertiría en ese negocio. Y ahí es donde está la Franquicia. Porque la Franquicia puede darle a ese pequeño inversor la seguridad que un negocio independiente no le puede dar. La franquicia le va a ofrecer una respuesta positiva a todas esas preguntas que se hacía:

La Central Franquiciadora le va a poder dar un presupuesto de los costes de implantación detallado y sin sorpresas, le facilitará cuentas de resultados económicos de sus establecimientos propios y franquiciados para que pueda contrastar y comprobar la viabilidad del negocio, podrá ofrecerle datos de ventas, aperturas y éxitos comerciales para saber que ese producto o servicio tiene una buena aceptación en el mercado, podrá facilitarle el histórico de ventas para poder contar con los datos en la evolución del negocio, le informará con





detalle del personal que necesitará para desarrollar con éxito el negocio, la publicidad, la marca etcétera, es decir, le dará toda la información necesaria para invertir con seguridad en un negocio que sí cumple las premisas para minimizar riesgos en la inversión y por tanto invertir con más seguridad y tranquilidad que si decidiera iniciar un negocio por cuenta propia sin experiencia previa.

Al inversor medio también la franquicia tiene mucho que ofrecerle

Aquel inversor que disponiendo de un cierto capital busca negocios dónde invertir, y está dispuesto a hacer una inversión de hasta uno o dos millones de dólares, por ejemplo, podrá pensar en adquirir un master franquicia para una zona o un país, programar unas aperturas supervisadas y apoyadas desde la Central, sentirse parte de una marca ganadora y exitosa y ver como crecen sus negocios, ¡y como no, isu capital!

Y, por último, volvemos al ejemplo del inicio, para fondos de inversión y grandes inversores, que parece que antes solo buscaban invertir en innovación, energías y empresas tecnológicas, ahora ya, poco a poco, van viendo cómo invertir en cadenas de franquicias ya consolidadas, y ayudarlas a seguir creciendo puede ser un negocio muy muy rentable.

Así pues, querido lector, si ha llegado a esta parte final del artículo es que está interesado en invertir en franquicias, solo me queda recomendarle algo que siempre digo, ¡ifórmese e infórmese!

Fórmese: Primero para poder desarrollar con éxito un negocio debe formarse en el propio modelo de negocio, pero si va a formar parte de una franquicia no puede hacerlo sin entender bien este sistema comercial. Para ello es recomendable que se

inscriba, por ejemplo, en el Diplomado Internacional de Franquicias del Instituto Latinoamericano de Franquicias, donde, sin duda, adquirirá la capacitación necesaria para entrar sin riesgos en este maravilloso mundo de la franquicia, ya sea como Franquiciante o como Franquiciatario.

Infórmese: No es oro todo lo que brilla y la franquicia no es la excepción. No deje impresionarse por todo lo que le cuenten en las ferias de franquicias, en las charlas o reuniones que tenga con los propietarios de la marca. Verifique cada dato que le den, en registros públicos, en persona visitando sus negocios y, por supuesto, hable con otros Franquiciatarios o inversores que le han precedido en la toma de esa decisión. Apóyese de consultores expertos, estamos para ayudarle. Infórmese de todo y contraste los datos y solo cuando esté completamente seguro de que esa opción es la mejor, de el paso y firme el contrato, antes no lo haga nunca o podrá arrepentirse y llegar a perder mucho dinero y demonizará a la franquicia como si la culpable de su fracaso fuera este sistema comercial o la marca a la que se ha unido, pero no se equivoque, el único responsable del éxito o del fracaso de su empresa será usted mismo, y por ello mi consejo es elegir al mejor compañero de viaje, que en el sector de la franquicia mundial los hay y muy buenos.

¿Acaso no creen que El fondo capital riesgo CINVEN con el que abrimos este artículo no se ha formado e informado y se habrá asesorado con los mejores expertos en la materia? Pues sigan su ejemplo e inviertan en franquicia, es un “caballo ganador” pero no se olviden de mi consejo... ¡ifórmese e informarse!

¡Suerte en la decisión!



Centro Franquicias



Consultoría de Franquicias en España

Su puerta de entrada al mercado europeo

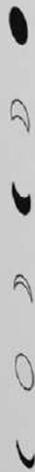
- Adaptación de su negocio al mercado español. Reestructuración legal y comercial.
- Registro de marcas en España y Europa.
- Representación jurídica y asistencia en negociaciones.
- Asesoría fiscal, laboral y contable.
- Expansión a nivel nacional y europeo con una red comercial de más de veinte delegaciones.
- Somos Abogados especializados en franquicias.



Tlf: + 0034 985. 201. 292 Móvil: + 0034 637. 467. 397
info@centrofranquicias.com
www.centrofranquicias.com

LUNAR.MX

MARCAS CON VOZ PROPIA



PROYECTOS DE DISEÑO

- IDENTIDAD CORPORATIVA
- REGISTRO DE MARCA
- ILUSTRACIÓN CORPORATIVA
- DISEÑO WEB
- MARKETING DIGITAL

 @lunar.mx.disenio

 @lunar.disenio

 /lunarmx

INTEGRAMOS TU MARCA A UN DISEÑO
EXPERIMENTAL, ADOPTAMOS CONCEPTOS,
INSPIRAMOS TENDENCIAS,
VIVIMOS DISEÑO



Por **Diego Elizarrarás Cerda**

Director General adjunto TC Todo de
Cartón.

Expresidente AMF

Exsecretario General FIAF

delizarraras@tododecarton.com.mx

La franquicia como inversión

Las razones y motivos detrás de la decisión de invertir en una franquicia son tan diversas como los conceptos que hoy existen en el mercado, sin embargo, en lo que estaríamos todos de acuerdo es que se trata de una decisión más que importante, ya que parte de esa inversión pudiera estar directamente ligada con el patrimonio de toda una vida, la venta de una propiedad, la liquidación de un empleo, una herencia, etcétera, así como los motivos que se persiguen; diversificar ingresos, crear o incrementar patrimonio, la independencia laboral, dejar algo a los hijos, como la misma posibilidad a un mejor nivel de vida... todas ellas razones muy poderosas.

Sin embargo, desde el punto de vista de la franquicia como una opción más de inversión, el análisis no siempre termina siendo tan objetivo, mucho por las propias expectativas rebasadas que genera la idea de tener un negocio, sin todo lo que implica, como por la propia inercia del sector franquicias tratando de hacer cada vez más atractivo el concepto en tiempo de retorno de inversión, algo difícilmente sustentado al tratarse de un negocio por abrir en el cual convergen miles de circunstancias, que, además, si bien pudiera ser solo un indicador condicionado a muchos otros elementos más como mera referencia, habría que señalarlo desde el punto de vista de una inversión, más a la rentabilidad y desde este punto me gustaría abordar esta colaboración que espero le sea útil a quienes estén pensando en la opción de adquirir los derechos de una franquicia.

En este aspecto, la franquicia en términos de la decisión de dónde colocar el dinero requiere un análisis propio. En la adquisición de una franquicia si bien hay una expectativa detrás en términos de una actividad directamente relacionada con el giro y marca de su elección, que sin duda este alineamiento de intereses es uno (de varios) de los factores de éxito de la franquicia, también debe pasar esta decisión por un análisis formal de mercado, del esquema legal correspondiente, de la capacidad de la marca en términos de soporte de la red con todo lo que ello significa y definitivamente desde el aspecto financiero.

En este sentido, la franquicia se debería comparar a otras inversiones normalmente asequibles, partiendo del mismo monto a invertir; fondos de ahorro e inversión, divisas, la bolsa, bienes raíces etcétera, respecto a su retorno de inversión (el tiempo en que tarda en recuperar lo invertido) este dato como comentamos tiene mucho que ver con los montos invertidos y la capacidad de hacer dinero, puede ser un negocio que por su naturaleza recupere relativamente más rápido la inversión que otro, pero eso no significa que sea necesariamente un negocio donde se gane más, dicho de otra forma, hay que preguntarse ¿qué pasa después de recuperar la inversión? lo que faltaría ver es su nivel de ganancia o rentabilidad y su capacidad de escalamiento, es decir, qué tanto puede seguir creciendo ese negocio y, sobre todo, la viabilidad de que eso que esperamos suceda.

Normalmente existe una relación directa entre la rentabilidad (ganancia esperada) y el riesgo, es decir, la posibilidad de que otros factores puedan desviar el resultado que esperamos.

*Normalmente un mayor riesgo
conlleva una mayor rentabilidad*

Así inversiones tradicionales (bancarias) donde el riesgo es menor, no hay duda que en tiempo y forma estaremos recibiendo la ganancia pactada, por esa misma certeza el nivel de rendimiento será normalmente conservador, sin embargo, puede variar de un producto a otro. Pero más allá de ello, nuestro nivel de involucramiento y de decisión en este tipo de inversiones resulta muy limitado, básicamente cuando entramos y salimos, pero no estamos en condiciones de activamente favorecer a mejores resultados, y en el caso de otros fondos de inversión (divisas, bolsa, etcétera) más agresivos en términos de rendimientos, se debe conocer suficiente del tema y revisar constantemente la información para tomar decisiones sobre quedarse o salirse a tiempo (comprar o vender).





Por otro lado, las inversiones inmobiliarias si bien pueden generar una plusvalía interesante, depende mucho de las circunstancias, ubicación, y de paciencia para vender a las personas correctas en el precio correcto, en esos términos el precio de mercado puede depender en gran medida de la urgencia en que se requiera cerrar la operación, sin embargo, tienen muy buena acogida entre muchos inversionistas por la certeza que genera. tener la propiedad del inmueble, y la posibilidad de generar a través de rentas un ingreso recurrente mes a mes sin comprometer su propiedad, sin embargo, en términos de recuperación un departamento que se adquirió para rentarlo posteriormente, suponiendo que desde el día uno se renta sin ninguna interrupción de alquiler (es decir sin espacios donde no se esté rentando), el periodo de recuperación de la inversión puede ser mayor a diez años, evidentemente conservando el inmueble y si todo salió bien, con su respectiva plusvalía, sin embargo la viabilidad para hacer líquido su valor puede tomar tiempo.

Finalmente, la franquicia como inversión a diferencia de los ejemplos anteriores, tiene, por no decir requiere, de una participación activa (normalmente) donde si bien es con los conocimientos, herramientas e inercia del Franquiciante (dueño de la marca), dando por hecho que se asume dicha responsabilidad por el Franquiciante, del lado del Franquiciario está la ejecución diaria, la motivación de sus colaboradores, el servicio a sus clientes, el monitoreo de su mercado y el esfuerzo de la última milla para hacer la diferencia, con la propia incertidumbre que implica comenzar un negocio. Esta es en gran medida la respuesta de porque algunos Franquiciarios les va mejor que otros.

Inclusive una franquicia, por todos los factores externos que no están bajo nuestro control, que requieren de nuestras habilidades (hay quien puede incluir también a la suerte) para resolverse y por ello los niveles de rentabilidad pueden ser muy atractivos, frente a otras inversiones, y comento esto porque cuando se habla de tener un negocio propio, sin tener experiencia previa, se echa a volar la imaginación, sobre los resultados esperados, en el tiempo de retorno, como en el rendimiento.

En este sentido se debe comparar linealmente la franquicia respecto a las demás inversiones que mencionamos, partiendo desde la perspectiva de rentabilidad, y ahí es donde normalmente destaca este modelo respecto, con rendimientos viables de varios puntos por arriba de las otras alternativas más conservadoras, con el riesgo implícito que conlleva. Por lo mismo, para adquirir una franquicia se debe estar en perfecta concordancia y afinidad con el giro, con la marca específica, con el entorno donde se establecerá el negocio, los niveles de soporte y asesoría que se esperan del franquiciante (dueño de la marca), los indicadores esperados sobre el desarrollo del negocio y, muy importante, la disposición e involucramiento personal en la operación del negocio.

¿Ustedes ya hicieron su tarea?

Un negocio es una inversión de riesgo por definición



elhuequito

TACOS GOURMET

Desde 1959

www.elhuequito.mx

miasesor@interfranquicias.mx



+ DE 60 AÑOS
+ DE 60 AÑOS
HACIENDO NEGOCIOS

 Inversión inicial

\$ 100,000 USD

 cdmx y área metropolitana

 150 mts

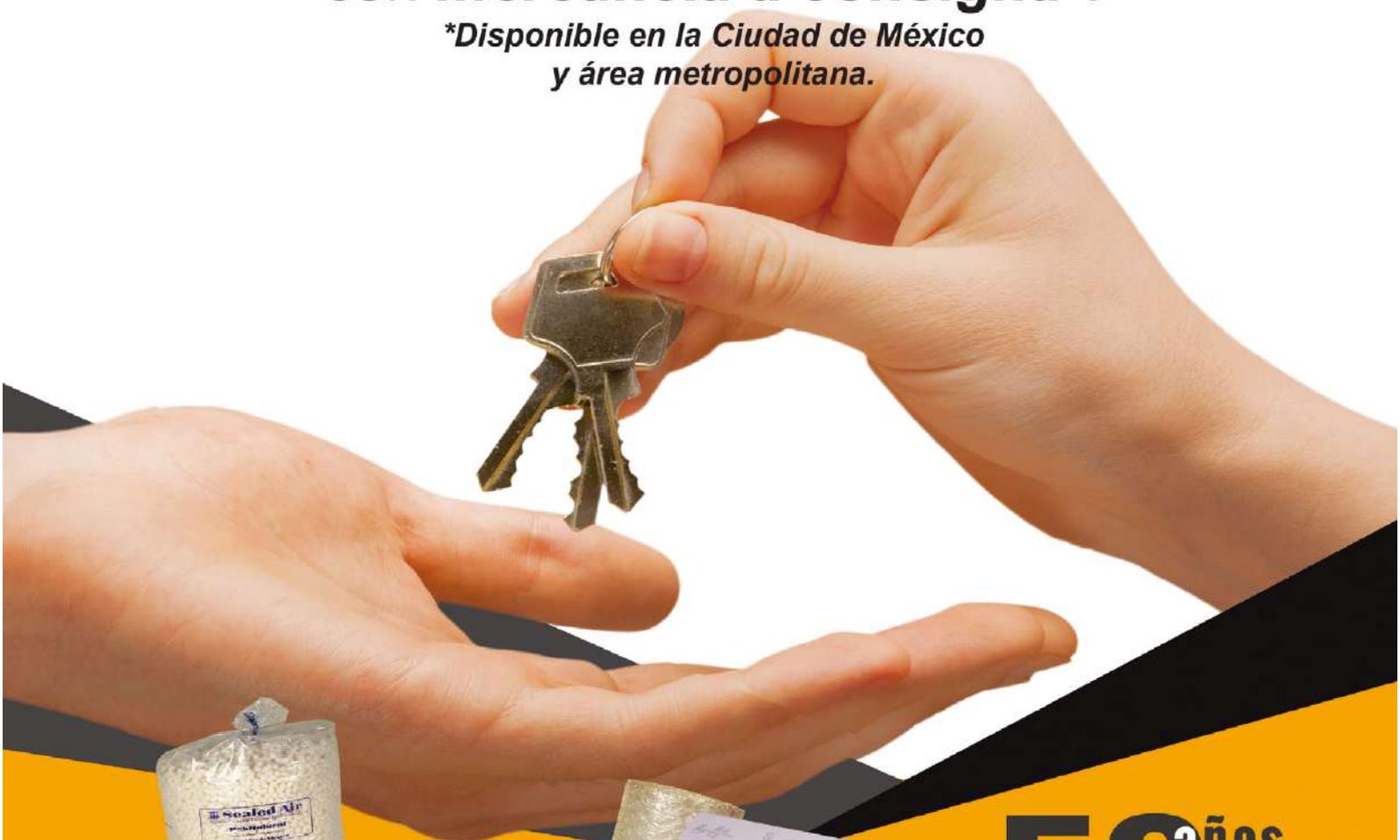
@elhuequitomx





Te entregamos tu Franquicia llave en mano con *mercancía a consigna**.

**Disponible en la Ciudad de México y área metropolitana.*



contacto@tododecarton.com.mx www.tododecarton.com.mx

CASOS DE ÉXITO



La Piojería nace hace 8 años, en Guadalajara, en respuesta a una necesidad personal de independizarme.

Decidimos franquiciar, gracias a mi hijo quien veía mucha gente acudir a la sucursal y veía que muy pronto tendríamos competencia, y nos comería el negocio. Así que decidimos crecer y franquiciar era la mejor manera de crecer de forma ordenada.

La Piojería es un exitoso negocio en el que invitamos a todos a invertir, porque es un negocio noble, de baja inversión, y de muy fácil manejo, su retorno de inversión es de las más rápidas, en el mercado de franquicias.

El éxito no es algo que decimos, lo demuestran nuestras 19 franquicias en toda la República, ubicadas en:

- Jalisco
- Manzanillo
- Morelia
- Querétaro
- Tepic
- Hermosillo
- Estado de México
- Cdmx
- Culiacán
- Chalco
- Toluca

Actualmente ofrecemos la oportunidad de integrarse a la familia de la Piojería con una franquicia, con éxito comprobado en:

- Estado de México, ahí contamos con una en Toluca, y en Chalco.
- Ciudad de México, tenemos presencia en Delegación Coyoacán, únicamente.
- Puebla, tuvimos una franquicia por 3 años, por la pandemia se cerró, pero es conocida la marca, lo que hace excelente mercado para aperturar.
- Morelia, contamos con una y queda territorio para una más.
- Guerrero, solo hay una.
- Hermosillo, existe una y hay espacio para una más.
- Contamos con todo lo necesario para que tengas una Piojera en el resto de la república.

Además, el pertenecer al sector de la salud nos coloca en actividad esencial y abrimos aún en PANDEMIA.





**Clínica especialista
en eliminación y
prevención de
pediculosis**

Inversión desde
\$25,000
USD

Local desde **30** m²

Buscamos inversionistas
operadores, con visión
de crecer en su territorio
con multiunidades y con
residencia en la ciudad
de mínimo 5 años.

Actualmente contamos con
20 clínicas en México.

lapiojeria.com

   La Piojería



CASOS DE ÉXITO



Gaspachos el boulevard inicio como un puesto ambulante en el año de 1987, en la Ciudad de Morelia, por el SR. Raúl Correa Gonzales.

Decidimos franquiciar porque parte de nuestra visión es llegar al mayor número de ciudades con nuestra sana tradición, y vimos que el modelo de franquicia nos permite ir un poco más rápido.

Gaspachos el boulevard es una excelente opción si estás pensando en adquirir una franquicia. Es un modelo ya probado y rentable, además, ¡es un negocio saludable!

Actualmente tenemos presencia en Morelia, Michoacán:

- **Matriz en Colonia Nueva Chapultepec.**
- **Sucursal Santa María.**
- **Sucursal Libramiento Sur.**
- **Sucursal Plaza San Miguel.**

Podemos llevar este exitoso modelo de negocio a toda la República





¿cuentas con 40,000 USD
y quieres operar de tiempo completo
en Jalisco, CDMX y/o ciudades del Bajío?

**Inicia tu negocio
con 30 años
de experiencia**



gaspachoselboulevard.mx
franquicias@gaspachoselboulevard.mx

f @ t v
[gaspachoselboulevard](https://www.gaspachoselboulevard.com)

CASOS DE ÉXITO



Farmacias FarmaSana[®]
Genéricos Patente Naturistas

FarmaSana surgió hace más de 30 años en la ciudad de Pachuca, Hidalgo. La distribución de medicamentos a mayoreo fue el inicio de lo que posteriormente llegaría a consolidarse como una Distribuidora de Medicamentos.

Más tarde, en el año 2005, nace Farmacias FarmaSana con el propósito de ofrecer un concepto completo de farmacia, incorporando medicamentos genéricos, patente y naturistas, además de un consultorio médico.

Con el paso del tiempo y viendo el alcance que podíamos tener ya que el público así nos lo iba pidiendo, quisimos expandirnos a otros territorios, y para lograrlo decidimos utilizar el mejor modelo de negocio probado para expansión. Desarrollamos nuestro modelo de franquicia con una de las mejores firmas de consultoría en Franquicia y hasta el día continuamos innovando y mejorando nuestro modelo de negocio.

Nuestra experiencia y años en el sector de medicamentos y salud nos respalda como una de las mejores opciones en el mercado de franquicias de nuestro giro.

Además, nuestros Franquiciarios reciben asistencia técnica completa en todas las etapas del proceso, desde la selección de la ubicación, pasando por el montaje de la unidad, capacitación, permisos y licencias hasta la puesta en marcha de la unidad.

Tenemos 35 años de experiencia, 50 unidades operando y un retorno de inversión de 24 a 36 meses. Nuestras unidades logran el punto de equilibrio entre el mes 3 y 9.

Este año cerraremos con 50 unidades operando. Planeamos la apertura de 20 unidades nuevas en el 2022.

Actualmente tenemos presencia en toda la zona centro de la República Mexicana, en esta zona otorgamos franquicias a socios operadores y desarrolladores multiunidades para plazas completas.

Estamos buscando Franquiciarios multiunidades para expandirnos en nuevos territorios:

- Queretaro
- Guanajuato
- Jalisco
- Tijuana
- Monterrey
- Guerrero
- Oaxaca
- Tabasco
- Yucatan
- Quintana Roo

¡Creamos e innovamos constantemente para ofrecer a nuestros clientes e inversionistas la mejor opción de Farmacia!





Farmacias
FarmaSana[®]
Genéricos Patente Naturistas
farmasana.com.mx

50 unidades

Local 50 mts

35 años de experiencia

Disponibilidad en todo México



Inversión desde

669,000 mxn

ASOCIACIÓN
MEXICANA DE
FRANQUICIAS



f i t y
FarmaSana

¿Eres Franquiciatario, Franquiciante, consultor, proveedor, académico y quieres unirte al ILAF?

Contáctanos y disfruta de los beneficios de pertenecer a este selecto grupo.

Beneficios

- Mención en el directorio de asociados de la página web del ILAF: www.institutodefranquicias.com
- Mención en el directorio de asociados que se difundirá en la Revista Digital La Fórmula de la Franquicia, en el último ejemplar de cada año.
- Descuentos para participación en los eventos académicos.
- Descuentos para publicidad en la Revista Digital La Fórmula de la Franquicia, en los eventos organizados por el ILAF y en la página web y redes sociales del ILAF.
- Acceso a material didáctico y determinados cursos y eventos de manera gratuita.
- Prioridad para incluir su participación como ponente o colaborador, de acuerdo con su experiencia y perfil, en las actividades organizadas por el ILAF.



institutodefranquicias.com
asesor@institutodefranquicias.com



lucky sushi

el japonés a tu modo!

Inversión inicial

150,000 USD



**marca fuerte con
+ 60 unidades**

**cadena de abasto
garantizada**

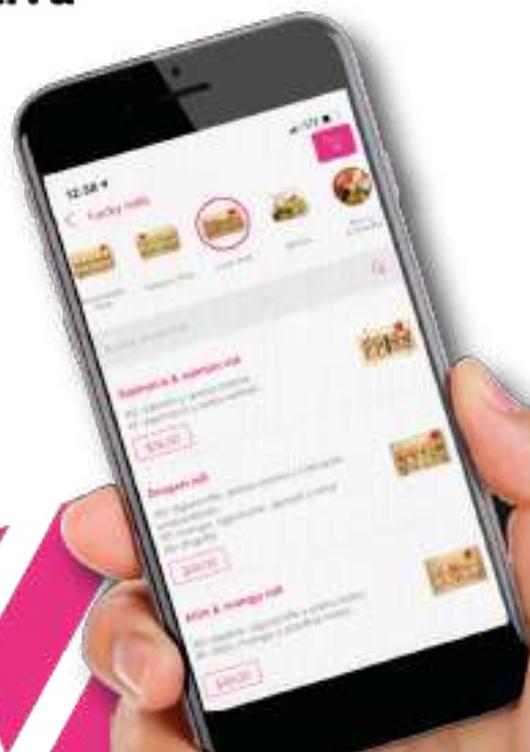
asistencia corporativa

**tecnología
de punta**

**GRUPO
TEIKIT**



www.luckysushi.mx



CASOS DE ÉXITO



D'Paul es la creación de mi padre, él era sastre así que, con su experiencia, en 1971 decidió abrir las puertas de su primer negocio de la renta y venta de trajes para caballero.

Deseamos replicar el negocio que nos heredó mi padre, y encontramos en el modelo de franquicia una opción viable de lograrlo sin tener que invertir, y obteniendo ingresos por medio de esto.

D'Paul es una marca suficientemente fuerte que con toda seguridad y facilidad le dará utilidades a nuestros Franquiciarios.

Por el momento con unidades de negocio en 22 ciudades de territorio nacional. Con la posibilidad de abrir unidades en prácticamente en las ciudades que tengan más de 500 mil habitantes con un nivel socio económico medio y medio alto.

Principalmente en:

- Chihuahua
- Azores
- Torreón
- Pachuca
- Tuxtla Gutiérrez
- Mérida
- Xalapa
- Veracruz
- Ciudad de México

• Villahermosa

Fuera del territorio nacional:

- Guatemala
- Colombia
- San Antonio, Texas
- Dallas, Texas
- Houston, Texas
- Miami,
- Toda la zona de Los Ángeles

¡Confeccionamos para ti momentos inolvidables!





D'PAUL®

ANIVERSARIO

30 años franquiciando con éxito

DESDE 1936 EN EL NEGOCIO DE LA SASTRERIA

50 AÑOS DE ÉXITO FAMILIAR

50 AÑOS FABRICANDO

ALTA SASTRERÍA Y ROPA DE ETIQUETA

INVERSIÓN

100,000 USD

f @DPAUL
i @DPAUL
t @DPAUL
v @DPAUL

DPAUL.MX

CASOS DE ÉXITO



By IMI CONTAINER PARK

Grupo IMI nace en el año de 1994 por la creciente necesidad de que las líneas navieras cuenten con patio de contenedores marítimos, brindando servicio de mantenimiento, reparación, habilitación y almacenaje. En el año 2000 iniciamos en el negocio de operación de tráfico terrestres en la ciudad de Guadalajara, Puerto de Manzanillo, Monterrey, Puerto de Altamira y Puerto de Veracruz. En el año 2013 nace la división de renta de MINI BODEGAS en contenedores marítimos (self storage) con nuestro slogan "Tu bodega Personal" y en el año 2020 se autoriza por el Consejo el Proyecto de Franquicia, el cual se trabaja con diversos especialistas externos y se concluye con éxito.

Buscamos la expansión de nuestra marca, estamos convencidos que la infiltración en el mercado por medio de franquicias se dará de forma exponencial, ya que es un negocio residual, sencillo de replicar y operar, que abarca distintos sectores como lo es el Industrial, Comercial y Domestico, y que mejor manera de hacerlo que a través del modelo de franquicias.

El negocio ideal para invertir. Su mercado es amplio y diverso, las mini bodegas en contenedores marítimos tienen bajo costo de mantenimiento, son 100% herméticas, reubicables, libres de polvo y plagas. Opera con 3 personas, se cuenta con un software especializado, que se puede consultar vía móvil en todo

momento, tendrá todo el know how y capacitación constante durante el tiempo del contrato.

Actualmente contamos con una Unidad en Zapopan Jalisco, México.

Buscamos inversionistas en toda la República Mexicana y en Latinoamérica; principalmente en:

- Monterrey
- CDMX
- Querétaro
- San Luis Potosí
- Aguascalientes
- León

Contáctanos:

CONTAINER PACK
Carretera Guadalajara- Nogales 9175,
Col. San Juan de Ocotan. Zapopan Jalisco.
www.containerpack.com.mx
franquicias@containerpack.com.mx

Nuestros inversionistas tienen el beneficio de contar con una marca con más de 25 años de experiencia en el giro, además de prestigio y posicionamiento



AQUÍ COMIENZA TU NUEVA FRANQUICIA DE MINIBODEGAS



By IMI
CONTAINER
PARK



Inversión **200,000** USD con 30 mini bodegas en 1,500 mts²

Inversión **300,000** USD con 60 mini bodegas en 2,500 mts²

CONTÁCTANOS

franquicias@containerpack.com.mx

www.containerpack.com.mx

Los montos de la inversión en infraestructura mostradas son calculados de acuerdo a un proyecto ejecutivo, modelo para una unidad estándar y podrán variar una vez determinado el proyecto definitivo para cada franquicia de acuerdo al sitio propuesto, las condiciones del mismo y los costos de ejecución de cada ciudad. Este documento y referencias a otros documentos NO representan oferta comercial ni promesa de ningún tipo sobre el otorgamiento de una franquicia de la marca "CONTAINER PACK®".

CASOS DE ÉXITO



Gracias a nuestro concepto, **Beer Stop**, ya llevamos exitosamente 10 años en el mercado. Cuando iniciamos, visualice que la gente busca un lugar donde se sientan seguros, con un agradable ambiente, buena música, videos, pero, sobre todo, un lugar donde puedan hacer un alto en su ajetreado día, de ahí nace BEER STOP.

En Beer Stop puedes ir en pareja, con un grupo de amigos a festejar, e incluso solo si deseas disfrutar de un break, tomar una cerveza, ver tu deporte favorito o esperar mientras pasa el Tráfico.

Decidí franquiciar porque contamos con un modelo de negocio muy fácil de operar y replicar.

Eso lo hace una excelente opción para invertir en este modelo, además:

- **Es de muy baja inversión**
- **La operación es muy sencilla**
- **Y, sobre todo, el tiempo de recuperación es a corto plazo**

Actualmente contamos con una unidad de negocio ubicada en WTC. Se abrieron dos más, pero se les quitó la marca, ya que no cumplían, los manuales, y mantener nuestra garantía de concepto es fundamental para nosotros.

Ofrecemos la posibilidad de abrir unidades de negocio a nivel Nacional.

El día a día nos abruma, Beer Stop, es la parada ideal con el mejor ambiente...



WWW.BEERSTOP.COM.MX

miasesor@interfranquicias.mx



ALITAS BURGER & GRILL

@beerstop f 



Inversión inicial desde
50,000 USD

BEER

STOP

CASOS DE ÉXITO



Iniciamos hace muchos años como una agencia de viajes IATA que eventualmente se convirtió en un consolidador aéreo y operadora mayorista. La experiencia, herramientas y negociaciones nos permiten ayudar, ahora, a otras agencias de viajes independientes a generar ingresos con producto aéreo y servicios terrestres.

Actualmente apoyamos a cientos de agencias de viajes que necesitan de nuestro soporte, capacitación, convenios y tecnología, hemos logrado el éxito y, ahora decidimos franquiciar porque queremos tener una marca propia con un modelo de negocio innovador para quienes desean incursionar en este negocio ayudando a acortar la curva de aprendizaje y brindándoles toda nuestra experiencia.

Si quiere ser independiente y le gusta viajar, somos una excelente opción de franquicia, porque Ibitrip es una opción de bajo riesgo y que puede hacer desde casa, además, puede iniciar con su propia red de contactos.

A diferencia de otras opciones con nosotros te enfocas en ganar y nosotros hacemos la administración.





**SUPER
SALE**

50% OFF

Inversión
\$95,000
mxn

Vigencia: sep 2021 - jul 2022

¡ENFÓCATE EN GANAR!

Desde la comodidad de tu hogar

Nosotros nos encargamos
de todo lo demás...



Soporte



Sistemas



Producto



Capacitación



www.ibitrip.com | info@ibitrip.com



Accredited
Agent



Por Julio C. Morales
Vicepresidente de Franquicias
Jóvenes
FB @juliobersek

Verifica una franquicia joven en 10 pasos

Feria de franquicias, cientos de marcas exponiendo su propuesta en los cientos de stands a lo largo del World Trade Center queriendo vender sus próximas sucursales y tú ahí frente a tanta oferta sin saber siquiera por dónde empezar a recorrer la feria.

No te preocupes, en este artículo te voy a decirte 10 cosas que deberías verificar de las franquicias que te llamen la atención para que tomes la mejor decisión.

1.- Pregunta cuántas sucursales han cerrado

Es mejor acercarte a un Franquiciante que ha cerrado varias sucursales porque eso quiere decir que tiene experiencia en lo que no se debe hacer con su modelo de negocio. Sospecha de cualquier Franquiciante que te diga que nunca ha cerrado ni una sola sucursal. Hasta Mc Donald's cerró varias ubicaciones en sus inicios...

2.- Verifica que tengan una marca registrada

Por increíble que parezca, hay "Franquiciantes" que venden modelos de negocio que ni siquiera tienen registro de marca. Recuerda que el IMPI es la única entidad que regula la industria de franquicias, si quien te vende una franquicia no tiene una marca registrada, no existe ante el IMPI...



3.- Sospecha de todo aquel modelo de negocio que no te cobre regalías

Cualquier modelo de franquicia está fundamentado en la asistencia técnica que te debería de dar el Franquiciante, estos son todos los servicios que se te dan a lo largo de la relación de negocios que mantendrán. El Franquiciante tiene que ganar algo de dinero para solventar todos los gastos que implica darte asistencia técnica. Si alguien no te cobrará regalías, ¿Crees que va a sacar dinero de su bolsa para darte todos esos servicios durante 5 años?

4.- Pregunta por las zonas geográficas disponibles

Un Franquiciante serio siempre tiene un plan de expansión, si este plan no existe en la franquicia que estás pensando adquirir, significa que están dispuestos a abrir donde sea con tal de vender. No esperes que te asistan en Baja California si, para empezar, probablemente el Franquiciante ni siquiera conoce esa ciudad...

"Por increíble que parezca, hay Franquiciantes que venden modelos de negocio que ni siquiera tienen marca registrada"

5.- Asegúrate que el modelo de verdad sea una franquicia

Hay muchos modelos de negocio que se venden como franquicia, pero en realidad son un negocio de distribución, multiniveles, concesiones geográficas o simplemente estafas. Una señal de que es una franquicia seria es que esté afiliada a alguna cámara de comercio. Regularmente estas entidades filtran a sus miembros para asegurarse de que el sector está bien ejercido.





6.- Sáltate al vendedor y pide entrevistarte con el dueño de la marca

El vendedor de franquicia no es más que un “bróker”, sabiendo eso, casi todos los vendedores tienen como objetivo principal venderte a costa de lo que sea. En ese proceso te pueden prometer cosas que no se cumplen porque no está en su poder hacerlas válidas. Por eso siempre entérvate con el dueño de la marca, recuerda que al final de cuentas, la relación por los próximos años la vas a tener con él, no con quien te vendió.

7.- Pide hablar con otros Franquiciarios que ya estén dentro del sistema de franquicia al que te quieres unir.

Si es posible conocer a todos, conócelos a todos. Sería normal que a algunos les vaya bien y a algunos no tan bien, incluso que algunos estén por cerrar porque no funcionó. Tú deberías de buscar saber de primera mano, cómo es estar dentro del sistema de franquicias. Si esta información te la niegan, velo como un foco rojo y mejor piensa en otra marca.

8.- Pregunta qué mecanismos tienen para la aprobación de ubicaciones

La primera decisión importante es qué franquicia seleccionar, la segunda decisión más importante es dónde abrir, por eso este punto es tan importante. Entre más elementos tengan para aprobar una ubicación, mejor será tomada esa decisión, a veces las franquicias pueden cerrar porque están mal ubicadas, no porque sean malos modelos de negocio.

9.- Pide una COF (Circular de oferta de franquicia) o DIOF (Documento Informativo de Oferta de Franquicia)

Este documento es un resumen de las cláusulas más importantes de la parte legal del sistema. Léelo con dete-



nimiento y resuelve todas las dudas que llegaras a tener respecto al contenido de este. No esperes que le cambien a alguna cláusula, te aseguro que todas tienen un por qué, sólo que te lo expliquen. Si la franquicia que pretendes no tiene ninguno de estos documentos, descártala.

10.- ¡No urge!

Un proceso de otorgamiento de franquicia decente deberá tardar entre 2 y 6 meses, no hay prisa, hay muchas cosas que tienes que verificar a lo largo de ese proceso. Te tienen que conocer y tú los tienes que conocer para ver si todo está en orden y hasta para saber si hay química de trabajo entre las personas que estarán en una relación de 5 años. Tómame tu tiempo y lleva este proceso con calma. Y por favor no firmes nada y no pagues nada en la feria, eso es lo peor que puedes hacer...

Espero que estos 10 puntos te sean de mucha utilidad para elegir de la mejor forma posible el modelo de negocio al que te vas a meter por los próximos 5 años (o más). Recuerda que esta decisión es muy importante, dale tú mismo(a) la importancia debida y lleva el proceso con calma.

Pregunta todo, acércate a otros Franquiciantes, pide que te cuenten las historias de terror de las franquicias, no te dejes engañar con el cuento de que en las franquicias nadie pierde porque son sistemas garantizados, toma en cuenta que no dejan de ser negocios y en los negocios nada es garantizado.



FRANQUICIAS

Búscanos cómo
Crepelandia



A partir de \$500,000, mxn
INVERSIÓN

Modelos de operación

Isla

Local



Para mayor información al correo miasesor@interfranquicias.mx

*Los montos de inversión se calculan de acuerdo a un proyecto modelo para unidad estándar y podrán variar una vez determinado el proyecto definitivo de acuerdo al sitio propuesto y las condiciones de la ciudad y el local seleccionado

Una franquicia como caída del cielo

DESDE EL COMIENZO DE SANTAS ALITAS EN 2011, HUGO MAGAÑA, ARTURO MARTÍN DEL CAMPO Y JORGE DE LA TORRE, HAN LOGRADO EXPANDIR EL NEGOCIO DE LAS ALITAS GRACIAS A SEGUIR FIELES A SU CONCEPTO DE DARLE A LOS CLIENTES LAS MEJORES ALITAS Y SNACKS EN UN AMBIENTE RELAJADO CON LA ESENCIA MEXICANA Y CON PRECIOS JUSTOS.

DE LA MANO DEL ESFUERZO Y TRABAJO EN EQUIPO SANTAS ALITAS SE HA CONSOLIDADO COMO UNA DE LAS FRANQUICIAS MEXICANAS DE MAYOR CRECIMIENTO. CONTANDO CON PRESENCIA EN 14 ESTADOS DE LA REPUBLICA EN DONDE SE ENCUENTRAN NUESTRAS 70 SUCURSALES.



¡Dos modelos de franquicia!

Modelo Express

CUOTA DE FRANQUICIA
\$ 220,000

INVERSIÓN APROXIMADA \$ 571,815

Modelo Express

CUOTA DE FRANQUICIA
\$ 270,000

INVERSIÓN APROXIMADA \$ 853,200

Modelo Restaurante - Bar

CUOTA DE FRANQUICIA
\$ 320,000

INVERSIÓN APROXIMADA \$ 1,586,200

LOS APOYOS

- APOYO Y SELECCIÓN DEL LOCAL.
- CAPACITACIONES INICIALES Y CONTINUAS.
- APOYO EN PRIMER PLANTILLA DE PERSONAL.
- ESTUDIO DE MERCADO.
- PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES.
- DISEÑOS PERSONALIZADOS.
- KNOW HOW DE TODA LA OPERACIÓN.
- SIN COSTO LA RENOVACIÓN DE CONTRATO.
- SUPERVISIÓN Y ASESORÍA CONTINUA.



¡ÚNETE A LA FAMILIA!

MÁS DE **70**
SUCURSALES



- CHIHUAHUA
- COAHUILA
- SINALOA
- AGUASCALIENTES
- JALISCO
- GUANAJUATO
- EDO. MEX
- CDMX
- PUEBLA
- PACHUCA
- VERACRUZ
- TABASCO
- MICHOACÁN
- MORELOS
- QUERÉTARO



Contacto
☎ 33 2497 8477
FRANQUICIAS@SANTASALITAS.COM





Por Allan José Parra Vargas
Director Ejecutivo de EMPORIO
LEGAL®

direccion@marcasyfranquicias.org

Evita fraudes ¿Cómo saber si una franquicia es confiable para invertir?

Cuando asistimos a una Feria de franquicias con la intención de invertir en alguna de ellas, nos “bombardean” con un sinnúmero de información y propuestas, pero, ¿cómo asegurarme que esa franquicia no es una falacia? ¿Cómo saber si mi dinero será invertido en una franquicia confiable? ¿Si será redituable? ¿Cómo verificar que el que me ofrece su franquicia tiene los derechos de marca? ¿Cómo saber si quien me ofrece esa franquicia verdaderamente cuenta con un proyecto exitoso y replicable? ¿Cómo evito fraudes?

Para responder a esas u otras interrogantes, como primer punto debemos asegurarnos que quien nos otorga la franquicia efectivamente es el titular del **registro marca-rio**, así como que cuenta con las **facultades para otorgar franquicias**. Lo anterior puedes verificarlo en las páginas del instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) denominadas MARCIA: <https://marcia.impi.gob.mx/> y/o MARCANET: <http://acervomarcas.impi.gob.mx/marcanet/>, en las cuales puedes realizar búsquedas ya sea por el nombre de la marca, nombre del titular, clase, número de expediente y número de registro, o bien y para una interpretación certera de los resultados obtenidos, acudir con tu despacho especializado en Propiedad Intelectual. Resulta increíble, pero cierto, como en Ferias de Franquicias se ofertan negocios sin contar con una marca registrada, o bien, el titular ni siquiera cuenta con las facultades para ello, por citar un ejemplo, porque su titular es una persona física que nunca otorgó una licencia de uso a la Persona Moral que está actualmente otorgando franquicias, lo cual puede resultar en una inexistencia del acto jurídico en cuestión.

Una franquicia confiable no debe omitir informarte acerca del tipo de franquicia a otorgar, pudiendo ser **exclusiva o no exclusiva**. La diferencia entre ambos términos,

oscila en si el franquiciante otorgará únicamente a un solo Franquiciatario su modelo de negocio o existirán otros que también compartirán el modelo de negocio. De este punto se deriva otra incógnita a resolver, y es la definición del **territorio o zona geográfica** perfectamente definida donde operará la franquicia otorgada. Punto crucial para evaluar la conveniencia, ya que un territorio muy pequeño puede derivar en la “canibalización” de la franquicia disputándose la clientela entre los mismos Franquiciatarios.

Las **contraprestaciones** deben ser muy claras, te deben explicar muy bien la **cuota inicial** a pagar, así como el monto de inversión, y, en su caso, si el **monto de inversión** ya incluye la **cuota inicial**. La **cuota inicial** es la cantidad que pagas por el derecho a ser parte de la red de franquicias y la **inversión inicial** se compone de las diversas erogaciones que tendrás que hacer por adecuación del local, inventarios, mobiliario y equipo, etcétera. Los importes de **regalías** podrán estar definidos en porcentaje o montos fijos, incluso en ciertos casos puede ser que no te cobren **regalías**, pero te obliguen a adquirir una determinada cantidad de productos cada determinado tiempo. Finalmente, hay un tercer concepto que debe quedar establecido para **fondo de publicidad institucional o local**, la cual consiste en los montos, ya sean por porcentaje o fijos, que deberán ser destinados al corporativo para ser empleados en publicidad regional o nacional, o, en su defecto, lo que deberás tú demostrar que inviertes en publicidad en tu territorio asignado.

Las **Asistencia Técnica** que deberá brindarte el Franquiciante es imperante que te lo puedan explicar de forma clara y precisa. Una franquicia que no brinda asistencia técnica suficiente, se convierte en un riesgo inminente de fracaso para el Franquiciatario. Entre otros conceptos, la asistencia técnica se compone de apoyo y asesoría





en: localización de unidades, programa de preapertura capacitación (transferencia de tecnología), compras y abastecimiento, control de operaciones, mercadotecnia, publicidad, administración y finanzas, actualización de manuales, tecnologías de información, seminarios y convenciones, nuevos productos o servicios, tropicalización, auditorías y retroalimentación permanente.

Otras preguntas que te sugiero realizar cuando te entrevistes con un posible Franquiciante del modelo de negocio que consideres como opción para invertir, son: ¿Qué despacho de consultoría les apoyó a desarrollar su Sistema de franquicia? Porque existen despachos acreditados por organismos como la AMF o el Instituto Latinoamericano de la Franquicia (ILAF), los cuales se comprometen a desarrollar modelos conforme los más altos estándares internacionales. ¿Son socios de la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF)? Porque para ser socio una franquicia debe cumplir con ciertos requisitos, y aunque no es una garantía de éxito, si es un filtro importante. ¿Tiene una Circular de Oferta de Franquicia? ¿Cuál es el proceso de otorgamiento de su franquicia? ¿Tienen desarrollado un Análisis Financiero de la franquicia? ¿Cuántos modelos de franquicia tienen? ¿Cuál es la diferencia entre esos modelos? ¿Cuál es la inversión para cada modelo? ¿Qué incluye? ¿Qué necesito para montar mi franquicia? ¿Puedo elegir la ubicación? ¿Quiénes serán mis proveedores? ¿Tienen comisariato y/o centro de distribución? ¿Cómo funcionaría? ¿Cuál es

el perfil de Franquiciatario que se requiere? ¿Tengo que operar yo la franquicia? ¿Cuáles son las ventajas competitivas? ¿Qué capacitación me ofrecen, cuánto dura y quién deberá tomarla? ¿Cuáles son los manuales que incluye la franquicia? ¿Cuál es la plantilla de personal que necesito? ¿Cuántas visitas de supervisión me van a realizar? ¿Tienen algún costo? ¿Qué duración tiene el contrato? ¿Cuál es el Retorno de Inversión? ¿Me cobras por una renovación de contrato? ¿Cuánto? ¿Cuáles son los gastos operativos promedio (RH, renta de local, gastos de operación)? ¿Cuáles son los ingresos promedio? ¿Margen bruto promedio? (utilidad bruta) ¿Cuántas unidades tienen operando? ¿Dónde están? ¿Tendría objeción en que me entrevistara con sus Franquiciatarios?

Finalmente, debes ser conciente que, el éxito de una franquicia depende de diversos factores, no hay una garantía que te asegure su éxito, pero si logras investigar a detalle, con los tips que te acabo de presentar, es muy probable que evites caer con franquicias que pudieran representar un riesgo a tu patrimonio.

*Asesórate con tu despacho
especialista en franquicias, eso
puede marcar la diferencia*





DIAGNÓSTICO DE PROPIEDAD INTELECTUAL GRATUITO

CONSULTORÍA ESPECIALIZADA EN PROPIEDAD INTELECTUAL,
DESARROLLO DE FRANQUICIAS Y NEGOCIOS.

CONVIERTE TU NEGOCIO EN FRANQUICIA



ESTRUCTURACIÓN LEGAL.



MANUALES DE ESTANDARIZACIÓN



PLAN DE NEGOCIOS Y CRECIMIENTO ESTRATÉGICO.



SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN
Y ASISTENCIA TÉCNICA A FRANQUICIAS.

SERVICIOS:

DESARROLLO DE
FRANQUICIAS

TIENDA DE FRANQUICIAS Y
NEGOCIOS

REGISTRO DE MARCA

PATENTES

DERECHOS DE AUTOR

AUDITORIA DE SECRETOS
INDUSTRIALES



Obtén el **control total** de tu restaurante con **Soft Restaurant®**

Es el software para restaurantes ideal para cualquier tipo de negocio del ramo de alimentos y bebidas, ya que se adapta a las diferentes necesidades del usuario, permitiéndole tomar el control de las áreas más importantes de su negocio.

Ahora **MÁS EQUIPADO** que nunca con su **NUEVA VERSIÓN 10**.



Control de Inventario

Evita pérdidas y desperdicios, con el control de inventarios y recetas de tu restaurante, **podras detectar posibles fugas de dinero y maximizar tus utilidades.**

Add Ons

Potencializa tu sistema con todos nuestros add ons, ya sea la plataforma de **delivery**, **comandera móvil**, **menú digital** o **QR**, entre otros, para llevar tu restaurante a un nuevo nivel.

Facturación electrónica

Factura desde tu sistema o con el portal de Autofactura que te ayudará a **brindar un mejor servicio**, permitiendo que tus clientes facturen con su ticket desde cualquier lugar.*

**Válido solo en México.*

Integraciones

En Soft Restaurant® trabajamos con los mejores proveedores de tecnología y nos integramos a sus soluciones para **brindarte funciones adicionales** que harán tu sistema más completo.

- Smart Payments*
- CoDi*
- NetPay*
- CashDro*
- Ordatic*
- Sr. Pago*
- Mercado Pago*

**Aplican restricciones y políticas.*

CONOCE MÁS EN: **SOFTRESTAURANT.COM**

○ solicita una demo a **ventas@nationalsoft.com.mx**



Por Julio José Seneor
CEO SENEOR LAWYERS
CEO FRANQUICIAS LATAM
julioseneor@seneorlawyers.com
jseneor@franquiciaslatam.co
www.franquiciaslatam.co
www.seneorlawyers.com

La tecnología y la innovación los grandes aliados de la inversión

Alguna vez alguien me dijo: “la franquicia es un negocio de viejos” y entre otras reflexiones pensé, cómo le podemos meter tecnología e innovación a la franquicia para que no sea un negocio “de viejos”, semanas después apareció en el periódico local un aviso en el que invitaban a las personas a presentarse en un concurso de ideas innovadoras denominado “Innovación: La Locomotora de la Economía Colombiana”. Al verlo me dije, que buena idea solicitarle al gobierno su apoyo para hacer un nuevo portal de franquicias.

Años antes había dirigido un portal de clasificados de franquicias en el cual buscábamos que personas del común buscarán franquicias en las cuales invertir, este era un portal como cualquier otro de los que usted encuentra hoy en el mercado y que le indican algunas franquicias disponibles y le invitan a contactarlos sin mayores consideraciones, en este portal logramos generar algo así como 25 mil contactos, cifra absolutamente gigantesca pero absolutamente inmanejable. Cómo contactar a 25 mil potenciales inversores, si para hacer un contacto efectivo se debe hacer una media de 7 llamadas, tocaba conseguir un call center grandísimo para poder medianamente hacer la tarea. Llegamos a la triste conclusión que de esos 25 mil contactos eran serios y viables no más del 1%, podría parecer poco, pero el 1% de 25 mil son 250 potenciales y serios inversores, encontrarlos resultaba tan complicado como buscar una aguja en un pajar; pero había que hacerlo. Así fue que le propusimos al gobierno hacer un portal de internet automatizado para que por medio de algoritmos nos ayudara a encontrar a ese inversionista realmente deseoso de una franquicia y nos evitará tener que buscarlo entre los 25 mil contactos.

Fuimos una de las 104 empresas seleccionadas entre más de 4 mil. El gobierno colombiano, a través de Colciencias, nos asignó a la consultora de innovación Israelí Penza, empresa de gran renombre internacional, con ellos iniciamos un proceso de innovación del más alto nivel y así creamos una herramienta especializada en *lead generation* o generación de contactos a través del portal denominado www.franquiciaslatam.co.

En este portal la tecnología e innovación interactúan de manera directa con el inversionista y la franquicia disponible.

Por medio de un algoritmo especializado y mediante un pequeño test logramos hacer un *match* o un encuentro entre el perfil deseado por el Franquiciante y el perfil del inversor, no sin antes haber filtrado de forma eficiente el contacto o *lead*. De esta forma logramos encontrar a esos potenciales 250 inversores reales sin el desgaste de haber filtrado más de 24.750 contactos inútiles.

De igual forma, la herramienta ayuda eficientemente al inversionista a encontrar el negocio disponible que más se adapta a su perfil, sus posibilidades financieras y sus gustos, lo que nos ha llevado a encontrar Franquiciados agradecidos y felices con sus negocios.

Este portal puso a la franquicia en el más alto nivel del mundo al haber sido escogido entre más de 10 mil empresas para participar en el año 2019 en Collision, el más importante evento de startups de tecnología a nivel mundial el que se llevó a cabo en Toronto, donde demostramos cómo la tecnología puede ayudar a la generación de nuevos negocios en el ecosistema de la franquicia.

Adicionalmente llegó a la semifinal del Latinamerican startup contest, donde nos medimos con varias de las más importantes startups del continente y logramos demostrar la fortaleza y utilidad de nuestro portal.

En 2020, llega la pandemia y con ella la recesión, las dificultades de las cuales Colombia no fue ajeno y tampoco lo fue el ecosistema de las franquicias que resultó seriamente afectado; hacia finales del año el gobierno, a través del Ministerio de las Tecnologías, buscando ayudar a la reactivación empresarial efectuó la convocatoria al programa retos 4.0 que busca crear retos para ser solucionados en base a tecnologías 4.0.





Decidimos que queríamos que nuestro portal www.franquiciaslatam.co tuviese esos elementos de tecnología 4.0 y decidimos participar de esta nueva convocatoria, saliendo nuevamente convocados y obteniendo así los recursos necesarios para la creación de nuestro nuevo portal www.franquiciaslatam.com (estará disponible en septiembre de 2021). Con este portal buscamos llegar de una manera más efectiva y casi en tiempo real al inversionista que desea comprar su franquicia.

En esta herramienta logramos integrar varios conceptos como lo son un asistente virtual con inteligencia artificial llamado Franky que guiará al inversionista a través de todo el proceso, este asistente virtual nos ayuda a segmentar el perfil del inversionista con las franquicias disponibles a este perfil y nos ayuda a responder dudas sobre el mismo. Así mismo, por medio de un mecanismo de *machine learning* se facilitará y optimizará las recomendaciones sobre las franquicias disponibles. Tendremos una experiencia inmersiva de 360 en el local de la franquicia para que el inversor pueda, de manera real y efectiva, conocer el negocio en el que quiere invertir, esta visita en 360 le va a permitir al Franquiciante mostrar de forma real su negocio y casi hacer una exhibición virtual permanente del mismo, llegando a más inversores y minimizando sus costos de mercadeo de la franquicia, ya que esta visita 360 genera una importante conexión emocional con la marca franquiciada. Adicionalmente va tener una generación real de data filtrada mediante procesos de automatización que, de manera inmediata, le permitirá al Franquiciante tener conocimiento del inver-

sor interesado en su negocio para que sea atendido de forma rápida y eficiente. Y tendrá todas las herramientas de comunicación para que sea más eficiente su interacción con el usuario.

Estas herramientas nos demuestran cómo por medio de la tecnología es más fácil para las franquicias llegar a ese inversionista deseado y cómo ese inversionista puede llegar de manera segura y eficiente a buscar la franquicia que más se adapta a su perfil y a sus posibilidades económicas

Estas nuevas tecnologías aplicadas a las franquicias nos llevan a la conclusión que **hoy en día la franquicia "no es un negocio de viejos"**, por el contrario, es un negocio cada día más joven y novedoso que invita a los jóvenes a sumarse a este ecosistema que actualmente es la opción más segura de inversión.



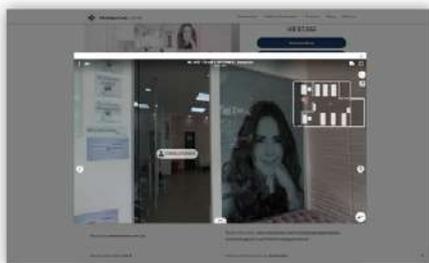
Buscas Crecer tu Red en el Mercado Colombiano?

Colombia es la 4ta economía más grande de Latam por PIB, con una población de más de 50 millones.

A través de Machine Learning, Inteligencia Artificial & Realidad Aumentada, te ayudamos a conseguir leads e inversionistas altamente cualificados. Hemos ganado 2 convocatorias de innovación con el BID y el Ministerio de Tecnología de Colombia.



CHATBOT INTELIGENTE



RECORRIDOS 360 INMERSIVOS



CONTENIDOS MULTIMEDIA

Nuestra Red te Apoyará.



**Comercialización
de Franquicias**



**Estructuración
de Franquicias**



**Expertos Legales
en Franquicias**

TIPS PARA PARTICIPAR EN FERIAS DE FRANQUICIAS

Parece que todo está dicho en cuanto a recomendaciones para una feria, pero mejor toma en cuenta estos datos rápidos que tal vez no habías considerado.

FRANQUICIANTE

Olvídate de las muestras. Vas a tratar con inversionistas, no con el cliente final, y al inversionista lo que le interesa es generar riqueza. Si regalas producto, te llenarás de gente que solo pasea y que es capaz de fingir interés por obtener algo gratis y alejarás al verdadero candidato potencial que busca un negocio serio.

Desde antes de la Feria busca a tus posibles candidatos, haz publicidad en tus medios para avisar que estarás en el evento y genera citas. No llegues "a ver qué cae", sino a formalizar relaciones.

FRANQUICIATARIO

Aunque ya tengas tu franquicia, el aprendizaje y crecimiento no termina, y es tu responsabilidad formarte como empresario.

Aprovecha y asiste a las conferencias, y por qué no, ofrece a tu Franquiciante compartir tu experiencia o testimonio a los otros visitantes.



INVERSIONISTA

La Feria es para ti, eres el invitado especial de esta gran fiesta, así que prepárate adecuadamente. Infórmate, lee esta revista con detenimiento y optimiza tu tiempo en el evento ¿cómo? Actuando como si compraras un carro: no vayas a Ferrari si no está en tu presupuesto, no veas los automóviles utilitarios si quieres un auto familiar. Ten claro tu presupuesto, giros de interés, tiempo a dedicar y enfócate en las opciones que empatan.

Prepara las preguntas clave iniciales:

1. Cuánto será la inversión total, considerando depósitos, capital de

trabajo, etcétera.

2. ¿Qué soporte y asistencia técnica te darán y cómo?
3. ¿Cuánto tiempo te darán capacitación, dónde, cómo y quién?

Recuerda que ellos están seleccionando a los mejores candidatos, así que llega dispuesto a brindar tu información -y generalmente es primero la tuya, antes que la de la franquicia- para que te evalúen, así que, con mayor razón, solo hazlo con quien realmente te interesa llegar a cerrar un trato.

**LAS FERIAS SON ESPACIOS PARA
GENERAR NEGOCIOS, NO ESCAPARATES
DE TIENDAS DEPARTAMENTALES.
ENTENDIENDO NUESTRO ROL, PODREMOS
HACER EXPERIENCIAS MÁS PRODUCTIVAS.**

En el INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA FRANQUICIA contamos con mediadores expertos en franquicias, acércate a nosotros y resuelve tus conflictos de forma rápida, justa y económica.

¡JUGUEMOS SERPIENTES Y ESCALERAS MIENTRAS VISITAMOS LA FERIA!



Solo necesitas un dado, un compañero, un par de fichas y mucha suerte para ser el ganador.

21 Consulto con la familia	22 Me apoyo con expertos	23 Tomé una decisión apresurada	24 Continuo el proceso después de la feria	
20 Asistí a las conferencias	19 Analizo la información y comparo	Sólo tomo folletos de lo que me interesa	17 Traje a pasear a los niños	16 No me formo en cualquier muestra gratis
11 Ubico en el mapa las marcas de interés	12 Recorro los pasillos y observo	Atiendo las citas que hice previamente	14 Por ningún motivo uso chequera, tarjeta o token	15 Pregunto y también respondo sobre mí
10 No investigué antes de venir	9 Dispongo del tiempo necesario para el evento	Busqué la ayuda necesaria	7 Imprimo mi gafete	6 Reviso la información que me envían
 INICIO	2 Viene la Feria de Franquicias	3 Aparta la fecha en tu agenda	4 Investiga lugar, precios, ponentes	Me pre-inscribo

QSR BOLIVIA SRL. ES UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN "ESTRATEGIA" Y "FRANQUICIAS". EN TORNO A ESTOS DOS GRANDES TEMAS, PROPORCIONA SERVICIOS DESDE CUATRO ÁREAS: »EL ASESORAMIENTO »LA CONSULTORÍA »LA REPRESENTACIÓN »LA DISTRIBUCIÓN.

1 > UNIDAD DE ASESORAMIENTO

Estrategia Corporativa y Plan de Negocios - Expansión y Crecimiento - Modelo Financiero; Comercial; Administrativo y de RRHH - Modelo de Franquicia - Nuevos Negocios - Otros temas.

2 > UNIDAD DE CONSULTORÍA

Diseño de la Estrategia Corporativa - Diseño del Plan de Negocios - Diseño, Desarrollo e Implementación del Modelo de Franquicia - Programas de Capacitación y Entrenamiento - Otras actividades.

3 > UNIDAD DE REPRESENTACIONES

Participación y Representación de Marcas en Ferias Internacionales de Franquicias - Búsqueda y Selección de Franquicias para Operadores o Inversionistas - Búsqueda y Selección de Franquiciatarios para Marcas Franquiciantes - Organización de Eventos Académicos y/o Empresariales.

4 > UNIDAD DE DISTRIBUCIÓN

Facilita la provisión de Productos a Cadenas importantes de Farmacias y Supermercados en Bolivia. A su vez, para aquellos productos reconocidos en el mercado, que cuentan con respaldos de calidad y garantía, gestiona su representación y promueve el acceso a estas Cadenas.

PREGÚNTALE AL ZAR



Pregúntale al Zar de las Franquicias y #notedejessorprender

¿Y CUÁNDO RECUPERO MI INVERSIÓN?

La inversión en franquicias no es muy diferente de la inversión en cualquier otro modelo de inversión, como por ejemplo depositar tu dinero en el banco o comprar una casa o cualquier otro instrumento de inversión.

Pongamos como ejemplo que tuviéramos un millón de pesos para invertirlo en algo. Si ese millón de pesos lo metieras al banco ganarías el 4% de rendimiento anual sobre tu inversión, es decir \$50,000 pesos. Y entonces, ¿en qué momento recupero mi inversión? Pues cuando sacas tu dinero del banco, mientras no lo saques, no recuperas tu inversión. Otra cosa es que ese millón de pesos, si no lo tocas, seguirá produciendo, y si los rendimientos no los tocas, “juntarás” y no “recuperarás” otro millón en el tiempo. Dicho sea de paso, que ese millón se depreciará o aumentará su valor en relación con la inflación y otros factores económicos.

Entonces, basado en esta analogía, si tú compras una tintorería, tus activos y la inversión en remodelación ahí están invertidos y te producirán (si los trabajas duro) \$20,000 mensuales, lo cual es el 2% mensual y el 24 anual. La mayoría de las franquicias que estés analizando te dirán que “recuperas tu inversión” en un plazo de 24 a 36 meses.

Por eso, cuando la gente me dice “¡ah! eso es muy poquito, yo pensé que dejaba más”, pienso, ¿más comparado con qué? ¿O con qué instrumento de inversión? O de plano no entendemos muy bien cómo funciona el tema de los

rendimientos o de plano les pregunto qué negocio produce más de 25% anual, porque entonces el que está en el negocio equivocado soy yo.

En lo personal, me parece que podemos confundir al inversionista que no es experto en el tema financiero, con rendimiento y período de recuperación (que no es lo mismo que Retorno de Inversión, ese es un error común, la gente pregunta por el ROI y lo que buscan es un Período de recuperación, si les das el ROI no tienen la menor idea de qué significa). Yo te sugeriría dar una explicación más clara de los temas.

Yo, la verdad, cuando alguien me pregunta esto, siempre contesto que no sé, que no tengo una bolita mágica para saberlo. Y desconfío mucho de la gente que da números al aire, se me hace hasta cierto punto irresponsable.

¿Cómo puedo saber cuándo y cómo se va a comportar su negocio? Depende de una cantidad infinita de factores, muchos de ellos externos a nosotros.

¿EN QUÉ ME FIJO AL RENTAR UN LOCAL?

El contrato de arrendamiento es un elemento más que puede poner en riesgo tu inversión. El Franquiciante seguramente te ayudará con la negociación (si es un Franquiciante serio), pero siendo tú el responsable de rentar el local, necesitas verificar los aspectos que te pueden causar problemas futuros.

El aumento anual de la renta debe quedar estipulado dentro del contrato, para evitar discusiones y posibles acciones ventajosas por parte del dueño del local. Si al negocio le empieza a ir muy bien y no tienes estipulado en el contrato de cuánto será el aumento, el arrendador puede querer aprovecharse. De la misma forma, debe contemplar las condiciones de renovación para disminuir la posibilidad de perder el local cuando estas teniendo éxito.

Del lado opuesto, si la situación se torna mala y ya no es posible permanecer en el local, cuáles serán las penalizaciones para dejar el local antes del plazo pactado. Intenta tener una cláusula de salida, sobre todo si la debacle del negocio se da por causas ajenas al mismo, como una obra gubernamental que dure más de lo previsto.

Si las condiciones estructurales del inmueble se deterioran y es necesario darles mantenimiento, ¿quién será el responsable de los gastos?, debe quedar claro en qué casos tú serás el único responsable, en cuáles los gastos serán compartidos y en cuáles serán pagados por el arrendador.

Si el local se encuentra dentro de una plaza comercial las restricciones de horario pueden interferir con la operación del negocio, verifica los horarios de acceso para empleados, para los estacionamientos y para clientes. Verifica que sea posible obtener los permisos de operación para el giro de negocio y que el espacio de almacenamiento sea suficiente para la operación, o las alternativas disponibles para el resguardo de los productos.

¿PONGO UNA FRANQUICIA O PONGO MI PROPIO NEGOCIO?

¿Cuál es la conveniencia de iniciar un negocio de manera independiente versus iniciarlo al amparo de una franquicia? Uno de los principales cuestionamientos que se hace un emprendedor al iniciar su negocio es si emprende por su cuenta o adquiere una franquicia, y la verdad es que depende tu perfil, tus gustos y lo que quieras para tu futuro; lo cierto es que el iniciar un negocio por tu cuenta

hoy en día en que todo o casi todo está inventado y en que la competencia afuera es brutal, requiere más de un plan de negocios elaborado en una incubadora en donde los que te enseñan nunca han tenido un negocio.

Yo creo que si te quieres ir por tu cuenta debes tener dos temas perfectamente claros, la primera es definir perfectamente un nicho de mercado; necesitas definir a quién le vas a vender y por qué el cliente te va a preferir sobre tu competencia, es decir, en que cancha vas a jugar, y por otro lado, contar con un producto diferenciado (ya no queremos más cafeterías de pastelitos por favor); si tienes esto perfectamente definido y la lana para conseguir un gran local donde posicionar tu marca y los contactos para conseguir dicha ubicación, lánzate y aun así veremos qué pasa en un año, si es que todavía existes.

Por otro lado, al amparo de una franquicia, ya hay un camino andado, una marca reconocida por el cliente y una manera de hacer las cosas que ya ha sido probada en la práctica.

Un señor puede entender mucho de un tipo de comida y decide montar un negocio. Si lo monta en solitario puede que haga la mejor comida del mundo, pero el desconocimiento de técnicas de mercadeo, ventas, trato con empleados, imagen, contabilidad, etcétera, harán que le sea muy difícil levantar el negocio y el riesgo de fracaso es muy alto. Sin embargo, adhiriéndose a una Franquicia, podrá dedicarse de lleno al funcionamiento diario de su negocio, mientras que el Franquiciante se preocupará de investigar nuevos productos, suministrarle regularmente información sobre proveedores, estadísticas de venta, hacer campañas de publicidad y otras actividades imprescindibles para el buen funcionamiento del negocio.



¡DESCARGA YA!
www.interfranquicias.mx



La fórmula de la franquicia



Aquí encuentra la franquicia de tu vida



ilaf

Instituto Latinoamericano de la Franquicia



franchising company®

**DESARROLLO Y COMERCIALIZACION DE
FRANQUICIAS & LICENCIAS**



FRANCHISING COMPANY S.R.L.
Honduras 4613 | Palermo Soho | 1425BUM Buenos Aires, Argentina.
info@franchising-company.com | (+5411) 4831-4641



Por Ma. Antonieta Escobar
Santa Ana

Experta en asistencia técnica,
calidad y sistemas de gestión.
aescobar@sagittafocus.com.mx

¿Cómo encuentro mi franquicia?

Cuando estamos en busca de una inversión, las franquicias pueden parecer una forma segura de invertir, con garantía de éxito y con todas las herramientas para trabajar poco y ganar mucho...

¡Nada más alejado de la realidad!

Número 1: No hay negocio seguro

Es cierto que una franquicia tiene cierto grado de certidumbre por el tiempo que tiene en el mercado, la experiencia ganada, el prestigio y el control de sus procesos administrativos y operativos; sin embargo, habrá que preguntarse ¿lo tiene?

El primer elemento en la decisión de compra de una franquicia es indagar con especialistas el estado de la franquicia, revisar que sus números sean sanos, sus procesos administrativos y operativos se gestionan con orden, documenten suficientemente su actividad, además de observar las tendencias del mercado hacia el giro empresarial de la franquicia. Hacer un análisis financiero sobre el grado de inversión que representa y el tiempo de recuperación. Reconocer el prestigio de la empresa más no de la marca, ya que esta última seguramente lo tiene porque la conocemos y nos interesa.

Número 2: No hay garantía de éxito

Absolutamente todos los negocios pueden o no funcionar, ya que su éxito depende de variables que pueden ser analizadas y valoradas, como son la ubicación, las zonas de influencia, vialidades, afluencia de clientes del perfil esperado, etcétera, pero también variables socioeconómicas y políticas externas, que, en muchos casos, son difíciles de anticipar y de actuar para blindar a la empresa, como cam-

bios en las tendencias del mercado, problemas políticos, ingreso inesperado de competidores, etcétera.

Además, hasta el mejor de los negocios tiene sucursales buenas, regulares y malas. Todos cierran o reubican las que creyeron que serían buenas o al menos regulares y que resultaron malas o muy malas.

El segundo elemento en la decisión de compra de una franquicia es indagar su grado de tecnificación para la selección de sitios, los servicios que ofrecen para la decisión de ubicación y los servicios durante el diseño arquitectónico, selección de materiales y equipos y la puesta en marcha, elementos que deben estar claramente estipulados en el contrato de adhesión. Lo anterior para reducir el riesgo de variables de control interno.

Número 3: Vender franquicias no es garantía de estructura

Puede parecer absurdo, pero una franquicia no es sinónimo de estructura técnica. Es irónico, pero suele suceder que no cuentan con procedimientos, cadena de suministro, capacitación, mantenimiento, apoyo operativo, investigación y desarrollo para la mejora, mercadotecnia, etcétera, todo lo anterior claramente estructurados y probados.

El tercer elemento en la decisión de compra y el que perdurará a lo largo de la vida de la relación, es el servicio técnico. El contrato de adhesión debe establecer los servicios que se brindarán, la frecuencia y, por supuesto, una cláusula de control por parte del Franquiciatario, ya que, de no existir esta cláusula, el Franquiciante podrá evadir la responsabilidad de la asistencia técnica.

La asistencia técnica es un proceso que consiste, de forma general, en un ciclo de cinco etapas que se repiten a lo largo de la relación.





Etapas de la asistencia técnica



1. Identificación de necesidades, cada Franquiciario tiene diferente nivel de experiencia, unos tienen experiencia en la operación de otras franquicias, otros son empresarios y conocen el mundo de los negocios, otros conocen el giro del negocio y otros son inversionistas entusiastas deseosos de desarrollar un negocio. La asistencia técnica debe incluir un análisis de las necesidades, punto de partida y grado de apoyo que se debe ofrecer.
2. Guía documental, el objetivo de la asistencia técnica debe de ser, lograr la autonomía del Franquiciario; para ello, los procesos deben estar documentados, accesibles al nivel de comprensión de quienes los van a usar y correctos.

3. Asesoría especializada. Hasta hoy, no existen “todólogos” el Franquiciante debe contar con especialistas de las diferentes áreas y/o empresas de apoyo expertas. La cadena de suministro debe estar resuelta, el Franquiciante debe contar internamente o a través de compañías de logística rutas y frecuencia de abasto definidas, así como un catálogo de mercancías que deben ser suministradas al Franquiciario y aquellas que el propio Franquiciario debe conseguir.
4. Supervisión, la asistencia técnica no termina con la puesta en marcha, la supervisión debe estar comprometida por el Franquiciante, estipulado por contrato y con cláusulas de control por parte del Franquiciario.
5. Análisis y mejora, el Franquiciante valiéndose de la experiencia de los operadores de franquicias, debe analizar continuamente el negocio, para generar oportunidades de mejora en cuanto a innovación, desarrollo o mejora de los procesos actuales.

Así pues, elegir una franquicia es per se, un trabajo a profundidad, detallado y riguroso. Tan exhaustivo como la operación misma de una de ellas. ¡Mucho éxito!



ESTAMOS EN TIEMPO
de afilar el hacha



www.pmktconsulting.pe
info@pmktconsulting.pe
51 999 979 820

 **pmkt**
consulting

Lima - Perú

Expertos en franquicia

Que no te desvele tu situación fiscal



CONTADORES Y AUDITORES
ASOCIADOS S.C.

-Más de 30 años de experiencia. Especialistas en PYMES
-Análisis y propuesta de solución para sus negocios.

Bien hecho y a tiempo.

¡LA FRANQUICIA DE ALITAS MÁS GRANDE DE MÉXICO!

BUSCA FRANQUICIATARIOS PARA NUESTROS NUEVOS CUARTELES



ADQUIERE TU CUARTEL REVISEMOS JUNTOS TU PROYECTO

miasesor@interfranquicias.mx

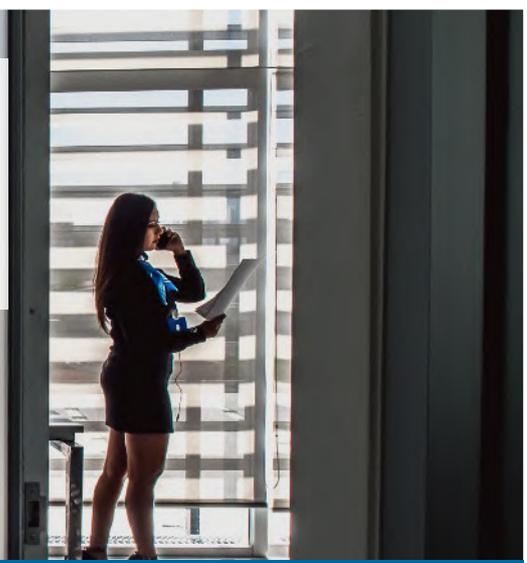
www.wingsarmy.com

- ★ 1^{ER} LUGAR "BEST CREATIVE SPICY SAUCE" EN NATIONAL BUFFALO WING FESTIVAL 2019
- ★ 2^{DO} LUGAR "BEST HOT TRADITIONAL SAUCE" EN NATIONAL BUFFALO WING FESTIVAL 2019
- ★ MEJOR FRANQUICIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 2018
- ★ PREMIO ESPECIAL "SPIRIT FESTIVAL" EN NATIONAL BUFFALO WING FESTIVAL 2018
- ★ 1^{ER} LUGAR "BEST HOT TRADITIONAL SAUCE" EN NATIONAL BUFFALO WING FESTIVAL 2017
- ★ MEJOR FRANQUICIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 2014-2015
- ★ MEJOR FRANQUICIA DEL AÑO Y MEJOR FRANQUICIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 2012-2013





FASTOFFICE



OFICINAS PRIVADAS ■ OFICINAS VIRTUALES ■ SALAS DE JUNTAS

¿Quiénes somos?

Somos una empresa dedicada a la renta de espacios para oficinas, consultorios, despachos y locales comerciales. Siendo líderes en el mercado de renta de oficinas corporativas, dando servicio a empresas y todo aquel que requiera un espacio confortable de trabajo, llegando a ser la mejor opción para reducir costos operativos y administrativos para las empresas.

¿Qué ofrece la franquicia?

Le ofrecemos una inversión con un excelente retorno y seguridad para su dinero, estamos comprometidos a ofrecer a nuestros socios y franquiciatarios una estructura de negocios sólida y confiable al mismo tiempo que cumpla con todos los requisitos que los inversionistas exigentes buscan para sus proyectos de inversión.

BENEFICIOS DE FRANQUICIA

- 01**
NEGOCIO
100%
PROBADO
- 02**
SOMOS
EXPERTOS
EN EL RAMO
- 03**
ASESORÍA
CONSTANTE
- 04**
RÁPIDO
RETORNO
DE INVERSIÓN
- 05**
OPERACIÓN
MUY
PASIVA
- 06**
NICHO EN
AUGE DE
CRECIMIENTO
- 07**
FRANQUICIA
LLAVE
EN MANO
- 08**
KNOW HOW
DE
OPERACIÓN
- 09**
REGALIAS
FIJAS
- 10**
SISTEMA
PROPIO
ERP, CRM

ALCANCE



INVERSIÓN
\$1,500,000.00

Av. Patria 1501
Col. Jardines Universidad,
Zapopan, Jalisco.
CP 45030
33 2303 0977, 33 2001 0890
info@fastoffice.mx



WWW.FASTOFFICE.MX



FASTOFFICEMX



FASTOFFICE



¡SÚBETE A LA OLA FITNESS Y EMPRENDE CON TU PROPIO GIMNASIO!

- Obtén acompañamiento, respaldo y asistencia técnica para facilitarte la operación del negocio.
- El fitness es una de las industrias con mayor **potencial de crecimiento**.
- Crea **comunidades saludables** para ayudar a las personas a alcanzar sus metas.
- Más de 200,000 mexicanos han cambiado su estilo de vida y salud con nosotros.
- Súmate a una **marca global** que opera 70 gimnasios en México y más de 5,000 unidades en 41 países.
- Recupera tu inversión en 40 meses.

TE INVITAMOS A CONTACTARNOS PARA MÁS INFORMACIÓN:

www.anytimefitness.com.mx/franquicias/
miasesor@interfranquicias.mx



Hermes Comunicación

LA PRIMERA AGENCIA ESPECIALIZADA EN FRANQUICIAS Y NUEVOS NEGOCIOS

¿TE GUSTARÍA QUE TU NEGOCIO SALGA EN
LOS GRANDES MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

¿QUIERES QUE TU EMPRESA SEA RECONOCIDA
ENTRE LAS GRANDES O COMO UNA DEL MONTÓN?

TENEMOS PRESENCIA EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE
COMUNICACIÓN A NIVEL NACIONAL Y EN LAS GRANDES
CIUDADES DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA MEXICANA

¡LAS PRINCIPALES MARCAS DE FRANQUICIAS
SON NUESTROS CLIENTES!

¿Y TÚ, QUÉ ESTÁS ESPERANDO?



HERMES COMUNICACIÓN



55 9195 3131

55 8672 2609

EXPO franquicia- 2021

Nueva fecha:

26 - 27

| Noviembre

Cintermex Monterrey

INVIERTE, DESARROLLA Y CRECE

Contacto:

 (81) 83696960

 Info@expofranquicia-t.com

 expofranquicia-t.com

Un evento de 

