REVISTA DEL INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA FRANQUICIA

La fórmula de la franquicia

Transmisión del Know-How con andragogía
Ana Gabriela Zavala Bojórquez

La franquicia como inversión
Diego Elizarrarás Cerda

¿Las franquicias son para todos?
Eduardo F. Poblete Castillo

Por una verdadera cultura de franquicias
Mauricio Jalife Daher

Primero institucionaliza y después franquicia
Roberto Quintero

ilaf Instituto Latinoamericano de la Franquicia

EDICIÓN ESPECIAL

¿CÓMO ELEGIR LA FRANQUICIA ADECUADA?

"Adquirir una Franquicia, una importante decisión de vida, no la puedes tomar a la ligera"

FranchiseZar®
El Zar de las Franquicias

Haz de tu negocio algo más grande

Conoce a los expertos en expansión de negocios y desarrollo de franquicias

Especialistas en procesos innovadores y recursos tecnológicos

franquiciatunegocio

- Consultora líder a nivel nacional
- Más de 20 años de experiencia
- Más de 150 clientes satisfechos

Ponte en contacto con nosotros y realiza nuestro diagnóstico gratuito

33 3647 5050 | 33 36475747 | @franquiciando | @franquiciatunegocio | @franquiciatunegocio | informes@franquiciatunegocio.com

La fórmula de la franquicia radio

Miércoles
DE 5PM - 6 PM

Promo Estereo

Viernes
DE 11AM - 12 PM

ESTRATEGIA INTELECTUAL®

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

FRANCHISEZAR®

EL ZAR DE LAS FRANQUICIAS

¿Quieres tu marca en la fórmula?

Escríbenos a
miasesor@interfranquicias.mx

"ESCRIBIENDO LA NUEVA HISTORIA DE LAS FRANQUICIAS EN LATINOAMÉRICA"

El modelo de franquicia ha demostrado su éxito a nivel mundial para lograr la expansión acelerada de una empresa. El modelo no está en duda, lo que quizá habrá que preguntarse es su adaptación al mercado y al empresario latino.

En Latinoamérica, solo el 4% de las marcas franquiciantes tienen más de 100 unidades o más de 10 años, más del 60% de las franquicias son jóvenes (no han superado el reto 33: son marcas con menos de 3 años franquiciando y menos de 3 unidades); nos encontramos muy lejos de la madurez del sector.

Solo, a través de la capacitación buscando la profesionalización de franquiciantes y franquiciatarios lograremos contar con cadenas más grandes y perdurables.

El Instituto Latinoamericano de la Franquicia (ILAF) ha sido creado con el objetivo de promover y profesionalizar el sector de las franquicias por medio de educación -somos el capacitador en franquicias más grande de la región-, de la recopilación de conocimiento y de la generación de estadísticas certeras.

Como parte de esta misión, hoy iniciamos este maravilloso proyecto de la revista **"La Fórmula de la Franquicia",** que mensualmente estará llevando la experiencia de los líderes del mundo de las franquicias, con temas de actualidad al alcance de tu mano.

Abogados, consultores de negocios, mercadólogos, franquiciantes, franquiciatarios, financieros y más especialistas, con trayectoria de más de 20 años en franquicias y negocios, tendremos el compromiso de compartir contigo, de forma amena y sencilla, los conocimientos prácticos -adquiridos desde las trincheras, no en libros o teoría- que podrás aplicar de forma inmediata en tu negocio o franquicia, para hacer de tu proyecto de crecimiento una realidad.

Acompáñanos cada mes y sé parte activa de la historia de las franquicias en México y América Latina.

Ing. Ana Gabriela Zavala Bojórquez
Directora General ILAF

DIRECTORIO

Jorge Valencia
Presidente

Mauricio Jalife
Secretario General

Ana Gabriela Zavala
Directora General

Eduardo Poblete
Tesorero

Allan Parra
Vicepresidente delegaciones

Roberto Quintero
Hector Alcalá
Consejeros

Cyntia Pérez
Editora

IDEM studio
Diseño

Israel Rosales
Foto de portada

ÍNDICE

6 Mauricio Jalife Daher: Por una verdadera cultura de franquicias

10 Jorge Valencia “El Zar de las Franquicias”: ¿Realmente las franquicias son garantía de éxito?

14 Ana Gabriela Zavala Bojórquez: Transmisión del KnowHow con Andragogía

16 Eduardo F. Poblete Castillo: Ventajas y retos del sistema

18 Diego Elizarrarás Cerda: La franquicia como inversión

21 Pregúntale al Zar

22 Roberto Quintero: Primero institucionaliza y después franquicia

23 ¿Qué tanto sabes de franquicias?

24 Allan José Parra Vargas: Lo que debes saber antes de firma

26 La entrevista del mes: Fast Office

28 Alejandro Garro Cárdenas: ¿Es momento de franquiciar?

30 Ana Paula Ruiz: El negocio de tu vida o una mala decisión

32 Carolina Vega: El rol de la mujer en la franquicia

33 Sabías que…

34 María Antonieta Escobar Santa Ana ¿Cómo encuentro mi franquicia?

37 Miguel Yáñez: Talento humano, elemento relevante en las franquicias

38 Julio C. Morales: 10 pasos para verifica una Franquicia Joven

42 Guido Santillán: ¿Qué debes saber para adquirir una franquicia?

43 Decálogo del visitante a la Feria de Franquicias

44 Capacítate en los mejores eventos

Mauricio Jalife Daher
Escritor, columnista, catedrático y titular del programa de radio "Los Abogados"
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 y se constituyó como el santo grial del comercio minorista en la mente, planes y perspectivas de múltiples empresas y nuevos emprendedores en el país.

A principio de 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 fue el contacto con 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 franquiciatarios maestros eran lastimosos y, de hecho, llevaron al modelo a un punto de crisis a mediados de esa década.

Con 24 años a cuestas y 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 negocio.

Para muchos franquiciantes y franquiciatarios, el desconocimiento de qué es una franquicia les conduce, inexorablemente, al fracaso

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”, es decir, una adaptación a las condiciones locales del mercado.

Los tribunales empezaron a tener los primeros casos de demandas por contratos de franquicia incumplidos, 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 a 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 franquiciatarios 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. En esa época, el mercado de franquicias en nuestro país empezó a mostrar madurez, convirtiéndolo en una aspiración legítima para inversionistas deseosos de emprender un nuevo negocio.

MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA

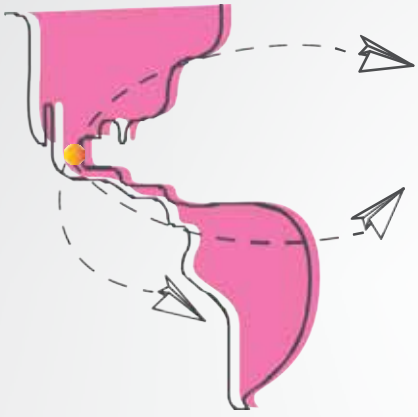
ASESORÍA LEGAL Y ACOMPAÑAMIENTO CONTINUO

CONSULTORES CERTIFICADOS POR ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS

ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS

Nuestros servicios:

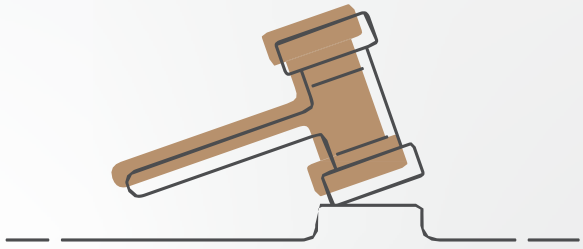
REGISTRO DE MARCAS NACIONALES E INTERNACIONALES



REVISIÓN Y NEGOCIACIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES EN TUS CONTRATOS

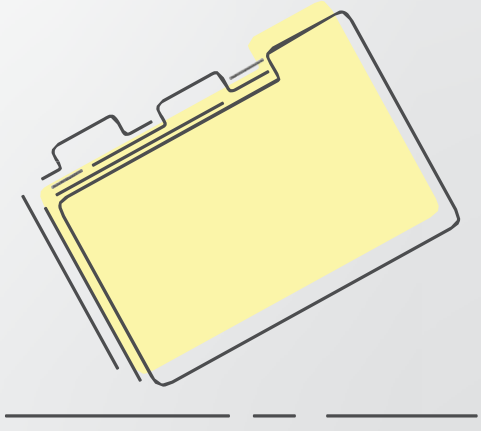
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- **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



FRANQUINET

www.franquinet.mx
Tel. 55 5481 6999
Cel. 55 2561 2819

jalife | caballero

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 asumido 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, 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 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 "Programa Nacional de Franquicias", auspiciado por la Secretaría de Economía, el cual ha permitido apoyar económicamente a diversas empresas para conformarse como franquicias, 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 mayor importancia para la economía de México

La piojería®

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 **23 clínicas en México.**

lapiojeria.com

La Piojería

¿Realmente las franquicias son garantía de exito?

Por Jorge Valencia
Zar de las franquicias
jorge@interfranquicias.mx

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 **"Guia 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 adecué 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.

¡Decídete! 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).

¿Interesado en adquirir una franquicia?

PREGÚNTALE A

FRANCHISEZAR®

#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

Ana Gabriela Zavala Bojórquez
Directora General ILAF
Directora General de
Franquiciatunegocio
gzavala@franquiciatunegocio.com
Teléfono: 33 3647 5050

Transmisión del Know How con Andragogía

Una franquicia es un modelo de negocio que permite a inversionistas obtener el uso de una marca y la adquisición de un conjunto de conocimientos que representan una ventaja en el mercado generando valor, usualmente conocido como el know How es un elemento indispensable en la franquicia, así que, como inversionista, antes de elegir una marca, deberás comparar, analizar y ponderar este rubro, ya que es el principal valor por el que estás pagando una cuota de entrada. Por tanto, dentro del proceso de adquisición de tu franquicia, investiga cómo la marca te trasmitirá su know How, tanto al inicio, como a lo largo de toda la vigencia del contrato.

"El aprendizaje nunca agota la mente": Leonardo Da Vinci

Los principales instrumentos que utilizan los franquiciantes para la trasmisión del know How, son: **manuales, capacitaciones, videos, asistencia técnica, sistemas de software, entre otros.** ¿Qué manuales recibirás a la firma del contrato? ¿Cómo los recibirás: impresos, en dispositivo digital como disco o USB, en línea o en la nube?

Aunque los manuales pueden llamarse o estar estructurados de forma diferente, deberían incluirse, al menos los siguientes:

- **Apertura de franquicia,** incluyendo todos los trámites, procesos y adecuaciones a realizar para instalar una nueva unidad de la marca, así como los insumos o inventarios, planogramas, proveedores, etcétera.
- **Recursos humanos,** con todos los temas relacionados con la plantilla de personal, desde su reclutamiento, inducción, administración, hasta el término de la relación laboral.
- **Procesos operativos,** el día a día de la franquicia, las actividades y responsabilidades de cada puesto, peguntas frecuentes, etcétera.
- **Otros manuales específicos**, algunos de acuerdo con la naturaleza del giro: corporativo, imagen o identidad gráfica, normas de seguridad e higiene, calidad, construcción o adecuación de local, uso de software, recetarios, mantenimiento, etcétera.

Por cuestiones de confidencialidad, los manuales no te serán entregados sin haber firmado primero el contrato de franquicia. Sin embargo, pide verlos en presencia del personal del franquiciante, y revisa si la forma como están estructurados y escritos parece apropiada para su usuario final: tu empleado o colaborador.

No solo los manuales bastan para transmitir conocimiento, además debes preguntar: ¿Qué capacitación inicial recibirás tú y cada integrante de tu plantilla de personal? ¿Cuándo y cuánto tiempo dura? ¿Dónde y cómo será impartida? ¿Por quién? En caso de rotación de personal, ¿quién deberá capacitar al personal nuevo? Las capacitaciones posteriores, ¿tienen costo adicional? ¿Qué actividades realiza la franquicia para verificar la correcta operación de la franquicia, y en su caso, reforzar la capacitación? ¿Qué procesos sigue para actualizaciones y cambios?

Pregunta al franquiciante cómo están diseñados los materiales y las sesiones de capacitación y revisa que estén basados en Andragogía, esto es, el arte y la ciencia de ayudar a los adultos a aprender.

Tus colaboradores son personas adultas que cuentan con sus propias características y experiencia, por tanto, su proceso de aprendizaje será más efectivo si está adecuado a ellos, no cerrado a un sistema que imita al escolarizado.

La impartición del conocimiento debe ser práctico, flexible, creativo, enfocado a agregar valor y, por supuesto, impartido por personal capacitado y con habilidades para ello; el mejor taquero -dicho sea con todo respeto- puede no contar con las mejores habilidades para enseñarte a hacer tacos.

Investiga y descubre aquella franquicia que cubra efectivamente la trasmisión del know How y haz tu parte: prepárate, lee, coordina a tu personal y aprovecha al máximo el conocimiento, que, como ya dijimos, es por aquello ¡Que vas a pagar!

ANYTIME FITNESS

¡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/

franquicias@anytimefitness.com.mx

Ventajas y retos del sistema

Eduardo F. Poblete Castillo
Consultor internacional y conferencista con más de 20 años de experiencia en desarrollo y expansión de franquicias y réplicas empresariales
epoblete@pobleteabogados.com

Si está interesado en convertirse en un exitoso franquiciatario 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.

Asegúrate de saber esto, 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.

- Investigue sobre el historial de la empresa, no se deje sorprender por la publicidad que le dan o porque la imagen que le presenta es atractiva.
- Interactúe con los demás franquiciatarios sobre sus propias experiencias con la marca y el sistema.
- Considere la competencia que existe en ese sector.
- Cerciórese 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.
- 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.
  - 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 franquicias 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.

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

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!

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

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

La franquicia como inversión

Diego Elizarrarás Cerda
Director General adjunto TC Todo de Cartón
Expresidente AMF Exsecretario General FIAF
delizarraras@tododecarton.com.mx

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, independencia laboral, herencia para los hijos o cualquier otro medio que ayude a mejorar el 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, 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.

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, 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 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 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.

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 mayor rentabilidad. Inversiones tradicionales (bancarias) donde el riesgo es menor, no hay duda que en tiempo y forma estaremos recibiendo la ganancia pactada, sin embargo, por esa misma certeza el nivel de rendimiento será normalmente conservador, 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 favorecer activamente 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, dependen mucho de las

¡Naturalmente...

todo de carton®

...todo en orden!

ZIP'N GO!®

EMPACALO, ENVIALO, MUDALO®

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

Disponible en la Ciudad de México y área metropolitana.

50 años Contigo

estafeta

DHL

ups

REDPACK

FedEx Express

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

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 10 años, evidentemente conservando el inmueble y si todo salió bien, con su respectiva plusvalía. 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, 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 franquiciatario 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 porqué a algunos franquiciatarios les va mejor que otros.

Sin embargo, un negocio es una inversión de riesgo por definición, 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, tanto 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, 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?

PREGÚNTALE AL ZAR

1 Para adquirir una franquicia, ¿debo tener experiencia en el giro?

Carmen Guadarrama C.; Empleada.
Guadalajara, Jal.

Existen franquicias para todo tipo de perfiles. Sistemas en los cuales es mejor no tener una experiencia previa porque los Franquiciantes buscan dejar de lado tus ideas y experiencias de cómo se maneja el negocio y que puedas aprender la manera en que ellos te lo indiquen. Por otro lado, hay sistemas en donde es necesario una experiencia previa en el giro y/o en la forma de administración, para poder operar el negocio, esto depende de cada empresa y su estrategia para aceptar Franquiciatarios.

Todo vuelve a caer en tus gustos y objetivos ¿qué estás buscando? ¿Un autoempleo o un negocio? ¿o el inicio de una empresa multi-unidades?, ¡ojo! Recuerda que no existe respuesta correcta, para cada persona funciona diferente y tú debes decidir si quieres seguir dentro de la actividad que has desarrollado hasta el momento, o iniciar un nuevo aprendizaje.

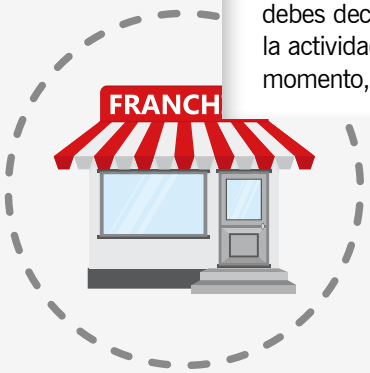
2 ¿Dónde busco, para encontrar una franquicia buena y segura?

Guillermo Martínez L.; Empresario.
Colima, Col.

Existen diversas páginas en internet, diferentes publicaciones, ediciones especiales de revistas, periódicos y directorios especializados de franquicias en los cuales puedes iniciar tu búsqueda.

Con 100% de seguridad puedo afirmar que no existe ningún listado “oficial” por parte del gobierno ni de ninguna cámara o asociación en México que te pueda decir cuáles son las buenas o las malas, o que pueda afirmar que su directorio contiene todas las marcas, así como no existe listado que pueda garantizar que las marcas que incluyen sean franquicias serias; por el contrario, las marcas que ves pueden pagar para aparecer y, por último, no tenemos garantía alguna de que el medio que lo publica realmente haya realizado un trabajo editorial de revisar si la información que publica es veraz y solo publicó lo que le envió la empresa Franquiciante, que bien puede decir que tiene mil años con mil unidades y esto sería publicado, por lo tanto, debemos ser cuidadosos ya que la información puede no estar actualizada o ser verdadera. No te quedes con la información de un solo medio, revisa varias fuentes y corrobora la información.

En las ferias de franquicias encontrarás muchas marcas en un mismo lugar y puedes platicar con los representantes de la marca y preguntarles todas tus dudas. En México y en Latinoamérica existen eventos de franquicias prácticamente durante todo el año.



Primero institucionaliza y después franquicia

Por Roberto Quintero
Emprendedor global a Endeavor
Vicepresidente Nacional de CANIRAC
Vicepresidente del Consejo
Coordinador Empresarial, Puebla
Representante Mexico ante Uniapac
Latinoamericana
Facebook: Roberto Quintero

"Si cuidamos el orden en la empresa a franquiciar, el orden cuidadará a nuestra empresa"

Se dice que un requisito básico para franquiciar un modelo de negocios es que dicho modelo esté probado y sea exitoso, ya que la franquicia es una replica de éste. Dicho éxito no solo se refiere al aspecto comercial sino también al aspecto corporativo y de gobernanza en la empresa, si como emprendedores no tenemos la casa en orden y no contamos con una vida institucional seguramente replicaremos un modelo caótico y desordenado.

El gobierno corporativo es el conjunto de normas y reglas que regulan a la empresa. Cabe mencionar que dichas reglas no son estáticas sino flexibles y cambian de acuerdo a las necesidades del momento. Tal y como ocurre en el gobierno de un país, donde existen diferentes poderes, como son el legislativo, el ejecutivo y el judicial en el caso de México, en nuestras empresas deben existir también diferentes ámbitos de poder que radican en la asamblea genera de socios, el consejo de administración y el management, cada uno de ellos trabajando en su ámbito para velar por los intereses de la empresa y de sus Stake Holders.

Esta división en los países y en las empresas permite un equilibrio, una rendición de cuentas y una especialización por área

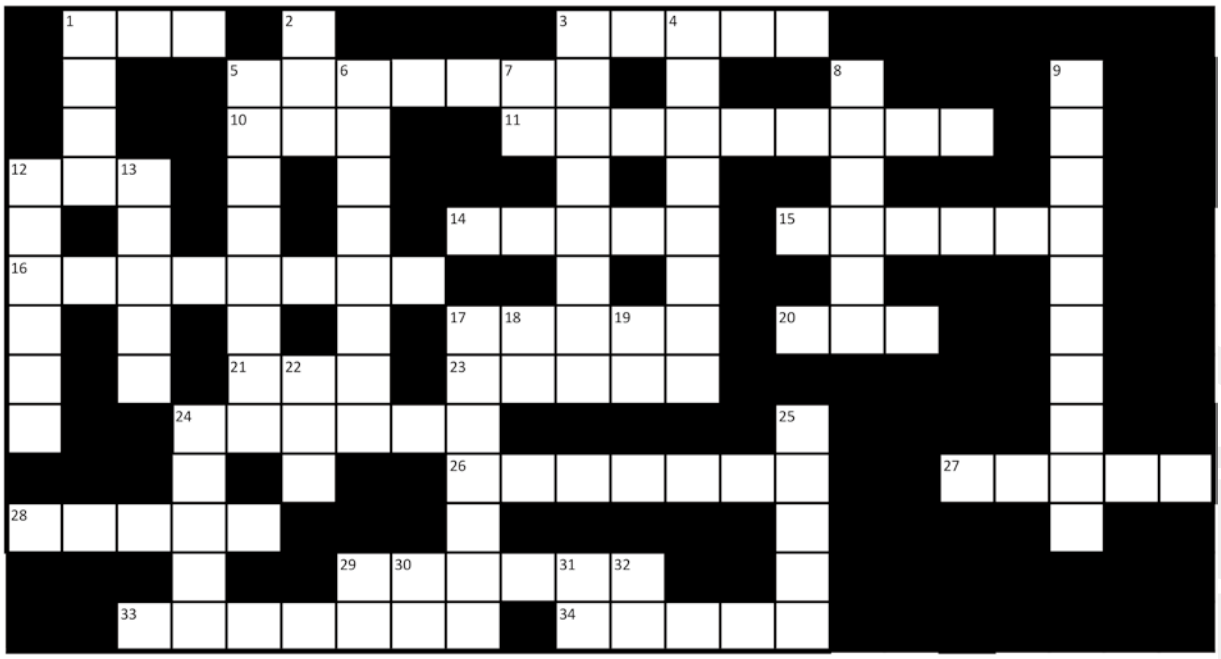
Es común que como emprendedores nos enfoquemos al día a día y perdamos de vista la importancia de generar gobernanza en la empresa, ésta es clave para la permanencia a largo plazo. Los emprendedores, como toda persona por supuesto, somos seres temporales y si no institucionalizamos la empresa y dejamos reglas claras lo más probable es que cuando nosotros faltemos la empresa colapse.

Se dice que en México tenemos 2 maneras de resolver los problemas, la manera milagrosa y la manera técnica
La milagrosa consiste en confiar en que las cosas se resolverán por sí solas, un milagro llegará y solventará todo lo que no hicimos en su momento por la empresa, mientras que la manera técnica es la de tener orden, un plan de sucesión, un plan de negocios, un protocolo de familia, un testamento y demás documentos que dejan claras las reglas de la empresa.

No me niego a creer en los milagros, éstos ocurren y me consta, pero lo más responsable es trabajar con la manera técnica y heredar paz, orden y trascendencia en nuestros proyectos empresariales.

Una empresa que no tiene gobierno corporativo muere cuando falta su fundador y una franquicia que no cuenta con gobierno corporativa está destinada a fracasar

QUÉ TANTO SABES DE **FRANQUICIAS**



NOTA: No te pierdas la siguiente edición para conocer todas las respuestas

HORIZONTALES

1. Entrada del balón en la portería. Figurativamente, Triunfo obtenido
3. _ de Franquicia: pago inicial para formar parte del sistema de franquicias de la marca
5. Espacio donde interactúan empresas, proveedores y clientes para vender/comprar un bien
10. Dulce típico mexicano, pasta de fruta cocida, tradicionalmente de membrillo, guayaba y otros.
11. Cantidad de dinero total requerida para adquirir una franquicia
12 Siglas de Circular de Oferta de Franquicia
14. Signo visible que identifica un producto o servicio de otros de su misma clase
15. _ Corporativa: conjunto de diseños y textos que trasmiten la personalidad de una empresa
16. Que genera utilidades
17. Cada una de las dos partes iguales en que se divide un todo
20. Know _ : Saber cómo. Conocimiento que trasmite el franquiciante sobre la operación del negocio.
21. Época
23. Quiero, amo, venero
24. Que brinda asistencia
26. Conjunto de reglas, procesos y documentos relacionados entre sí ordenandamente
27. Resultado feliz de un negocio o actuación
28. Espacio, sitio o paraje donde puede ubicarse un negocio o franquicia
29. Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a una persona
33. Superioridad o mejoría de alguien o algo respecto de otra persona o cosa
34. Grado de utilidad de las cosas para satisfacer una necesidad o proporcionar un bienestar

VERTICALES

1. Actividad, dedicación que tiene una empresa y por medio de la cual puede ser clasificada
2. Esenario acondicionado para el rodaje de películas
3. Convenio por escrito que contiene las obligaciones y derechos de las partes firmantes
4. Para que un negocio sea franquiciable, debe estar establecido y _
5. Documentos utilizados para la trasmisión del know how de una franquicia
6. Pagos periódicos que realiza el franquiciatario al franquiciante por uso de la marca y asistencia continua
7. Prefijo que en alguna voces significa "dos"
8. Acróstico de las características básicas para que un negocio sea franquiciable
9. Formato de negocios que implica una licencia de marca y una transferencia de tecnología
12. Franquicia que puede establecerse dentro de otro local comercial o franquicia
13. _ de publicidad: aportación que hacen las unidades de una franquicia para la publicidad corporativa
17. Tipo de franquicia que permite al franquiciatario el derecho de subfranquiciar
18. Abreviatura de Identificación
19. Terminación verbal
22. Corriente caudalosa de agua
24. En un sistema de franquicias, se espera que el franquiciatario _____ los lineamientos del franquiciante
25. El modelo de franquicia busca que franquiciante, franquiciatario y cliente tengan una relación de ___
29. Apócope de Papá
30. Abreviatura de Ejemplo
31. Cuatro en números romanos
32. Sexta nota musical

Lo que debes saber antes de firmar

Allan José Parra Vargas
Director y fundador del
Despacho EMPORIO LEGAL®
Marcas y Franquicias
info@marcasyfranquicias.org

Es emocionante pensar que asistes a una feria de franquicias y vas a encontrar el negocio de tu vida, tienes la oportunidad de palpar y conocer más a fondo una posible oportunidad de negocio, sin embargo, aun te quedan muchos pasos antes de tomar esa importante decisión de vida.

Si ya encontraste esa franquicia, antes de firmar el contrato, te sugiero tomes en cuenta estos 10 consejos:

Verifica las generalidades básicas, como la personalidad de los representantes o si la persona moral cuenta con las facultades para otorgar franquicias, si sus datos son fidedignos. ¿La Marca está Registrada? Es increíble como aun en las ferias hay franquicias que no cuentan con ello, o sus registros son insuficientes, por ejemplo: un restaurante que franquicia no solo debe registrarse en la clase 43, debe tener en otras clases como la 35 o la de sus productos "estrella".

Comprende y entiende qué tipo de franquicia te estan otorgando. ¿Es exclusiva o no exclusiva? ¿Es unitaria, regional o maestra? ¿Cuál es mi territorio y si está delimitado correctamente? ¿Estoy adquiriendo la franquicia tipo A. B. o C.?

¿Ya analizaste cuáles son, exactamente, los conceptos por contraprestaciones? ¿Comprende lo que significa cuota inicial y monto de inversión? ¿Las Regalías son fijas o por porcentaje? ¿La cuota de publicidad institucional está definida?

Conoce perfectamente lo que recibirás a cambio por tu franquicia, por ejemplo: Licencia de Uso de todos los registros de Propiedad Industrial y Derechos de Autor, Manuales, Know how, Asistencia Técnica, Capacitación ¿Dónde? ¿Cuándo y cómo?, publicidad, etcétera.

Conoce tus obligaciones. El franquiciante generalmente tiene el derecho de inspeccionar tu franquicia sin previo aviso. Normalmente la imagen corporativa ya está establecida y no podrás hacerle modificaciones.

Aceptar proveedores y productos, es decir, tendrás que adquirir ciertos productos forzosamente con el franquiciante o con quien él lo designe, debes saber cuáles son y sus precios.

Comprende la diferencia entre renovar y ceder. La transmisión del contrato de franquicia requiere autorización del franquiciante primero. Investiga si la renovacion del contrato de franquicia será automática y sin costo, y por cuánto tiempo.

Existen incumplimientos considerados "no graves", que, generalmente, se subsanan con llamadas de atención y sanciones económicas, pero también existen los "graves" que son causales de recisión de contrato y podrías perder toda tu inversión. ¿Los tienes plenamente identificados?

Otros puntos críticos. Generalmente firmarás un "Acuerdo de no competir" por un tiempo determinado una vez que termines la relación con la franquicia. Asimismo, un Contrato de Confidencialidad que implica la comisión de delitos y reparación del daño si divulgas cierta información establecida. Ve previniendo que tal vez deberás pedirle a alguien que sea tu obligado solidario con todas sus implicaciones.

No pongas en riesgo tu patrimonio, es una materia muy especializada y no cualquier abogado la domina

Una falta o mala asesoría puede derivar en que omitas un paso en el proceso de otorgamiento de la franquicia y suceda algo tan grave como la nulidad del contrato, o, en el mejor de los casos, que firmes un contrato leonino que te esclavice. ¡Asesórate con expertos!

CONSULTORÍA EN FRANQUICIAS

¿VAS A COMPRAR UNA FRANQUICIA?

TE DECIMOS COMO SABERLO:

- ANÁLISIS DE CONTRATO.
- REVISIÓN DEL CONCEPTO.
- ASISTENCIA TÉCNICA EFECTIVA.
- SISTEMA DE FRANQUICIA EFICIENTE.
- MANUALES REQUERIDOS.

REVISAMOS TU MODELO Y LA PARTE LEGAL

¿PROBLEMAS CON FRANQUICIATARIOS?

¿PROBLEMAS PARA SUPERVISAR FRANQUICIAS?

¿PROBLEMAS CON EL SEGUIMIENTO DE TUS PROCESOS?

EMPORIO LEGAL

Marcas, Patentes, Franquicias, Derechos de Autor.

+52 (614) 410.2482

www.marcasyfranquicias.org

info@marcasyfranquicias.org

@Emporio_Legal

@EmporioLegal

FAST OFFICE UNA FRANQUICIA DE ÉXITO

Iniciemos conociendo de primera mano su modelo de franquicia, tú, ¿cómo defines Fast Office?

Somos una franquicia dedicada a ayudar a crecer a las empresas, por medio de la reducción de gastos operativos y administrativos con un servicio de oficinas corporativas. Oficinas con un servicio integral donde el cliente obtiene todo lo que necesita para instalar una oficina con un servicio de excelente calidad automatizado y la flexibilidad de contratación son el éxito de esta franquicia

¿Por qué es la franquicia que deben preferir los inversionistas?

Es una franquicia de rentabilidad de la cual puedes vivir de tus rentas ya que el ingreso es pasivo y se requiere poca operación por parte del inversionista (franquicitario), es una franquicia a largo plazo, con un solo empleado, fácil de controlar administrativamente y lo mejor es que ayudas a mas empresarios a crecer sus empresas.

Es claro que sus oficinas fungen cómo el primer resguardo para empresas y emprendedores, ¿Cómo está compuesta la diversidad de sus clientes?

Muy diversa la cartera de clientes, cualquier que requiera un espacio para trabajar ya sea enviar correos, recibir clientes, o simplemente recibir correspondencia, son nuestros clientes.
Empresas como: Despachos, financieras, marketing, consultorías, logística, comercializadoras, constructoras, mantenimiento, recursos humanos, telecomunicaciones, diseño, consultorios
Profesionistas como: Abogados, contadores, vendedores, consultores, ingenieros, arquitectos, doctores

Dentro de sus ventajas de éxito, mencionan que se trata de un "negocio pasivo", ¿puedes brindarnos información al respecto?

Es un negocio inmobiliario de "rentas" con el plus de un "servicio" que presta todo lo que necesitas para trabajar en una oficina, hacemos contratos anuales con los clientes, es como tener una plaza comercial de locales en renta, pero aquí es con oficinas.

Bajo este mismo enfoque, ¿Qué perfil de inversionista debe acercarse a ustedes?

Inversionistas que deseen potencializar su inversión y tener mejor rentabilidad sobre su dinero
Personas que tengan ingresos por medio de otro negocio y su remanente gusten invertirlo en una franquicia con una rentabilidad estable y a largo plazo
Inversionistas relacionados con los bienes raíces o propietarios de casas, locales, piso o edificio de oficinas, que quieran sacar el doble de rendimiento de esta propiedad convirtiéndola en fast office.

Desde la posición que brinda el camino que ya han recorrido, ¿Cuáles son las principales lecciones que pueden compartir a los que están indecisos de tomar el modelo de franquicias como fórmula de expansión?

Existe una estadística muy interesante la cual es que cuando te asocias con alguien contablemente aumenta el 85% de tu éxito en la empresa por el gran compromiso que esto requiere.
El tener franquiciatarios nos ha ayudado exponencialmente a tener la mejor oferta en franquicias de oficinas en México, es como si tuvieras un consejo de administración, pero te pagan por unirte a él y el compromiso que adquieres de mejora constante para tus franquiciatarios hace que generes empresas sustentables de crecimiento a largo plazo por lo que garantiza hasta cierto tu punto tu rentabilidad como empresa.

¿Qué hace Fast Office para mantener el liderazgo del ramo?

Innovación constante, re inversión en un gran porcentaje de las utilidades, posicionamiento de marca. Actualizamos manuales de operación cada año, re invertimos en capacitación y tecnología todo el tiempo

Estamos seguros que esas acciones son las que los han llevado a ser la empresa #1 en Guadalajara, pero ahondemos más, ¿cuáles son los principales beneficios que reciben los clientes de Fast Office?

Los clientes que contratan en fast office, reducen costos de inversión inicial para colocar una oficina, reducen costos de operación de su empresa y reducen tiempo administrativo de su operación, como consecuencia a estas partes, se enfocan únicamente a operar su empresa en lo que realmente le da rentabilidad y de esta manera sus empresas crecen y son más exitosas.

De estos beneficios que mencionan, ¿Han detectado cuáles son lo que más aprecian los clientes, o cuáles construyen más a su oferta de valor?

Si los hemos detectado son:
El servicio de atención al cliente
Oficinas con todos los servicios
Flexibilidad de contratación
La oportunidad de tener una imagen más corporativa a un bajo costo

Es una realidad que en todas las ciudades están presentes tanto los emprendedores, como las empresas que inician su expansión, ¿Qué ciudades han detectado con alto potencial para tener presencia de Fast Office?

En las ciudades donde más crecimiento económico están teniendo en el país, es lógico que más oficinas serian requeridas como CDMX, Monterrey, Puebla, León, Querétaro, San Luis potosí, Tijuana, Aguascalientes, sin embargo, en ciudades de menos densidad también se requieren espacios de oficinas con este modelo de negocio como Culiacán, Hermosillo, Cancún, Coahuila, Manzanillo, Puerto Vallarta, por nombrar algunos.

Claramente lo conseguirán y continuarán cosechando grandes éxitos a nivel nacional, de nuevo les agradecemos el compartir su fórmula para el éxito. ¡Gracias!

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 CRECIMINETO

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

Por Alejandro Garro Cárdenas
Presidente Ejecutivo de PMKT CONSULTING, Perú, USA, Colombia, Chile, Costa Rica y Bolivia
agarro@pmktconsulting.pe

¿Es momento de franquiciar?

Para muchos empresarios, franquiciar puede parecer la manera ideal de expandir su modelo de negocio, después de todo, los franquiciados son los responsables de aportar la inversión para abrir nuevos locales, motivándolos a trabajar en ellos y esforzarse. Esto permite a los franquiciantes crecer más rápido de lo que podrían de otra forma.

No todos los negocios son franquiciables

Si estás pensando en franquiciar, lo más importante es que te preguntes ¿Estoy listo?, para responder esta cuestión, analiza estas 6 interrogantes que pueden ayudarte a decidir si tu negocio tiene lo que se necesita para ser una franquicia exitosa:

¿Está funcionando?

El modelo de negocio debe estar probado, aunque no existe una ley que demuestre la competencia del franquiciante, existe una serie de consideraciones que se debe tener en cuenta. Para tener la credibilidad necesaria para vender franquicias necesitas demostrar que tienes un prototipo de operación exitoso y experiencia en el sector.

¿Puedes venderlo?

Para ser franquiciable el modelo de negocio necesita ser atractivo para los potenciales franquiciados, a pesar de que es difícil cuantificar qué tan atractivo es, se puede medir la credibilidad, grado de originalidad y percepción de la marca entre el público. Evalúa si a lo largo de su historia han existido personas interesadas en comprar tu negocio o en invertir en él.

¿Puedes clonarlo?

La clave del éxito al franquiciar es asegurarse que tu franquicia es fácil de replicar. Si el concepto sólo funciona en cierta ubicación, por su excelente fuerza de ventas o porque el dueño del negocio trabaja en él todo el día, es difícil que se pueda replicar su magia. Idealmente, el concepto de franquicia debe ser relativamente fácil de operar, sin importar la experiencia del franquiciado y debe ser capaz de funcionar en diversos mercados. Claro, los potenciales franquiciados pueden aportar algo muy bueno a la marca con sus habilidades, pero no se debe contar con ello para ser exitoso.

¿Puedes ofrecer un buen retorno de inversión?

Un franquiciado, como dueño de un negocio, esperará obtener un retorno debido al tiempo y al dinero que invierte en la franquicia. Recuerda que éste debe ser una operación ganar-ganar.

¿Estás comprometido a entregar valor?

El modelo de franquicia se trata principalmente de conservar relaciones a largo plazo. Los franquiciantes más exitosos son aquellos que están más comprometidos en asegurarse de que todas sus franquicias tengan éxito, ¿Tú lo estás?

¿Cuentas con el capital?

A pesar de que franquiciar es una forma de bajo costo de expandirse, no es gratis. Un nuevo franquiciante necesitará capital para desarrollar documentos legales, manuales, programas de capacitación y materiales de marketing, sin mencionar el presupuesto en mercadotecnia destinado a promocionar la marca y encontrar franquiciados.

Ten en mente, que los mejores planes para franquiciar pueden fracasar si la empresa no se encuentra en el momento adecuado para dar el paso adecuado. Si estás considerando franquiciar, siempre pregúntate, “¿Estoy listo?”

EDGE Billing

EFICAZ SOLUCIÓN
para tu cobranza recurrente

Incrementa la tasa de éxito de tu cobranza mensual.

Aumenta la retención.

Ahorra tiempo y recursos.

Eficaz cobro de cuotas y regalías.

edgebilling.com

Ana Paula Ruiz
Dirección Comercial de la
Franquicia Los de Pescado
aruiz@losdepescado.com

El negocio de tu vida o una mala decisión

Una Franquicia puede ser el negocio de tu vida o una mala decisión de compra ¿De qué depende? De lo que tú, como franquiciatario, estés dispuesto a hacer por tu propio negocio.

Cuando los franquiciatarios se acercan a nosotros, muchas veces, creen que por invertir en una marca exitosa tienen los resultados inmediatos e iguales a los modelos que los motivaron a invertir, es nuestra obligación como franquiciantes ayudarte a poner los pies en la tierra y decirte que sí va a suceder y que no va a pasar.

Una franquicia de Los de Pescado opera 363 días al año en un horario de 10 de la mañana a 8 de la noche, si se ubica en un Food Court en muchas ocasiones termina la operación a las 10 de la noche.

Un negocio exitoso requiere de la atención y/o supervisión del dueño siempre

Cada cliente que entra se convierte en tu principal promotor y depende de ti y de tu equipo lograr que salga satisfecho, no solo de haber comido los mejores productos sino dehaber vivir una experiencia al 100% que incluye un servicio impecable acompañando de platillos elaborados con insumos de primera calidad.

Nuestra misión es acompañarte desde el inicio en el proceso completo de aprendizaje y capacitación, invertirás en un modelo de negocio exitoso con más de 16 años de experiencia, a lo largo de este tiempo hemos desarrollado estrategias que te permitirán alcanzar el éxito y cumplir tu objetivo.

Los de Pescado requiere franquiciatarios comprometidos, personas que tengan claro que adquirir una franquicia significa apegarse a manuales, controles y estándares establecidos, que todos los procesos tienen un por qué y no se permiten cambios ni excepciones en los procedimientos, que las recetas son claras y no hay espacio para la improvisación, la docilidad es indispensable en este negocio.

¿Qué haremos para llevarte al éxito?
Capacitarte en todas las áreas mediante un programa probado de capacitación, acompañarte en todo el proceso de aprendizaje asegurándonos que el conocimiento es llevado a la práctica de manera satisfactoria, y proveerte de todas las herramientas de control necesarias para que tu negocio opere dentro de los parámetros establecidos.

Una vez que tu franquicia empiece operaciones contarás con la asesoría continua de una persona que te facilitará el buen funcionamiento de todas las áreas recibiendo visitas de inspección periódicas que nos permiten medir los resultados.

Te recomiendo que antes de decidir invertir en un negocio de alimentos te preguntes esto:
¿Estás dispuesto a pasar horas en la cocina cubriendo a algún empleado que sin avisar no se presentó a trabajar?
¿Saldrías corriendo a comprar insumos porque el proveedor no te surtió completo?
¿Estás de acuerdo en trabajar fines de semana y días festivos?

No te dejes sorprender, hay quienes te dirán que una franquicia es un negocio redondo que no requiere tu disponibilidad total, en realidad la vida de un franquiciatario requiere mucho compromiso, dedicación y amor a la camiseta.

LOS DE PESCADO®
del K'ribe

BUSCAMOS INVERSIONISTAS OPERADORES EN CDMX

Inversión aproximada

$ 50,000 USD

800.737.2236

FRANQUICIAS@LOSDEPESCADO.COM

WWW.LOSDEPESCADO.COM

El rol de la mujer en la franquicia

Carolina Vega
Periodista y Relaciones Públicas
especializada en finanzas
carolinavegacolina@gmail.com
Twitter @vegacolina

Si muchos años antes nuestras madres y abuelas aspiraban a que nos casáramos con un empresario, hoy queremos ser nosotras las empresarias, disponer de nuestro propio horario y de nuestro propio dinero.

El sector de las franquicias está contribuyendo enormemente a que cada vez más mujeres consigamos conciliar nuestro tiempo libre -dedicado o no a nuestra familia- con nuestra vocación emprendedora.

En México, las mujeres únicamente representamos el 16% del sector empresarial, de acuerdo con un estudio de la Universidad Panamericana. Este bajo porcentaje contrasta, sin embargo, con la creciente huella que estamos dejando en las pequeñas y medianas empresas: de cada 5 negocios de este tamaño que inician en el país, 3 son liderados por mexicanas.

El miedo a perder los ahorros de años -recordemos que más del 70% de las ganancias femeninas son destinadas a la comunidad y a la familia- impide muchas veces a las mujeres dar el salto e iniciar su propio negocio.

Si bien no hay cifras mágicas, las franquicias representan, en este sentido, una ventaja frente a los negocios independientes, pues han sido probadas y son respaldadas -o deberían serlo- por una marca consolidada.

Adquirir una franquicia simboliza para muchas mujeres algo más que una oportunidad de negocio, significa la posibilidad de compaginar la vida profesional con la familiar en un país en que los roles de género todavía están muy marcados.

La formalidad que ofrece el sector franquicias resulta clave en la seguridad e independencia de la mujer

En el mundo, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), más de la mitad de las personas que se desempeñan en el sector informal -con la precariedad que ello conlleva- responde al género femenino.

Reflexiona, pregunta y elige

Antes de lanzarte a elegir una marca en la que invertir siguiendo el modelo de franquicia, te aconsejo que reflexiones muy bien el giro en el que quieres incursionar. Si te gusta la ropa, quizá una tintorería o lavandería sea la opción. Tintorerías Max ofrece, por ejemplo, el modelo Max Costura, mucho más económico que una lavandería o tintorería tradicional y con un requerimiento de espacio en un local desde 20 metros cuadrados.
Si prefieres la gastronomía, apuesta por franquicias dedicadas al sector de alimentos y bebidas, como Benedetti's Pizza, en la que, por cierto, más de la mitad de sus franquiciatarios repite con una segunda unidad.

Piensa además de cuánto tiempo dispones. Es un mito, como insiste el consultor Jorge Valencia, que la franquicia no requiera trabajo, lo requiere y mucho. Por eso debemos elegir con cuidado una franquicia que nos permita conciliar las tareas de administración -que no son pocas- con nuestras otras obligaciones y nuestro tiempo libre.

Muchas de las franquiciatarias de BusinessKids, empresa que ofrece programas de emprendimiento para niños de 4 a 14 años y adolescentes de 15 a 19, son mujeres. Esta franquicia, por cierto, fundada y dirigida también por una mujer, Mari Carmen Cabrera, permite a sus inversionistas conciliar perfectamente su maternidad con la administración de una sucursal.

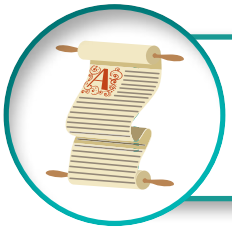
Define tus habilidades

La elección exitosa de una franquicia no depende únicamente de qué te gusta hacer, sino de qué sabes hacer. ¿Eres una persona que le encanta el trato con el cliente? Decídete entonces por una empresa donde la atención al público sea fundamental, como PakMail, con más de 150 sucursales en todo el país.

Piensa qué puedes aportar tú a la franquicia. ¿Solo quieres un negocio para pasar el rato? Entonces, con casi toda seguridad, estará destinado al fracaso. Aun así, jugamos con ventaja, no lo digo yo, lo dice la Organización Internacional del Trabajo: tres cuartas partes de las empresas que apuestan por una mujer en cargos directivos logra un aumento de sus beneficios de entre el 5 y el 20%.

No te quedes con las dudas, revisa cada detalle del contrato, no te fíes de promesas económicas milagrosas y reflexiona tu decisión. En caso de duda, por pequeña que sea, acude con un consultor.

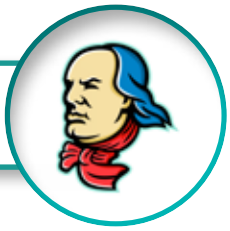
SABÍAS QUE...



En la edad media ya existían:

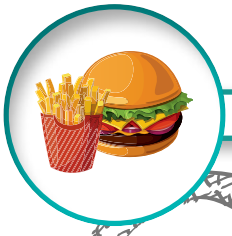
- Privilegios a los súbditos
- Cartas Francas
- Concesiones de la iglesia católica

1733, Franklin elaboró un contrato de seis años, que permitió a Thomas Whitmarsh establecerse como impresor franquiciado en Carolina del Sur.



1851 Singer. Primera Red de Franquiciatarios en la historia.

1900 General Motors. Primera red de concesionarios o distribuidores.



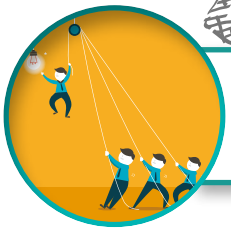
1950's McDonald's; KFC.

Para 1954, Johnson había dado en concesión 400 restaurantes y decidió expandir su negocio a la industria del hospedaje

1985 McDonald´s primera franquicia otorgada en la Cd. de México

1985 KFC en Monterrey, N.L. Primera franquicia otorgada para un territorio fuera de los Estados Unidos

1986 IFA establece oficina de representación en México



1988 Creación de la AMF: Asociación Mexicana de Franquicias

1988 Hoteles Holiday Inn

2006 PNF: Programa Nacional de Franquicias.

¿Cómo encuentro mi franquicia?

María Antonieta Escobar Santa Ana
Experta en asistencia técnica, calidad y sistemas de gestión
aescobar@sagittafocus.com.mx

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?

Primer elemento en la decisión de compra de una franquicia, indagar con especialistas el estado de la franquicia, revisar que sus números sean sanos, sus procesos administrativos y operativos se gestionen con orden, documenten suficientemente su actividad, además, 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 la ubicación, las zonas de influencia, vialidades, afluencia de clientes del perfil esperado, etcétera, pero también variables socio-económicas y políticas externas, que, en muchos casos, son difíciles de anticipar y de actuar para blindar a la empresa, como cambios 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.

Segundo elemento en la decisión de compra de una franquicia, 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 de una franquicia, 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, 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 5 etapas que se repiten a lo largo de la relación

Etapas de la asistencia técnica

1. Identificación de necesidades, cada franquiciatario 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 otro 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 franquiciatario; para ello, los procesos deben estar documentados y 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 franquiciatario y aquellas que el propio franquiciatario 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 franquiciatario.

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.

Elegir una franquicia es ***per se***, un trabajo a profundidad, detallado y riguroso. Tan exhaustivo como la operación misma de una de ellas.

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.

Precisamente en este contexto, en el año 2006 se publicaron 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.

De acuerdo a los antecedentes mencionados, es claro que la Ley no aporta elementos suficientes 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.

Errores más comunes del franquiciante

Asumir que se pueden otorgar franquicias como un accesorio o algo 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, dando un giro radical al negocio original. El sentido de "quien 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 franquiciatarios 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. Para franquiciar se debe tener enorme vocación, mucha pasión y verdadera disposición de servicio.

Errores más comunes del franquiciatario

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

No entender las múltiples obligaciones del contrato, muchos franquiciatarios piensan que su obligación se reduce a pagar regalías, un error cultural recurrente. Es necesario que el franquiciatario 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, instrucciones, nueva capacitación, etcétera. Si no se tiene disposición de ánimo para cumplir a cabalidad es mejor no dar el paso.

No seguir lineamientos, sorprende que muchos franquiciatarios 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 dan 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.

La cultura de las franquicias es un componente esencial en el éxito del modelo

Con estos ejemplos pretendo demostrar la importancia de 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.

Talento humano, elemento relevante en las franquicias

Por Miguel Yañez
Director Adjunto de la empresa consultora franquiciatunegocio
Facebook Miguelyaz

En la actualidad captar nuevos colaboradores es un reto para varios sectores, para algunas marcas les es más fácil encontrar inversionistas que colaboradores, pero específicamente en el sector de las franquicias esto es muy diferente, principalmente en aquellas marcas de gran colocación mediática.

Hay diferentes variables que determinan el éxito de una franquicia, pero vamos a replantear algunas rápidamente.

¿Qué garantiza una franquicia de éxito?

- Expansión más rápida y segura.
- Economías de escala.
- Reforzamiento continuo de propuesta de valor.
- Know-How ya definido y documentado.

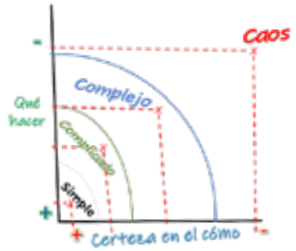
Una franquicia que ya cuenta con clientes fidelizados y una tracción de marca, es capaz de atraerlos de manera inmediata solo por su reputación y Know How a cualquier nueva ubicación, es por lo que estos valores deben ser custodiados de manera precisa y robusta.

¡Cuidando a los colaboradores!

Pero esta frase se debe entender más allá de un tono paternalista o de ingenuas connotaciones de motivación ingenua; es responsabilidad compartida de franquiciatarios y franquiciantes aportar los contextos que nutran una cultura laboral sana y funcional, esto se traduce de manera indudable en rentabilidad de la unidad de negocio.

La pregunta ahora es ¿Cómo se logra?

Primeramente, realizando la mayor cantidad de acciones que favorezcan la credibilidad en la empresa, estas acciones se deben afrontar desde dos frentes:



En acordar el qué hacer (lo que nuestros colaboradores realizarán) y en el otro eje la certeza en el cómo hacer las cosas (las formas correctas para cumplir los estándares que la marca oferta).

En función a la gráfica es fácil inferir que manteniendo altas ambas, todo lo que se requiere desempeñar se vuelve fácil de coordinar, ejecutar y medir, pero cuando estos frentes empiezan a menguar empezamos a transitar escenarios, y cumplir la promesa de valor empieza a complicarse, el cumplimiento de los estándares es cada vez más complicado, para dar pie a volver todo más complejo, caro así como lento, hasta llegar a un punto sin retorno que representa el caos operativo, una anarquía donde los colaboradores realizan los procesos como coloquialmente se le dice, como Dios les da a entender, aquellas instrucciones que la organización no supo trasmitir.

En el otro extremo, contar con un canal de comunicación positivo y un departamento de talento humano capaz, enfocado en mantener a los colaboradores en una sensación de flujo, donde conocen lo que se espera de ellos, así como las métricas que definen su correcto desempeño, las temporalidades de las mismas, y, primordialmente, generar un ambiente donde se transpire que ellos tienen injerencia en su destino, sentir la sensación de estar mejorando en el día a día y esto, al final, les simboliza que pertenecen a algo más grande que ellos, algo relevante.

Conseguirlo depende de contar con despachos que más allá de generar bonitas presentaciones o diversos términos rimbombantes, sean gente que ha estado en las trincheras de hacer las cosas, de convertir una idea en un producto y ese producto en un negocio rentable.

10 pasos para verificar una Franquicia Joven

Por Julio C Morales
Presidente de Franquicias Jóvenes AC
facebook juliobersek

En la Feria de franquicias CDMX 2020 cientos de marcas expondrán su propuesta queriendo vender sus próximas sucursales en los cientos de stands a lo largo del World Trade Center, 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 decir 10 cosas que debes verificar de las franquicias que te llamen la atención para que tomes la mejor decisión.

Número de sucursales cerradas

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.

Que tengan marca registrada

Por increíble que parezca, hay "franquiciantes" que venden modelos de negocio y 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 su marca registrada, no existe ante el IMPI.

Sospecha si no te cobra regalías

Cualquier modelo de franquicia está fundamentado en la asistencia técnica que te deberá dar el franquiciante, es decir, 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 los gastos que implica darte asistencia tánica. Si alguien no te cobra regalías, ¿crees que el dinero saldrá de su bolsillo para darte todos esos servicios durante 5 años?

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, probablemente, el franquiciante ni siquiera conoce esa ciudad.

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.

Entrevístate con el dueño de la marca, no con el vendedor

El vendedor de franquicia no es más que un "broker", 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 entrevístate con el dueño de la marca, recuerda, al final de cuentas la relación por los próximos años la vas a tener con él, no con quien te vendió.

guestvox
Opiniones reales,
son cambios reales
Abre un canal de
comunicación con
tu cliente
sin una app.
CONECTA
¿Tienes los comentarios de tus
clientes de primera mano, o sólo
lo que está en redes sociales?
¿Quieres obtener las
métricas de tus
equipos y encuestas
en tiempo real?
Vive la mejor experiencia en
encuestas de satisfacción.
ESCANÉA
www.guestvox.com

Habla con franquiciatarios que estén dentro a la que te quieres unir

Si es posible conoce a todos. Sería normal que a algunos les vaya bien y a algunos no tan bien, incluso algunos estén por cerrar porque no funcionó. Debes buscar la manera de 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.

Mecanismos para la aprobación de ubicaciones

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

Pide una COF o DIOF

Por sus siglas COF Circular de oferta de franquicia o DIOF Documento Informativo de Oferta de Franquicia, es un resumen de las cláusulas más importantes de la parte legal del sistema. Léelo con detenimiento y resuelve todas las dudas que llegues a tener respecto.

No esperes que cambien a alguna cláusula, te aseguro que todas tienen un por qué, sólo que te lo expliquen. Si la franquicia que pretendes adquirir no tiene ninguno de estos documentos, descártala.

Todo a su tiempo, no urge

Un proceso de otorgamiento de franquicia decente, deberá de 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.

Por favor no firmes nada y no pagues nada en la feria, es lo peor que puedes hacer

Espero que estos 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, esta decisión es muy importante, dale la importancia debida y lleva el proceso con calma.

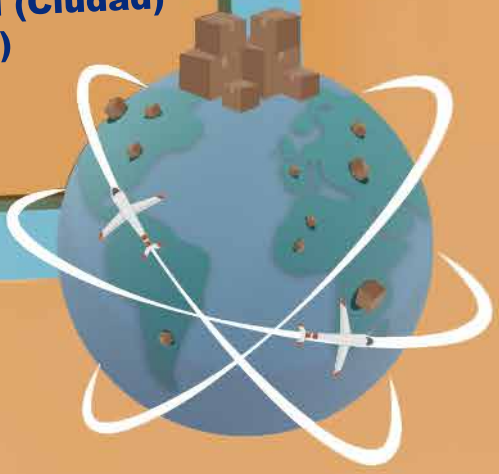
Pregunta todo, acércate a otros franquiciantes, pide que te cuenten las historias de terror de las franquicias, no te dejes engañar con el cuento de que en las franquicias nadie pierde porque son sistemas garantizados, toma en cuenta que no dejan de ser negocios y en los negocios nada es garantizado.

DAGPACKET

La innovación en la logística

Invierte en tu negocio de paquetería con entregas locales, nacionales y en todo el mundo, conoce un concepto innovador, controla y solicita tus envíos desde tu app.

Inicia tu negocio en el ramo de la paquetería, adquiriendo una licencia **Local (Ciudad)** o **Regional (Estado)**



Tenemos cuatro tipos de servicios:

- Paquetería Local
- Paquetería Nacional
- Paquetería Internacional
- E-commerce (Picking & Packing)

Contáctanos
Of. 33 2301 7771 y 33 2301 7772
ventas@dagpacket.com.mx
www.dagpacket.com.mx

¿Qué debes saber para adquirir una franquicia?

Por Guido Santillán MBA
Presidente de la asociación ecuatoriana
de franquicias aefran
gsantillan@ecuafranquicias.com

Al adquirir una franquicia, el franquiciado gana tiempo y dinero, pues el apoyo y la experiencia del franquiciante evita o minimiza el fracaso. Dispondrá de manuales de operación y guías que detallan la operación diaria del negocio, contará con asesoría continua y la satisfacción de pertenecer a un negocio prestigioso; será su propio jefe y administrador de su propio negocio.

El éxito de la franquicia dependerá en gran parte del esfuerzo de franquiciado, pero la experiencia y asistencia del franquiciante le facilitará mucho el desarrollo del negocio

Otra ventaja que recibe quien invierte en una franquicia es formar parte de una red ya consolidada, que le permitirá utilizar su imagen, signos distintivos y marca posicionada en la mente de los consumidores, así como recibir capacitación y asistencia continua del franquiciante.

El franquiciante se convierte en un líder experimentado que comparte su experiencia con los franquiciados, lo cual contribuye positivamente con un desarrollo más eficiente del negocio, además ayuda a la generación de empleos y a la creación de empresas.

Todo suena muy bien, pero antes de adquirir una franquicia toma en cuenta los siguiente:

1. Conocer el funcionamiento del sistema de franquicias. Lo principal es conocer que usted como franquiciado deberá estar dispuesto a seguir las instrucciones definidas por el franquiciante.

2. Determine habilidades y aptitudes personales, para seleccionar su mejor opción de franquicia, es muy recomendado ingresar en una franquicia que esté de acuerdo con su perfil. El inversionista o emprendedor al buscar una franquicia debe tomar en cuenta sus gustos, preferencias, y capacidades, ya que deberá optar por un negocio con el que se sienta identificado, que encaje con su perfil de gustos; todo esto le permitirá disfrutar de su trabajo, poner mayor empeño y, como consecuencia, obtendrá satisfacción personal. Considere los cambios probables en su estilo de vida que traerá la franquicia. Es recomendado contar con el apoyo familiar.

3. Determine su capacidad de inversión, sea realista.

4. Investigue y analice las alternativas de franquicias disponibles.

5. Analice la información financiera de la franquicia, pregunte sobre los pagos a realizar (derecho de entrada de franquicia, regalías, fondo de publicidad), sobre el período de recuperación de la inversión y sobre las consideraciones que fueron tomadas para dichos cálculos.

6. Analice la experiencia del franquiciante y su capacidad para dar soporte a los franquiciados, averigüe sobre la asistencia técnica que obtendrá del franquiciante.

7. Converse con varios franquiciados de la cadena para conocer sobre sus sobre experiencias con la franquicia.

8. Analice detalladamente el contrato de franquicia. Apóyese con un abogado de su confianza.

9. Evalúe las alternativas analizadas y seleccione su franquicia ideal.

10. Firme el contrato de Franquicia, planifique la apertura del local y trabaje para ser un franquiciado exitoso.

Una franquicia no le asegura el 100% del éxito, una franquicia únicamente le minimiza en riesgo, el éxito también depende de su gestión y otros factores

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.

CAPACÍTATE EN LOS MEJORES EVENTOS

Marzo

10-marzo
Diplomado de Franquicias y Réplicas Empresariales
Control Financiero
Eduardo Mercado
Canirac CDMX o en streaming
9 am a 6 pm

Marzo

17-marzo
Diplomado de Franquicias y Réplicas Empresariales
ADN de la marca
Martín Díez
Canirac CDMX o en streaming
9 am a 6 pm

Marzo

24-marzo
Diplomado de Franquicias y Réplicas Empresariales
Estrategias Legales
Eduardo Poblete
Canirac CDMX o en streaming
9 am a 6 pm

Abril

02-abril
Diplomado de Franquicias y Réplicas Empresariales
Otorgamiento y Apertura de Unidades
Jorge Valencia
Canirac CDMX o en streaming
9 am a 6 pm

Abril

03-abril
Diplomado de Franquicias y Réplicas Empresariales
Administración de Multiunidades
Héctor Alcalá
Canirac CDMX o en streaming
9 am a 6 pm

Miércoles

5 a 6 pm
La fórmula de la franquicia
Promo Estéreo

Viernes

11 am a 12 pm
La fórmula de la franquicia
Estrategia intelectual

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

Contáctanos al correo:
gzavala@franquiciatunegocio.com
y disfruta de los beneficios de pertenecer a este selecto grupo.

Próximos eventos

- Seminario Franquiciando desde las trincheras SLP 24 abril.
- Seminario Franquiciando desde las trincheras Hermosillo 30 mayo.
- Diplomado franquicias y réplicas empresariales en A & B Canirac CDMX 04 agosto.
- Diplomado en Administración, Gestión y Adquisición de franquicias Puebla 22 agosto.
- Seminario Franquiciando desde las trincheras Guadalajara 26 agosto.
- Diplomado en Administración, Gestión y Adquisición de Franquicias Guadalajara 05 septiembre.
- Seminario Franquiciando desde las trincheras Monterrey 12 septiembre.
- Diplomado franquicias y réplicas empresariales en A & B Canirac Monterrey 24 septiembre.
- Seminario Franquiciando desde las trincheras Chihuahua 7 noviembre.
- Diplomado en Administración, Gestión y Adquisición de franquicias Chihuahua 11 noviembre.
- Congreso anual CDMX 26, 27 y 28 noviembre.

ilaf Instituto Latinoamericano de la Franquicia

institutodefranquicias.com
contacto@institutodefranquicias.com

ilaf Instituto Latinoamericano de la Franquicia

Capacitaciones y acompañamiento a Franquiciatarios y Franquiciantes

Brindamos herramientas que permiten generar sistemas de franquicia sostenibles a largo plazo en Latinoamérica.

CERTIFICACIÓN
FRANCHISE BUSINESS MASTER

Cursos prácticos y de aplicación inmediata

Aprende a base de vivencias reales, contenidos actuales e innovadores de los Generales y sus invitados.

Anúnciate con nosotros, escríbenos a:

mequieroanunciar@institutodefranquicias.com

institutodefranquicias.com

contacto@institutodefranquicias.com

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:

CANIRAC

CFE

INSTITUTE OF CERTIFIED FRANCHISE EXECUTIVES

ilaf Instituto Latinoamericano De la Franquicia

AFRANOR

ACIÓN DE FRANQU EL NORTE DE MÉXIC

franquicias jóvenes

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS

GRUPO FRANQUICIANDO américa