



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

**VISIÓN DEL EMPRENDEDOR HACIA LAS
FRANQUICIAS**

T E S I N A

QUÉ PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

ADRIANA SOLANO NAVA

ASESOR: Laura Angélica Decaro Santiago

ZUMPANGO, ESTADO DE MEXICO, 2014



DEDICATORIA

A MI MADRE:

Por haber sido un pilar en el trayecto de mí camino, por haberme apoyado en todos los aspectos, hasta llegar a este momento tan significativo para mí y ser el soporte más importante hasta estos instantes de mi vida.

Gracias por la comprensión, el amor, el apoyo, los ánimos, y sobre todo por ser ejemplo de mujer y madre ejemplar.

AGRADECIMIENTO

A MIS PROFESORES:

Por la paciencia, dedicación, comprensión, y sobre todo por brindarme parte de su tiempo y conocimiento para que culminara con mis estudios universitarios, así mismo agradezco especialmente a la Lic. Laura Angélica Decaro por ser mi asesor y guía, durante todo el proceso del presente trabajo.

AL C.U. UAEM ZUMPANGO:

Por ser mi segunda casa, por ser una institución sólida que me abrió las puertas durante cuatro años, cultivándome de conocimientos y grandes experiencias.



RESUMEN

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado en donde los cambios tanto tecnológicos, económicos y sociales evolucionan a pasos agigantados. Es por ello que la sociedad debe buscar alternativas viables que permitan generar el desarrollo individual y colectivo. Para poder hacer posible lo anterior la administración juega un papel importante, ya que es una disciplina que nos ayuda a generar estrategias para poder utilizar de forma adecuada los recursos financieros disponibles y poder realizar una excelente inversión que se ajuste a las necesidades y posibilidades personales. Una buena opción de inversión son las Franquicias, ya que con esta modalidad de negocio la probabilidad de éxito es mayor. Para adquirir una Franquicia existen diferentes tipos de financiamiento ya sea por parte de instituciones públicas o privadas.

Todo lo anterior es posible teniendo conocimientos sólidos sobre el tema, es por ello que la presente investigación brinda información relevante y veraz que servirá como guía para poder conocer los aspectos más sobresalientes sobre el tema de Franquicias.

Palabras claves: Franquicias, Inversión, Toma de decisiones.



ABSTRACT

Today we live in a globalized world where technological, economic and social changes evolve rapidly. That is why society must seek viable alternatives to generate individual and collective development. To make this possible the administration plays an important role because it is a discipline that helps us to develop strategies to appropriately use the financial resources available and to make an excellent investment that fits our needs and possibilities. A good investment option is Franchises as it says have a higher degree of success.

To purchase a franchise there are different types of financing either by public or private institutions. All this is possible having solid knowledge of the subject, which is why this research presents relevant and accurate information that will serve as a guide to know the highlights on the subject of Franchising.

Keywords: franchising, Investment, Decision making.



INDICE

I. INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO 1. ADMINISTRACIÓN Y ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN	11
1.1 Concepto de administración	12
1.2 Definición de administración.....	12
1.3 Características de la administración.....	12
1.4 Principios de la administración	13
1.5 Proceso administrativo	15
1.6 Áreas funcionales de la administración	17
1.7 Definición de inversión	19
1.7.1 Características de inversión	19
1.8 Tipos de inversionistas.....	20
1.9 Relación que existe entre inversionista y emprendedor.....	21
1.10 Alternativas de inversión	22
1.10.1 Crear un negocio.....	22
1.10.2 Títulos de deuda	23
1.10.3 Acciones	23
1.10.4 Fondos mutuos	24
1.10.5 Depósito a plazos.....	24
1.10.6 Cuentas de ahorro	25
1.10.7 Bienes raíces	26
1.10.8 Franquicias	26
CAPÍTULO 2. FRANQUICIAS Y LA INFORMACIÓN DEL CONTEXTO ACTUAL EN MÉXICO	28
2.1 Historia de las franquicias en México	29
2.2 Definición de franquicia	32
2.3 Principales tipos de franquicias	32
2.4 Definición de franquiciante y franquiciado	34
2.4.1 Ventajas de franquiciante y franquiciado.....	34
2.4.2 Relación franquiciante - franquiciario	36
2.5 Derechos y obligaciones del franquiciante y franquiciario	37
2.6 Contrato de franquicia	41
2.6.1 Características del contrato de franquicia.....	42
2.7 Costos de una franquicia.....	42



2.8	Regulación legal de las franquicias	45
2.9	Contexto de las franquicias en México	46
2.10	Estadísticas de las franquicias en México	48
CAPITULO 3. ASOCIACIÓN Y FINANCIAMIENTO MÁS IMPORTANTE DELAS FRANQUICIAS.....		50
3.1	Asociación mexicana de franquicias (AMF).....	51
3.1.1	Objetivos de la AMF	52
3.1.2	Beneficios que aporta la AMF	53
3.2	Financiamiento Fondo pyme	54
3.2.1	Principales objetivos del fondo Pyme	54
3.2.2	¿Cómo funciona el Fondo Pyme?	55
3.2.3	¿A quién va dirigido el fondo Pyme?	56
3.2.4	Criterios de evaluación de Fondo Pyme	58
3.3	Financiamiento BBVA Bancomer	59
3.4	Financiamiento Finmex	60
3.4.1	Financiamiento para franquicias.....	61
3.4.1.1	Cuota inicial de franquicia	61
3.4.1.2	Adaptación del local	62
3.4.1.3	Desarrollo de franquicia	62
3.4.2	Riesgos de inversión	62
CAPÍTULO 4. TIPS A REFLEXIONAR ANTES DE ADQUIRIR UNA FRANQUICIA..		64
4.1	La franquicia como opción de negocio	65
4.2	Investigación clave para elegir una franquicia	67
4.2.1	Evaluación	67
4.2.2	Escenario	68
4.2.3	Papeleo.....	68
4.2.4	Detalles	68
4.2.5	Otras Fuentes	69
4.3	Como elegir la mejor franquicia	69
4.4	Elementos a investigar de una franquicia	73
4.5	Preguntas antes de invertir en una franquicia	74
4.5	Diez consejos antes de invertir en una franquicia.....	75
4.6	Test para conocer las cualidades personales para ser un franquiciado.....	78
4.19	Claves del contrato de franquicias.....	79
4.20	Elementos a investigar de la COF	84



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de inversión	20
Tabla 2. Línea de Tiempo de las Franquicias.....	29
Tabla 3. Ventajas de Franquiciante y Franquiciado.	35
Tabla 4. Ventajas de Franquiciado.....	36
Tabla 5. Criterios de evaluación.....	58
Tabla 6. Detalles de financiamiento.	60
Tabla 7. Riesgos de Financiamiento Finmex	63
Tabla 8. Elementos de la COF.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso Administrativo.....	16
Figura 2. Áreas funcionales de la administración	17
Figura 3. Obligaciones de Franquiciante y Franquiciatario.	39
Figura 4. Derechos de Franquiciante y Franquiciatario.....	40
Figura 5. Estructura del contrato de franquicia.....	41
Figura 6. Estadísticas de las franquicias en México	48
Figura 7. Distribución de las Franquicias en México.	49
Figura 8. Objetivos de la AMF	52
Figura 9. Beneficios de la AMF	53
Figura 10. Gestión del fondo Pyme	56
Figura 11. A quien va dirigido el fondo Pyme.....	57
Figura 12. Factores internos antes de adquirir una franquicia	66
Figura 13. Cinco consejos para la búsqueda de herramientas	70
Figura 14. Preguntas antes de invertir en una franquicia.	74
Figura 15. Claves del contrato de franquicia	80
Figura 16. Puntos medulares del contrato de franquicias.	82



I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (*INEGI, 2013*) indica que en el año 2011 México tenía el 6.2% de desempleo, en 2012 se reportó el 5.25% y en Diciembre 2013 se alcanzó una tasa del 4.76%, aunque no se hace mención de las razones por las cuales dicho porcentaje de población no tienen empleo, es común escuchar la premisa “falta de oportunidades”, así como: escolaridad, falta de experiencia, discapacidades, entre otras. Son alarmantes las cifras presentadas por el INEGI, las cuales muestran un panorama desalentador para las futuras generaciones.

Por su parte la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (*OCDE, 2013*) informo que la tasa de desempleo juvenil duplicó a la tasa de desempleo total en Enero de 2013, alcanzando el 9.8%, (*Tenorio, 2013*) el cual demuestra que el porcentaje de jóvenes que no están empleados es considerablemente superior en México.

En relación a los datos anteriores, es preciso señalar que la sociedad debe buscar alternativas viables que permitan generar el auto-empleo, a fin de contribuir con el desarrollo económico del país, para lograrlo es necesario contar con un espíritu emprendedor que busque la generación de nuevas ideas, así como la incursión en diferentes modalidades de negocio que traerán consigo desafíos personales y profesionales, Es por ello que en el presente trabajo se exhibe información relevante que muestra una alternativa de inversión, la cual está dirigida a emprendedores.

Hoy en día existen diversas alternativas de inversión, de las cuales podemos echar mano para lograr la independencia económica deseada. Entre las alternativas destacan las Franquicias, la cuales se han visto como un fenómeno que han revolucionado las estrategias de negocio y permite que el emprendedor vea esta modalidad como una opción de negocio exitoso y confiable.



Según el diccionario de la lengua Española define a las franquicias como una licencia o contrato mediante el cual una empresa autoriza a alguien a usar su marca bajo determinadas condiciones (*Larousse, 2007*). El término de franquicia inicio en la década de los 50's en Estados Unidos, y con el paso del tiempo se fue expandiendo a otros países, pero fue hasta 1985 que llego la primer franquicia a México, desde ese momento el modelo de franquicias llego para quedarse, pues ha demostrado ser uno de los modelos más seguros de inversión de capital, ya que al elegirla se adquiere experiencia, marca posicionada y prestigio.

Pero ¿por qué hablar de franquicias? Es importante señalar que el mundo está completamente globalizado y que día a día las exigencias son cada vez mayores, donde los cambios, tanto tecnológicos, sociales y culturales se observan continuamente, es por ello que se toma en consideración este importante tema en el presente trabajo de investigación, el cual tiene como objetivo: “Describir los elementos que debe de conocer un emprendedor antes de adquirir una franquicia, con la finalidad de contribuir a una mejor toma de decisiones ante esta alternativa de inversión”. Ahora bien, es importante mencionar que para cumplir con el objetivo planteado, se realiza una estructura capitulada en donde la información se presenta en los siguientes capítulos:

Capítulo 1. La información contenida en este primer capítulo sienta sus bases en una rama de las Ciencias Sociales llamada Administración, en donde se muestra de manera sistemática y totalmente teórica los conceptos y aspectos más importantes de la Administración, ya que es de donde surgen las inversiones y por consecuencia las franquicias.

Capítulo 2. Se profundiza en el sistema de franquicias, presentando antecedentes, conceptos y perfiles más sobresalientes del modelo de negocio, así como la importancia que tiene dicho sistema dentro del país.

Capítulo 3. Contiene información importante acerca del “Financiamiento”. Dentro de este, se presentan tres opciones de financiamiento.



En los que se muestran montos, requisitos y demás datos relevantes, los cuales son imprescindibles conocer para poder elegir la opción que ofrezca los mejores beneficios.

Capítulo 4. Presenta información, la cual tiene que ser minuciosamente analizada, ya que sirve como pauta para la toma de decisiones. En ella se exhibe consejos o tips que brindan los expertos de franquicias, los cuales pretenden ser una ayuda para que se realice una reflexión profunda, que dará como resultado tener conciencia y seguridad, de que en realidad se desea invertir en una franquicia.

Para el correcto desarrollo de los anteriores capítulos, se utiliza la investigación cualitativa, ya que se da inicio con la recolección de datos relevantes para posteriormente dar apertura a su selección y análisis (*Hernández, 2003*). Dentro de los datos seleccionados se presenta el alcance descriptivo, a fin de describir las situaciones, fenómenos y eventos que se han suscitado dentro del sistema de franquicias, con el único propósito de evidenciar los perfiles y características más sobresalientes (*Hernández, Fernández y Bastida, 2004*). A lo anterior es preciso señalar que la investigación es no experimental ya que en los datos obtenidos no se realizará ninguna manipulación respecto a su estado o condición (*Hernández, Fernández y Bastida, 2004*). Toda la información presentada está enfocada en el diseño transaccional o transversal, esto quiere decir que los datos se analizan en un momento único (*Hernández, Fernández y Bastida, 2004*). Por último, los medios utilizados para la búsqueda de información, se basan en la recopilación de datos a través de gráficos formales a fin de fundamentar la investigación y son de carácter documental (*Jurado, 2006*).

La anterior metodología sirve de base para el cumplimiento del objetivo de estudio y el correcto desarrollo de la investigación, la cual pretende ser una herramienta que ofrece información, datos y referencias generales sobre el sistema de franquicias, brindando así una mayor apertura de conocimiento que genere pensamiento crítico y refuerce la capacidad de tomar buenas decisiones de inversión.

CAPITULO I:



ADMINISTRACIÓN Y ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN

“La administración es la fragmentación, el análisis, la secuencia, la aplicación específica, el aspecto cerebral izquierdo ligado al tiempo, del autogobierno efectivo.” (Stephen Covey)



1.1 Concepto de administración

Es la disciplina que utiliza los recursos humanos, financieros y materiales para el logro de objetivos, a través de la implementación de estrategias basadas en la planeación, organización, dirección y control de actividades y procesos.

1.2 Definición de administración

- El diccionario de la Real academia Española (vigésima segunda edición) define como “oficio dedicado al servicio de una comunidad, ya sea, empresa o gobierno”.
- “Es el esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posibles.” (*Munch y García, 2012*).
- Henry Sisk y Mario Sverdlik mencionan que es la “coordinación de todos los recursos a través del proceso de planeación, dirección y control, a fin de lograr objetivos establecidos” (*Munch y García, 2012*).
- Henry Fayol define a la Administración como “el arte de prever, organizar, mandar, coordinar y controlar” (*Stephen y Álvarez, 2009*).

1.3 Características de la administración

De acuerdo a Hernández y Rodríguez (2006) mencionan que la administración posee ciertas características inherentes que la diferencia de otras disciplinas las cuales se mencionan a continuación:

- a) *Universalidad*. Existe en cualquier grupo social, y es susceptible de aplicarse en cualquier empresa industrial que en el ejército, en un hospital o algún evento deportivo.
- b) *Valor instrumental*. Dado que su finalidad es eminentemente práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí mismo; mediante esta se busca obtener diversos resultados.



- c) *Unidad temporal.* Aunque para fines didácticos se distinga diversas fases y etapas en el proceso administrativo. La administración es un proceso dinámico en la que todas sus partes existen simultáneamente.
- d) *Amplitud de ejercicio.* Se aplica a todos los niveles o subsistemas de cualquier organización.
- e) *Especificidad.* Aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporciona su carácter específico; es decir no puede confundirse con otras disciplinas.
- f) *Interdisciplinarietàad.* La administración es a fin a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.
- g) *Flexibilidad.* Los principios administrativos se adaptan de las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican.

1.4 Principios de la administración

(Hernández y Rodríguez, 2006)

Los principios de administración sirven como guía de acción universal, porque son aplicables en cualquier tipo de organización humana, en realidad son axiomas (claridad, no requiere explicación.), también la mesura es una de la principales cualidades de la administración (cualidad humana que implica tacto, destreza y suavidad en la manera de comunicar algo) y esta se forma con la práctica. A lo anterior es imprescindible mencionar lo que estableció Henry Fayol y estos son los principios de la administración los cuales son:

1. *División del trabajo.* Separación de las funciones de una empresa por grupos de tareas homogéneas a fin de lograr la especialización.



2. *Autoridad y responsabilidad.* La autoridad es el derecho de mandar y la capacidad moral para hacerse obedecer y la responsabilidad es una actitud producida en un individuo por las obligaciones contraídas
3. *Disciplina.* Es la obediencia, la asiduidad y el apego a las disposiciones.
4. *Unidad de mando.* Un colaborador no debe de recibir órdenes de más de un superior, (debe aplicarse la cadena de mando).
5. *Unidad de dirección.* Un solo jefe y un solo programa para un conjunto de operaciones que tiendan al mismo fin.
6. *Subordinación* del interés individual al general. Debe prevalecer el interés del grupo y de la organización ante el interés personal.
7. *Correcta y justa remuneración.* En razón de las capacidades y habilidades de las personas requeridas por su puesto
8. *Descentralización frente a Centralización.* Los jefes deben delegar funciones en sus subordinados en la medida en que sea posible.
9. *Jerarquía o cadena de mando.* Respetar los niveles jerárquicos establecidos.
10. *Orden.* Disposición metódica de las cosas clasificadas, evitar la pérdida de tiempo y recursos. Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.
11. *Equidad.* Todo superior debe de ser justo, dar trato igual a las personas.
12. *Estabilidad* del personal. Genera aprendizaje y dominio en el trabajo (rotación de personal que mide la estabilidad del jefe).
13. *Iniciativa:* Iniciar algo sin necesidad de recibir órdenes de un superior.



1.5 Proceso administrativo

El proceso administrativo visto desde un enfoque general tiende a ser algo complicado, ya que la estructura es amplia y dinámica, más sin embargo cuando se analiza cada una de las partes resulta ser más fácil de lo que se piensa, porque cada una de sus partes comparte una relación profunda con cada una de ellas. Henry Fayol dictaminó que el proceso administrativo “es el proceso de llevar a cabo las cosas a través y con la gente operando en grupos organizados”(Rodríguez, 2006). A lo anterior, se presenta en la Figura 1, un mapa conceptual, en donde se muestran los principales conceptos del proceso administrativo y las características de cada uno de ellos.

Figura 1.
Proceso Administrativo.

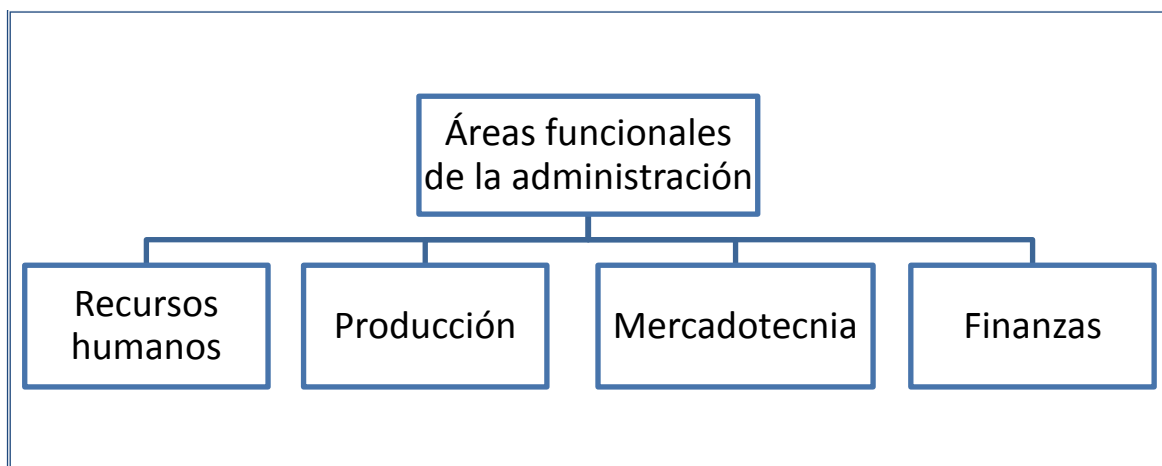


Fuente: Elaboración propia con datos de Rodríguez Valencia, 2006.

1.6 Áreas funcionales de la administración

Dentro de las organizaciones, la efectividad de la administración no depende de una área específica si no del ejercicio de una coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades, es por ello que se crearon las áreas funcionales dentro de las organizaciones, con el único propósito de dividir las actividades y especificar los objetivos, a continuación se presenta en la figura 2, un cuadro en donde se presentan las cuatro áreas de la administración.

Figura 2.
Áreas funcionales de la administración



Fuente: Elaboración propia con datos de Render y Heizer, 2004

- *Recursos Humanos.* Como su nombre lo indica, está estrechamente relacionado con el recurso humano de las organizaciones, su objetivo es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.
- *Producción.* Es aquella área que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos.



A través de suministrar y coordinar la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridos, todo con el único fin de crear bienes y/o servicios para la satisfacción de los consumidores.

- *Mercadotecnia.* Se encuentra estrechamente relacionado con los factores y hechos que influyen en el mercado para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita distribuyéndolo en forma tal que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.
- *Finanzas.* Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos con el objeto de que pueden funcionar debidamente. Tiene como principales funciones: Planeación Financiera, relaciones financiera, Tesorería, obtención de recursos e inversiones (*Munch y García, 2012*).

De acuerdo a las áreas mencionadas, cabe señalar que todas las áreas funcionales de la administración están relacionadas entre sí, con el único propósito de cumplir con los objetivos planteados en cada organización. Ahora bien, el área de finanzas se torna más amplia, ya que esta se aplica inclusive en la vida diaria y se va estableciendo cada vez más compleja gracias a la amplitud de su estudio.

Cuando de Finanzas se refiere se dice que debe de existir un profundo análisis, ya que es imprescindible la toma de decisiones acerca de los recursos económicos disponibles y básicamente esta es referente a la inversión y el financiamiento. Para realizar una buena inversión es muy importante tener un buen plan y sobre todo los conocimientos adecuados que soporten a la realización de una inversión exitosa. Es así que la información y los conocimientos son herramientas que brindan oportunidades.



Es así como las finanzas y las inversiones son dos conceptos que siempre van de la mano y que permiten cumplir con las metas y ambiciones personales, es por ello que la información nunca sobra y siempre falta, así que es preciso investigar y conocer todo lo relacionado con estos temas tan importantes en la actualidad, por lo tanto a continuación se presentan los puntos medulares respecto a las inversiones, lo cual pretende servir como complemento para visualizar la relación que existe entre las finanzas y las inversiones.

1.7 Definición de inversión

Moreno (2003), menciona que la inversión es un conjunto de alternativas factibles, mediante un proceso de recopilación de datos significativos, análisis, planeación y control financiero, así como la implementación de las acciones necesarias para la solución de problemas y el logro de metas y objetivos preestablecidos por la empresa.

Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial. Es así como toda inversión implica un riesgo y/o una oportunidad. Un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias. Una oportunidad en tanto el éxito de la inversión puede implicar la multiplicación del dinero colocado. (Goldie y Murray, 2011)

1.7.1 Características de inversión

Existen diversas características en todas las inversiones, pero hay tres características que son comunes entre todas ellas, estas son presentadas en la tabla 1.

En ella se observan las tres principales características, así como su propio concepto.

Tabla 1.
Características de inversión

Beneficio	Tiempo	Riesgo
<ul style="list-style-type: none">• Realizar una inversión, con la finalidad de obtener un resultado, producto o beneficio.	<ul style="list-style-type: none">• Recuperar los recursos en el menor tiempo posible, casi siempre es largo plazo	<ul style="list-style-type: none">• Posibilidad de perder la inversión, se asocia a la incertidumbre de variables que contribuyen a generar los rendimientos de la inversión.

Fuente: Elaboración propia con datos de Morales, 2006

1.8 Tipos de inversionistas

Antes de invertir, es necesario tener orden en las finanzas personales, así como contar con el suficiente conocimiento acerca de todo lo relacionado con inversión de capital; es importante saber cuántos tipos de inversionistas existen, es por ello que a continuación se presenta los tipos de inversionistas.

(Lawrence y Michel, 1997)

1. *Conservador.* Este tipo de inversionistas prefiere rendimientos bajos con tal de preservar el capital, se siente confortable con rendimientos similares a los que pagan los bancos para depósitos a plazo fijo.



2. *Conservador moderado*. Tiene preferencia en buscar un rendimiento mayor que lo que pagan los bancos. Sin embargo no está dispuesto a aceptar mucho riesgo y desea proteger su inversión contra los efectos de la inflación.
3. *Moderado*. Esta dispuesto a aceptar un poco de riesgo a cambio de incrementar si inversión y no solo protegerla contra la inflación, busca tener un portafolio balanceado.
4. *Agresivo*. Este acepta común mente niveles de riesgo alto, soporta adecuadamente la presión que generan los altibajos en el valor de sus inversiones, la seguridad del capital pasa a segundo término en relación con la posibilidad de obtener rendimientos altos.

1.9 Relación que existe entre inversionista y emprendedor

Según el diccionario de la Real Academia Española (2007). Menciona que un emprendedor es aquella persona que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo

Según Lorenzo Lara, quien es fundador y presidente de Negocios digitales menciona:

El capital emprendedor es una inversión y este muchas veces es llamado capital de riesgo, este capital aporta en gran medida en el desarrollo de un emprendimiento, ya que está comprometido y activo, y lleva consigo un aporte de muchas cosas adicionales al dinero. El capital emprendedor es costoso para el emprendedor, mucho más que un préstamo bancario. Incluye además tener nuevos socios que llegan con expectativas fuertes de éxito que se traduzca en beneficios monetarios importantes a través de la ejecución de una estrategia, a mediano o largo plazo.



Ya que es la meta económica central del capital emprendedor, por una parte, asume el riesgo de la inversión, sin garantías, en condiciones similares a las del emprendedor y con importantes asimetrías de información. (*Tamayo y Calle, 2005*)

1.10 Alternativas de inversión

Antes de tomar la decisión de realizar una inversión, es necesario conocer y comparar las alternativas de existentes, todo con el único propósito de elegir la mejor opción, de acuerdo a las necesidades y recursos existentes. A continuación se presentan las alternativas de inversión.

1.10.1 Crear un negocio

La creación de un negocio desde cero, implica tener objetivos económicos establecidos, así como invertir tiempo en el desarrollo de un plan de negocios, es por ello que existen: incubadoras, escuelas de negocios, empresas de consultoría y programas públicos o privados de capacitación, que brindar mayor certeza de inversión. Las principales acciones a realizar para comenzar con la creación de un nuevo negocio son:

(*Smilovit, 2013*)

1. *Desarrollar un plan de negocio.* Este se realiza cuando se tiene el objetivo de iniciar con un nuevo negocio, se dice que es el primer documento más importante, y funge como los cimientos de una organización. Es así como el plan de negocios tiene cuatro elementos de gran importancia y que son los pilares de cualquier plan, los cuales son:

- Estructura Planeación
- Estructura de Recursos humanos
- Estructura de Mercadotecnia
- Estructura Financiera



A lo anterior es prescindible indicar que la importancia de desarrollar un plan de negocio radica, en el ejercicio de investigar, pensar y planear los factores internos y externos que incidirán en el negocio.

2. *Conocer los riesgos.* Al dar inicio a un nuevo proyecto se debe de tener muy presente que siempre existen riesgos.

Los cuales pueden ser identificados con tiempo oportuno para corregirlos o puede presentarse el caso que sean riesgos imprevistos que pasan de un momento a otro, es por eso que siempre se debe de estar totalmente informado de los grandes y pequeños aspectos de nivel tanto interno o externo.

1.10.2 Títulos de deuda

Los títulos de deuda son valores negociables que incorporan un derecho crediticio, permitiendo al emisor financiar inversiones a través de su colocación en el mercado de capitales. Son emitidos en masa, es decir otorga idénticos derechos a todos los otros de su misma clase siendo por ello fungibles, están dotados en principio de una alto grado de circulación, lo que los hace aptos para llamarlos instrumentos de inversión. Estos son activos financieros de renta fija, en esta clasificación podemos incluir a los títulos públicos cuando son emitidos por organismos del estado nacional, estatal o municipal; y a los títulos privados de deuda como las obligaciones negociables, valores fiduciarios de deuda y de renta de fondos comunes de inversión (*Banco de México, 2013*)

1.10.3 Acciones

Las acciones son títulos que representan parte del capital social de una empresa, los cuales son colocados entre el público inversionista, a través de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) a fin de obtener financiamiento. El rendimiento para el inversionista se presenta de dos formas:

- 1) *Dividendos:* estas son generadas por la empresa (las acciones permiten al inversionista crecer en sociedad con la empresa y, por lo tanto, participar de sus utilidades.



- 2) Ganancias de capital: estas ganancias es la diferencial en su caso entre el precio al que se compró y el precio al que se vendió la acción.

El precio de las acciones está en función del desempeño de la empresa, de las expectativas que haya sobre su desarrollo y de elementos externos que afectan al mercado en general. El inversionista debe evaluar cuidadosamente si puede asumir el riesgo implícito de invertir en acciones. Se debe de tener en cuenta que en el mercado accionario siempre se debe invertir con miras a obtener ganancias en el largo plazo. (*Bolsa Mexicana de Valores, 2013*).

1.10.4 Fondos mutuos

Se le llaman fondos mutuos, a la suma de aportes en dinero entregados por personas naturales y jurídicas a una sociedad anónima o administradora, para que la invierta en diferentes tipos de instrumentos financieros, estos son valores de oferta pública o incluso bienes, con el objetivo de conseguir una ganancia, que luego es repartida entre todos quienes hicieron un aporte.

Los fondos mutuos no tienen una ganancia garantizada, ya que se corren el riesgo de que las inversiones realizadas no entreguen la rentabilidad esperada. Por ello, la ganancia puede ser menor de lo esperado o incluso se puede llegar a perder parte o todo el dinero invertido. Debido a esto, la ley que regula este tipo de inversiones es clara en indicar que dicha inversión es por cuenta y riesgo de quienes hacen los aportes de dinero al fondo. (*Mercado de Divisas, 2013*)

1.10.5 Depósito a plazos

La inversión de depósito a plazos consiste en colocar dinero en una cuenta en un banco o entidad financiera por un periodo de tiempo determinado a cambio del pago de una tasa de interés determinada. Los depósitos a plazos se dividen en tres, los cuales se enumeran a continuación.



(Interbank 2012)

1. *Depósito a plazo fijo.* En este tipo de depósito la institución responsable está obligada a fijar un plazo, asó mismo a pagar en un día prefijado los ajustes e intereses devengados.
2. *Depósitos a plazo renovable.* En este caso se fija un plazo para el pago, pero en este caso cabe la posibilidad de prorrogar automáticamente el depósito por un nuevo período, de la misma cantidad de días, en caso de que el depositante no retire el dinero.
3. *Depósitos a plazo indefinido.* En este caso no se pacta fecha o plazo de vencimiento, si no que la institución depositaria se obliga a la restitución de un plazo prefijado siempre y cuando tenga la responsabilidad de dar aviso al cliente, de manera que se pagan los intereses y reajustes devengados desde la fecha en que se entera el depósito hasta que se cumpla la fecha avisada para su retiro.

1.10.6 Cuentas de ahorro

Una cuenta de ahorro es esencial para aquella persona que desea mantener sus recursos económicos en un lugar seguro y que al mismo tiempo le genere rendimiento. Esto se logra mediante el ahorro de dinero en una institución bancaria. Las ventajas de contar con una cuenta de ahorro son las siguientes:

- Se pueden realizar retiros en las sucursales del banco elegido
- Otorgan una tarjeta de débito por medio de la cual se realizan retiros y consultas a través de cajeros automáticos, así como se puede pagar en establecimientos afiliados.

(CONDUSEF, 2011)



Cuando se realiza la apertura de una cuenta de ahorro, es importante conocer y evaluar las comisiones y los servicios, así como el número y ubicación de sucursales existentes. Los rendimientos o comisiones son generados por manejo de cuenta, solicitud de movimiento y estado de cuenta en cajero.

1.10.7 Bienes raíces

Realizar una inversión en bienes raíces es una opción viable, si se hace una correcta investigación y elección. Alunas opciones para invertir son en terrenos, casas, edificios, departamentos etc. Para efectuar una correcta inversión es preciso determinar la cantidad de dinero destinada a dicha inversión y se debe de considerar que este tipo de inversión tiene una visión a largo plazo. La ventaja principal de adquirir bienes raíces es la obtención de utilidades, ya que se tiene una utilidad de hasta el 30% en un periodo promedio de tres años, lo anterior depende de qué tipo de bien se adquiera.

Este tipo de inversión debe ser vista como cualquier acción financiera, igual que cualquier acción hay que vender cuando están al alza, ya que al igual que en la bolsa de valores también hay ciclo en el sector inmobiliario. (*Castañeda, 2011*)

1.10.8 Franquicias

El modelo de negocio de Franquicias, fue creado para aquellas personas que buscan una oportunidad de crecimiento e independizarse económicamente y prefieren alternativas diferentes de inversión de capital.

Guillermo J. Bermúdez (2002) define a las franquicias como un sistema de cooperación empresarial con vocación de vincular a largo plazo, y contractualmente dos partes económicas y jurídicamente independientes, en virtud de la cual una de ellas, da buena fe y otorga a la otra el derecho de la explotación de su negocio y/o la fabricación, distribución y comercialización de los productos tangibles e intangibles de calidad contrastada.



Por su parte dentro de la ley de Propiedad Industrial (2012) en el art. 142 se fundamenta la definición legal de franquicias, en la cual a la letra dice:

”Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca, otorgada por escrito, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue”.

Cuando se tiene el propósito de invertir en unas franquicias, es de gran importancia que el emprendedor conozca claramente las peculiaridades del sistema para incrementar las posibilidades de éxito al elegir una franquicia.

CAPITULO 2



FRANQUICIAS Y LA INFORMACIÓN DEL CONTEXTO ACTUAL EN MÉXICO

“Nunca inviertas en un negocio que no puedas entender” Warren Buffet

2.1 Historia de las franquicias en México

La fecha de introducción de las Franquicias en México no es conocida debido a que durante la década de los ochentas la Ley de Inversiones Extranjeras restringía a los extranjeros de participar en diversas actividades que se consideraban que eran sólo para mexicanos, es por ello que la forma de introducir sus productos y servicios era mediante el otorgamiento de licencias de uso de marca y en algunos casos las empresas extranjeras lograban que el estado les reconociera la tecnología con que contaban para poder deducir los impuestos que de ello se generaban, de no lograr dicho registro podían transmitir la tecnología, con la sanción de no poder deducir dichos impuestos. (Alba, 2004)

A continuación en la tabla 2, se visualizan los acontecimientos más importantes que suscitaron en México con la introducción de las Franquicias.

Tabla 2.
Línea de Tiempo de las Franquicias.

1985	➤ 29 de Octubre, Primer Franquicia en México: McDonald's Nueva era y modalidad de emprendimiento de negocios probados
1989	➤ Primeras marcas Mexicanas: Dormimundo, contaba con 30 unidades y hoy tiene 2013
1991	➤ Las franquicias reconocidas como figura Jurídica vigente en la legislación Mexicana, en el artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial
1994	➤ A partir del 8 de Diciembre, se volvió obligatorio la entrega del circular de la Oferta de Franquicia (COF), la cual indica las características del estado de la empresa.



1995	<ul style="list-style-type: none">➤ Franquicias Mexicanas que traspasan fronteras: Helados Bing y Holanda, (España, Guatemala y El Salvador), Souvenirs Bye Bye, Flash Taco y VIPS, (Estados Unidos) y Juven's(ropa para bebés, niños y jóvenes) se expandía a Chile
1997	<ul style="list-style-type: none">➤ La AMF afiliaba a 150 marcas, lo que represento un crecimiento importante en el gremio, a pesar de ello se publican los primeros errores en las Franquicias.
1999 – 2000	<ul style="list-style-type: none">➤ Primeras franquicias de baja inversión, las cuales se adquirirían a partir de \$40,000. Estas franquicias ofrecían servicios como software para crear libros personalizados, diversos talleres y hasta un expendio de churros.
2001	<ul style="list-style-type: none">➤ Las franquicias representaban una de las opciones de negocios preferentes y seguros para los emprendedores. La AMF estima el crecimiento entre un 15 y 20% anual.
2005	<ul style="list-style-type: none">➤ En octubre: la AMF, los principales consultores de negocios, Franquicias y la Comisión de Economía de la LIX Legislatura de la Cámara de Diputados, se logró la modificación a la definición de Franquicias en el art. 142, así como el contenido mínimo de la COF.
2006	<ul style="list-style-type: none">➤ Proceso el Programa Nacional de Franquicias (PNF), llamado “Crédito a Franquicias”, contando con \$40 millones como fondo de garantía.
2007	<ul style="list-style-type: none">➤ En la edición 15 de 500 Franquicias se reportó la exportación de El Fogoncito a China, primer restaurante de franquicias mexicano en el país asiático, así como Fonart 100% Mexicano en mercados Centroamérica.



2008	<ul style="list-style-type: none">➤ México estaba ubicado como el séptimo país generador de marcas de Franquicias.
2009	<ul style="list-style-type: none">➤ Las micro franquicias se diversifican de tal manera que podían prescribir de grandes locales o de mayor número de personal y como una importante opción para ser adquiridas por emprendedores
2013	<ul style="list-style-type: none">➤ En esta nueva era se puede asegurar que el sector se encuentra en una etapa decisiva, la cual puede significar sólo una cosa: crecimiento. Las franquicias en México están bien fundamentadas; el Gobierno Federal lo sabe, y el presidente Enrique Peña Nieto, ha mostrado interés para continuar el apoyo, aunque todavía no está delimitado el procedimiento. <p>En la actualidad, las universidades de México toman el caso de las Franquicias como una gran oportunidad de crecimiento empresarial. Actualmente en México existen 1,370 marcas de franquicias; 873 más que las publicadas en la primera edición de las 457 Franquicias (1994) de Entrepreneur.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de Tocatli, 2013



2.2 Definición de franquicia

Las franquicias es una modalidad de negocio en donde, mediante acuerdo comercial y financiero, una empresa denominada franquiciador permite utilizar su formato de negocios a otra llamada franquiciatario o franquiciado mediante el pago de regalías. El franquiciador es el propietario del modelo o formato de negocio, mientras que el franquiciado es quien explota el formato de negocio pagando a cambio unos derechos y unas regalías. *(Duarte, 2003)*.

Por lo tanto este formato es dirigido a la comercialización de bienes y servicios, en el cual la persona llamada franquiciatario gozara el usar la marca o nombre comercial, a fin de que se transmitan los conocimientos técnicos necesarios que permitan la comercialización y métodos administrativos a implementarse.

Otro concepto de franquicia el cual suena interesante menciona que: “Es un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios según el cual, una persona física o moral concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial, transmitiéndole los conocimientos técnicos necesarios que le permitan comercializar determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes” *(Steven y Gregory, 2004)*

Tomando como referencia los conceptos anteriores de franquicias, es importante indicar que dicho modelo se caracteriza por brindar un sistema de negocio completo y totalmente regulado, pero es transcendental investigar todos los conceptos relacionados, a fin de entender por completo lo que es el sistema de franquicias

2.3 Principales tipos de franquicias

Dentro del sistema de Franquicias existen diversos tipos, en las cuales cada una tiene su propio prototipo. Esta variación se debe a la clase de contrato que utilice, al perfil del público al que va dirigido y a la capacidad de inversión que posea cada persona.



Esto se debe a que las franquicias son un tipo de relación contractual entre dos personas jurídicas que mantienen una actividad empresarial, beneficiándose económicamente ambas partes. Existen varios tipos o clasificación de franquicias, que se deben de considerar antes de ser adquiridas. Siendo las más importantes las siguientes:

(SoyEntrepreneur, 2012)

Franquicia Comercial: Es aquella donde el Franquiciante cede a sus franquiciatario todos los elementos necesarios que le permitan la venta de productos o servicios al consumidor. Se trata de franquicias que se obtienen para explotar un punto de venta o un mercado. Es una de las franquicias mejor desarrolladas, debido a que su estandarización en las operaciones permite la obtención de muchas ventajas, como la internacionalización del negocio o la obtención de una marca probada. (Ejemplo: las franquicias de teléfonos celulares, tiendas de regalos, restaurantes, cafés, agencias de viajes, etc.)

Franquicia Industrial: En este tipo, el Franquiciante cede al franquiciatario el derecho de fabricación, la tecnología, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y de gestión y; las técnicas de venta. (Ejemplo: franquicias de comida)

Franquicia de Distribución: La prioridad de esta franquicia es la distribución de productos, aun cuando el Franquiciante es el fabricante como para cuando actúe como central de compras. (Ejemplo: franquicias de muebles y ropa)

Franquicia de Servicio: Tiene como objeto prestar un servicio al cliente mediante un negocio especializado. (Ejemplo: franquicias de escuela de idiomas o alguna otra capacitación, franquicias dedicadas al mantenimiento de autos, franquicias que ofrecen el servicio de traducciones.



2.4 Definición de franquiciante y franquiciado

Como se ha podido visualizar dentro de la definición de franquicias, se observan dos actores de gran importancia, los cuales son el franquiciante y el franquiciario, a continuación se mencionan los conceptos de cada uno de estos actores.

- Se le llama franquiciante o franquiciador a la persona física o moral dueña de la marca que transmitirá la tecnología y explotación de la misma, esta posee los derechos de la marca y los mecanismos u conocimientos técnicos y administrativos
- El franquiciatario o franquiciado es aquella persona que adquiere mediante un contrato y por tiempo determinado el derecho de utilizar una marca posicionada en el mercado, es decir esta adquiere los derechos de comercializar bienes o servicios recibiendo los apoyos para la organización, administración y control del negocio, con la única finalidad de disminuir los riesgos de inversión. (*Castro y González, 1998*)

2.4.1 Ventajas de franquiciante y franquiciado

Ventajas del Franquiciante.

Como se mencionó anteriormente, existen dos actores importantes, y esto son: el franquiciante y franquiciatario, los cuales tienen diversas ventajas al incorporarse a dicho negocio. Las ventajas de la concentración al modelo de franquicias se muestran en la tabla 3. En ella se enumeran las ventajas más importantes al convertirse en franquiciante.

Tabla 3.
Ventajas de franquiciante

Ventajas	
1	Expansión dinámica del negocio a través de la franquicia a cualquier país, ya que se basan en sistemas organizados y probados, que garantiza un aprovechamiento eficiente y productivo de los recursos,
2	El franquiciatario corre con los gastos de inversión del proyecto del negocio: el franquiciante será beneficiado con la expansión de su negocio con una aportación no muy elevada de capital.
3	Utilizar la imagen de marca: se producirá un efecto multiplicador que fortalecerá la presencia de la marca del franquiciante en el mercado, y la responsabilidad será compartida, para el beneficio mutuo
4	Facilidad para acceder a mercados exteriores: las posibilidades de expansión exceden del ámbito local o incluso nacional, pudiendo desarrollarse en otros países a través de la fórmula de máster franquicia.
5	Mejor planificación de las funciones de fabricación y aprovisionamiento: realizar grandes economías de escala en fabricación, compras de stock, materiales, bienes de equipo, entre otras.
6	Esfuerzos de marketing y comunicación: aprovechamiento de las múltiples economías de escala que pueden derivarse de la coexistencia de varios establecimientos que desarrollan una misma actividad operando bajo la misma imagen.

Fuente: Elaboración propia a partir de Promexico, 2013

Ventajas del Franquiciatario

Siguiendo con los actores del modelo de franquicias, se presenta en la tabla 4 los puntos más importantes de las ventajas que adquiere un franquiciado al incursionar en el sistema de franquicias.

Tabla 4.
Ventajas de Franquiciado

Ventajas

- 1 Iniciar un negocio propio con independencia e integración en una red comercial claramente identificada por el consumidor.
- 2 Adquirir el know-how del franquiciante así como tener el conocimiento previo de las posibilidades y rentabilidad del negocio que se pretende iniciar.
- 3 Utilizar y aprovechar las múltiples economías de escala que pueden derivarse de la coexistencia de varios establecimientos que desarrollan una misma actividad operando bajo la misma imagen.
- 4 Recibir, en la mayoría de los casos, apoyo financiero para acometer las inversiones iniciales necesarias.
- 5 Obtener asesoría en aspectos técnicos, en la realización de estudios de mercado, localización de la ubicación más adecuada, capacitación del personal, publicidad, decoración del local e informática.
- 6 Obtener el beneficio de aquellos estudios que resulten exitosos, ya que el franquiciante continuará con su labor de investigación y experimentación de nuevas técnicas y productos/servicios.

Fuente: Elaboración propia con datos de Promexico 2013

2.4.2 Relación franquiciante - franquiciario

En una sociedad, las relaciones humanas juegan un papel muy importante en el desarrollo de las mismas, es por ello que en el sistema de franquicias la relación que existe entre franquiciante y franquiciado debe ser estrecha y sincera.

Según Guillermo Domínguez (2012), menciona que la relación existente entre franquiciante y franquiciado es una analogía de un matrimonio, ya que la relación entre ambas partes se basa en la confianza, la comunicación y el respeto.



A fin de lograr formar un grupo sólido, en donde los involucrados busquen los mismos objetivos y el éxito del sistema de Franquicias.

A lo anterior, cabe señalar que dentro de dicha relación debe de existir mecanismos que permitan desarrollar la relación a corto y largo plazo, a través de la convivencia y confianza mutua. La relación entre ambos actores debe de ser meramente como socios y colegas, ya que ambos tienen derechos y obligaciones, que les permite igualar sus expectativas referentes al éxito deseado.

Cuando las expectativas, compromiso y entendimiento personal no son compatibles con el sistema de franquicia deseado, la mejor decisión es buscar otra opción de inversión de capital, ya que simplemente no se llegaría a alcanzar las metas planteadas por ambos participantes. Por lo que siempre es importante estudiar la opción de negocio en el cual se desea incursionar, a fin de identificar si el sistema planteado va de acuerdo a la personalidad y visión del inversor.

2.5 Derechos y obligaciones del franquiciante y franquiciario

Todas las sociedades empresariales deben mantener sus relaciones comerciales en un correcto desarrollo, y las franquicias no son una excepción. Es por ello que dentro del sistema de franquicias las partes actoras tienen derechos y obligaciones que deben de respetar y seguir para funcionar correctamente con su franquiciatario, quien también tiene derechos y deberes que cumplir.

Si esta relación se maneja de forma ordenada, clara y confiada, los negocios entre ambos no tendrán conflictos que puedan llevar a un término de la sociedad.



En la figura 3, se presenta en forma de lista, las obligaciones del franquiciante y franquiciado, en ella se refleja los puntos más sobresalientes que tienen que cumplir los integrantes del sistema, dichos puntos se plasman dentro del contrato de franquicia, con el único propósito de contar con una evidencia legal, que sustente las acciones a realizarse por ambas partes. Posteriormente en la figura 4, se exhiben los derechos de las partes actoras de las franquicias, y cabe mencionar, que de igual forma tienen que estar plasmados dentro del contrato.

Tanto las obligaciones como los derechos son instrumentos importantes que deben ser perfectamente analizados, a fin de evitar futuras irregularidades.

Figura 3.
Obligaciones de Franquiciante y Franquiciatario.

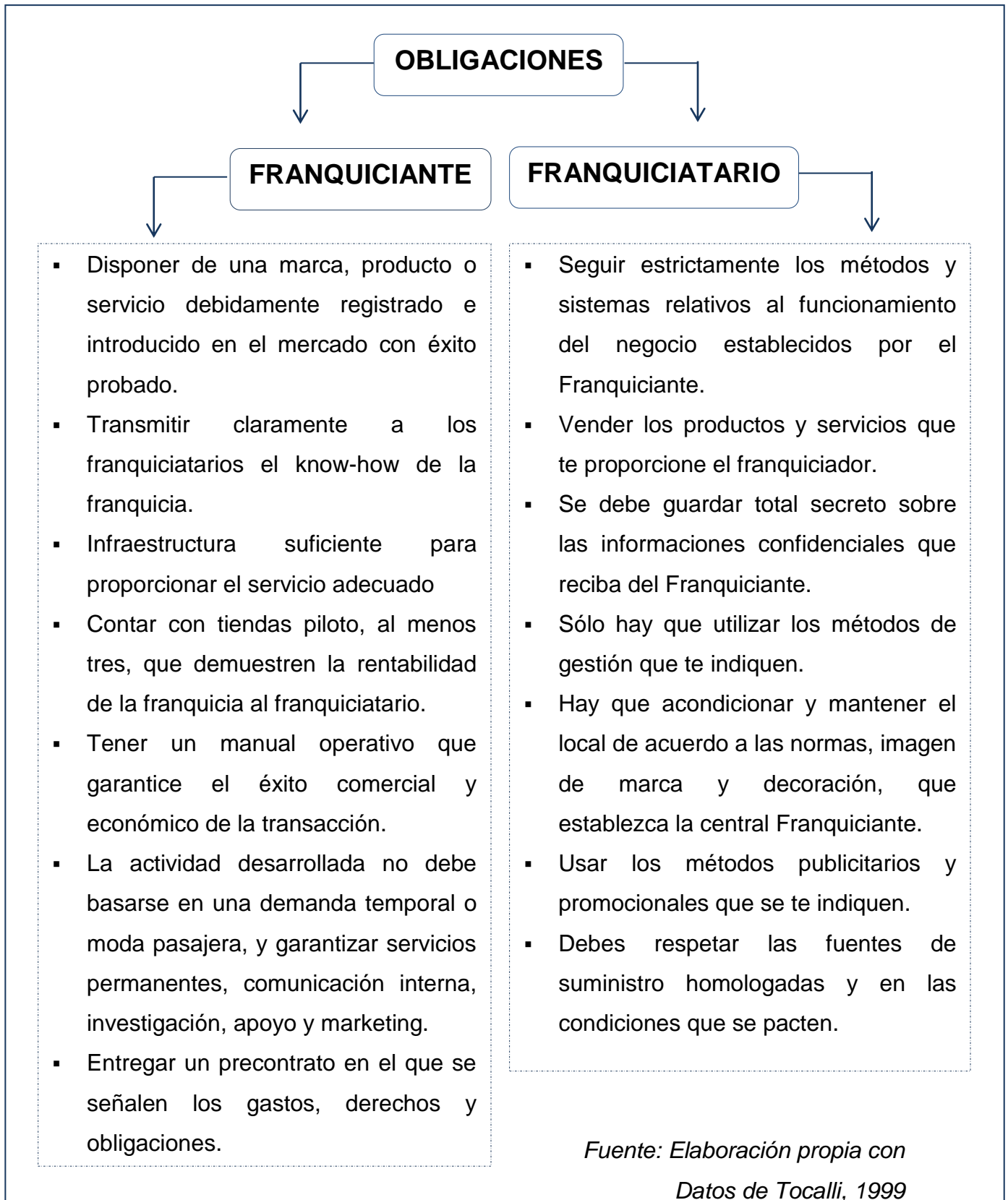
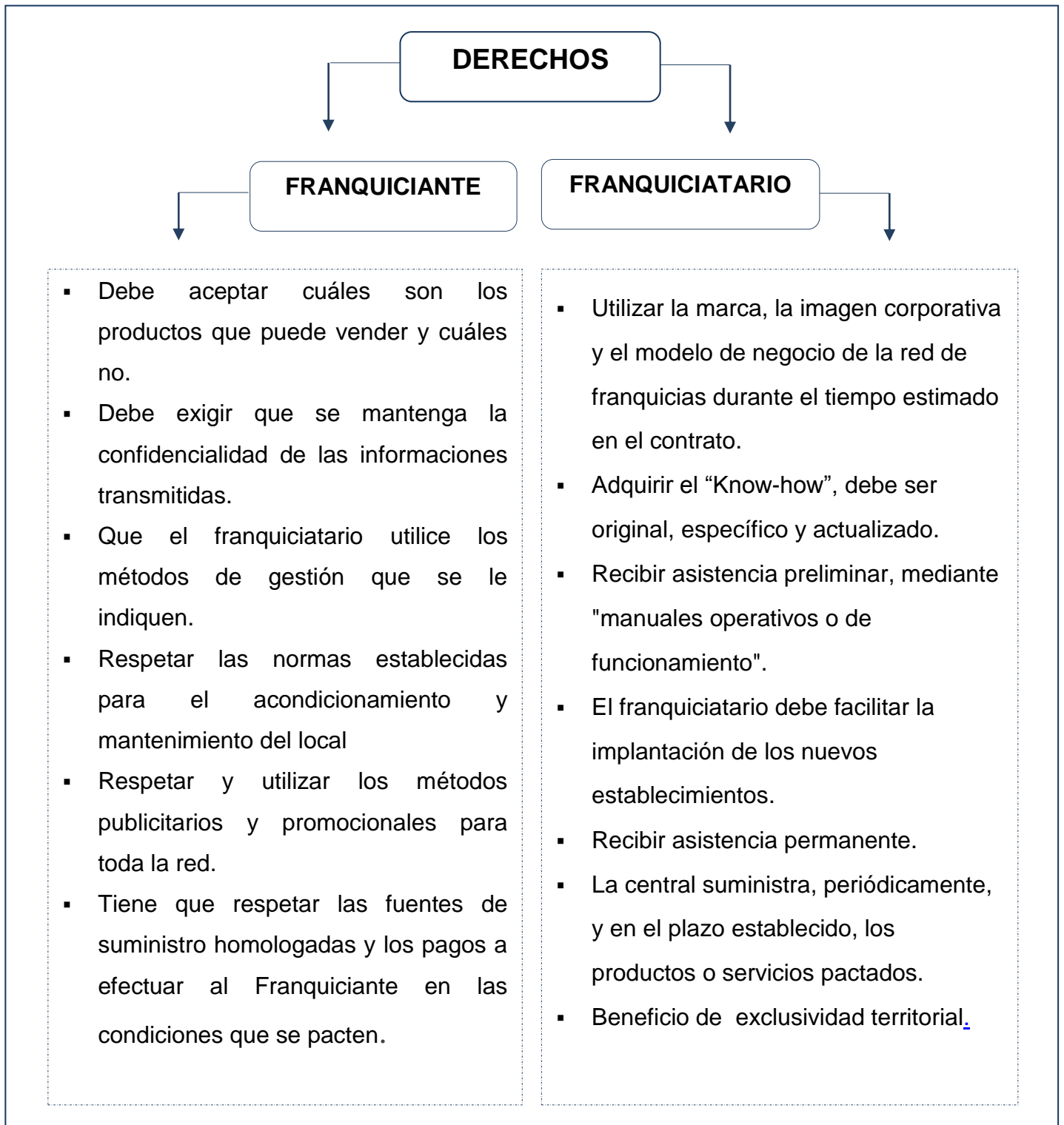


Figura 4.
Derechos de Franquiciante y Franquiciatario.

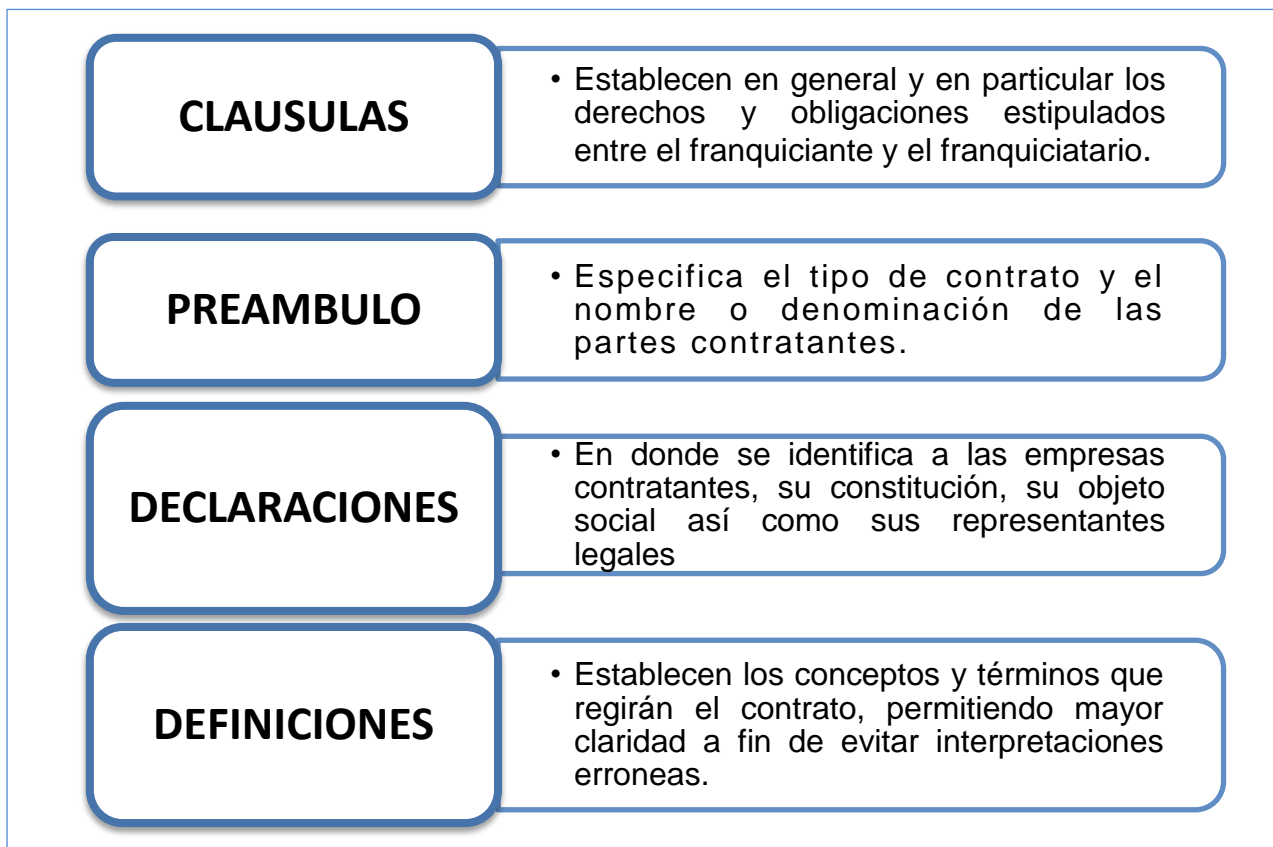


Fuente: Elaboración propia con datos de Tocalli, 1999

2.6 Contrato de franquicia

Después que se ha expuesto lo relacionado a los principios y elementos del sistema de franquicias, se presenta la siguiente interrogante, ¿Cuál es la forma o medio para franquiciar? La respuesta es simple, a través de un contrato de franquicia, y ¿Qué es un contrato de franquicia? Según Catalina Ruiz (2008) El contrato de franquicia es el documento que define el tipo de relación existente entre el franquiciante y el franquiciatario, determinando qué papel le corresponde a cada uno en el desarrollo de la franquicia: sus responsabilidades, derechos y limitaciones. El mismo puede ser considerado como un documento que facilita la circulación y distribución de los bienes y servicios, ofreciendo cierta seguridad a la inversión, pues se brinda un producto o servicio, ya introducido y probado en el mercado. En la figura 5, se muestra los elementos que integran el contrato de franquicias.

Figura 5.
Estructura del contrato de franquicia.



Fuente: Elaboración propia con datos de Promexico, 2012



2.6.1 Características del contrato de franquicia

(González, 1994)

1. *Oneroso*. Esto es porque cada una de las partes (franquiciatario) obtiene una ventaja a cambio de una contraprestación en dinero a favor de la otra (franquiciante).
2. *Conmutativo*. Porque desde el momento de la celebración cada una de las partes conoce las obligaciones y ventajas que le corresponden.
3. *No formal*. No se exige ninguna forma específica en que deba ser instrumentado.
4. *Atípico*. No se encuentra legalmente regulado ni en el Código Civil o ley nacional.
5. *Consensual*. Porque queda perfeccionado y genera los efectos jurídicos correspondientes desde el momento en que las partes manifiestan su consentimiento.
6. *Bilateral*. Porque cada una de las partes se encuentra obligada respecto a la otra, existiendo prestaciones recíprocas para cada una.
7. *Tracto sucesivo*. Las obligaciones que se generan para cada parte no se agotan en el momento de la celebración del contrato sino que perduran más allá de éste.

2.7 Costos de una franquicia

Dentro del sistema de franquicia existen diferentes factores que se tienen que tomar en cuenta antes de adquirir cualquier tipo de franquicia, y uno de estos factores se encuentra dentro de la pregunta ¿cuánto cuesta?



Dentro de este modelo de negocio la cifra total del costo de la franquicia varía dependiendo de diversos elementos, como lo son: montos de inversión y la cuota de franquicia, si se requiere de un local o no y de más elementos que se mencionan a continuación.

(Ilse Maubert, 2010)

Antes de la Apertura

Cuota de Franquicia. También conocida como canon de entrada o fee de franquicia, esta se refiere al pago que realiza el franquiciatario o inversionista al dueño de la empresa que será franquiciada, por formar parte de su red, y esta incluye: licencia de uso de marca, el soporte y la capacitación inicial para operar el negocio, para determinarla, el franquiciante utiliza variables tales como: el costo de la consultoría para desarrollar su modelo y cuánto invirtió en publicidad para darse a conocer como oportunidad de negocios.

Así mismo, se considera el costo del proceso de apertura de cada unidad, que va desde la investigación para elegir al franquiciatario ideal hasta el entrenamiento del equipo de trabajo.

También influye el valor de la marca, aunque éste es un factor intangible, la suma de estos elementos, conocida como “valor piso”, y se divide entre el número de sucursales que se pretenden abrir, posteriormente el resultado se compara con el precio de la competencia y finalmente se fija según la estrategia que elija el dueño.

Inversión Inicial. En este punto se contemplan criterios como la adaptación o remodelación del local, equipamiento, mobiliario, inventario inicial y capital de trabajo. Es fundamental que se cuente con este último recurso durante los primeros tres meses de operación, en tanto se estabiliza el negocio y alcanza su punto de equilibrio.



Después de la Apertura

Regalías. Este punto se refiere básicamente a la contraprestación periódica que paga el franquiciatario al franquiciante por el derecho y goce del uso de marca, el know-how y la asistencia técnica.

Aunque no existe una fórmula para calcularla, se consideran varios aspectos para fijar esta contraprestación. Entre ellos, cuánto gasta el franquiciante en apoyar a su red, en investigar y desarrollar nuevos productos y servicios. Se pueden cobrar de manera fija o variable; en función de las ventas, las utilidades o las compras; y con una periodicidad semanal, quincenal o mensual. Es importante tomar en cuenta que el hecho de que se cobre o no regalías y que éstas sean altas o bajas no determina el éxito de un negocio, simplemente es una estrategia financiera y comercial de la marca para diferenciarse de la competencia.

Cuota de publicidad. Esta cuota se utiliza para la creación de marca y la generación de nuevos clientes y existen dos tipos:

- *Institucional.* Este es el fondo común de todos los franquiciatarios de la red., es administrado por el franquiciante y se destina a promociones y campañas de marketing en televisión, radio y revistas especializadas.
- *Local.* En este punto se refiere a la inversión que realiza cada franquiciatario en su área de cobertura, como por ejemplo; volanteo, anuncios y visitas, esta se plantea según el tipo y el tamaño de la franquicia y se cobra únicamente la publicidad institucional, ambas o ninguna.

Pagos adicionales. Como en todos los negocios siempre existen desembolsos que no están totalmente previstos dentro del funcionamiento del mismo, en este caso son gastos que no vienen totalmente específicos dentro de las cuotas, este pago tiende a minimizar el impacto de gastos adicionales a la apertura del negocio.



Renovación del contrato. Este pago se realiza al término de la relación franquiciante-franquiciatario, siempre y cuando el contrato de franquicia se renueve. Este costo puede ser la cuota de franquicia vigente en ese momento o un porcentaje, e incluso la remodelación de la unidad, es importante mencionar que no todas las franquicias cuentan con esta cuota.

Traspaso. Este pago solo se da exclusivamente, cuando por alguna razón el franquiciatario transfiere la operación a otra persona y debe cubrir un pago para que la empresa investigue y capacite al nuevo inversionista.

Cuota por retrasos o incumplimiento de obligaciones. Como su nombre lo dice, este pago se da por el incumplimiento de las obligaciones por parte del franquiciatario, básicamente el pago se realiza para cubrir diferentes gastos fijos, como lo son: renta mensual del local, servicios de luz, agua, gas, teléfono e Internet, seguros y nómina de empleados.

2.8 Regulación legal de las franquicias

La regulación de las franquicias se ha dado gracias a su crecimiento en México, básicamente se debe, entre otras cosas, a que a partir de 1990 fue desarrollándose poco a poco una legislación dirigida a otorgar mayor seguridad jurídica a franquiciantes y franquiciatarios.

La legislación en materia de franquicias, consta de sólo dos artículos en dos diferentes disposiciones legales.

- Artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial (1994). Existirá franquicias, cuando con la licencia de uso de marca, otorgada por escrito, se transmitirá conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede y pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener, la calidad y prestigio o imagen de los productos o servicios a los que se distingue.



Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretende dar conceder, por lo menos con treinta días previos a la celebración del contrato respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley.

La falta de veracidad en la información a que se refiere el párrafo anterior dará derecho al franquiciatario, además de exigir la nulidad del contrato, a demandar el pago de los daños y perjuicios que se le hayan ocasionado por el incumplimiento. Este derecho podrá ejercerlo el franquiciatario durante un año a partir de la celebración del contrato. Después de transcurrido este plazo solo tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato.

- Artículo 65 del Reglamento de la ley de la Propiedad Industrial, que define con exactitud el contenido de la COF

Los artículos antes mencionados muestran claramente la legislación que aplican en el sector franquicias, aunque esta se visualiza incompleta es necesario resaltar que este sistema ha funcionado correctamente.

2.9 Contexto de las franquicias en México

En los últimos años autoridades federales, estatales y expertos en el sector franquicias han realizado diversas actividades con el objetivo de difundir dicho modelo de negocios.

Una de las principales tareas de difusión del sistema de franquicias es la obtención del desarrollo del mismo, dentro de toda la república Mexicana, la cual trata de mostrar el contexto actual de las franquicias a nivel nacional así como las cifras a nivel estatal y las oportunidades de emprendimiento existentes para cada localidad. Al realizar la difusión del programa se presentó los siguientes datos:



Las ciudades más importantes que se visitaron son: Querétaro, Morelia, Tijuana, Culiacán, Mazatlán, Pachuca, Toluca, Tlaxcala, Xalapa, Veracruz, Villahermosa, Mérida y Cancún.

En cada una de estas entidades se ha contado con la presencia de autoridades federales, estatales, expertos en franquicias y consultores, los cuales se encargaron de realizar los levantamientos de información pertinentes para realizar el estudio pertinente y resaltar datos de impacto para el país. Los resultados mostraron que México ocupa el séptimo lugar en franquicias con un total de franquicias que han operado en el país de 1, 500 marcas de las cuales se encuentran en funcionamiento actualmente cerca de 980 y de estas, 820 están registradas en la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF).

Alrededor del mundo existen alrededor de 17 mil franquiciantes y 1.2 millones de franquiciatarios. China y Estados Unidos son los países con mayor número de franquicias con 1, 900 marcas y Estados Unidos con 1, 500. El modelo de franquicias llegó a México desde hace 21 años y desde ese día menos de 65 marcas (6.6% del total de franquicias que han tenido presencia en México) han desaparecido. Las franquicias a nivel nacional generan utilidades aproximadamente de 95 mil millones de pesos anuales, generando 600 mil empleos o un promedio de 7 empleos por unidad aperturada. A partir de la creación del Programa Nacional de Franquicias en 2007, se proyecta la creación de 500 mil nuevos puestos para el año 2012.

En el desarrollo de nuevas franquicias se refiere, también los expertos aseguran que el Distrito federal ocupa el primer lugar siendo tabasco con 6 franquicias el último lugar en registrar nuevos conceptos de negocios franquiciables. (Asociación Mexicana de Franquicias, 2012)

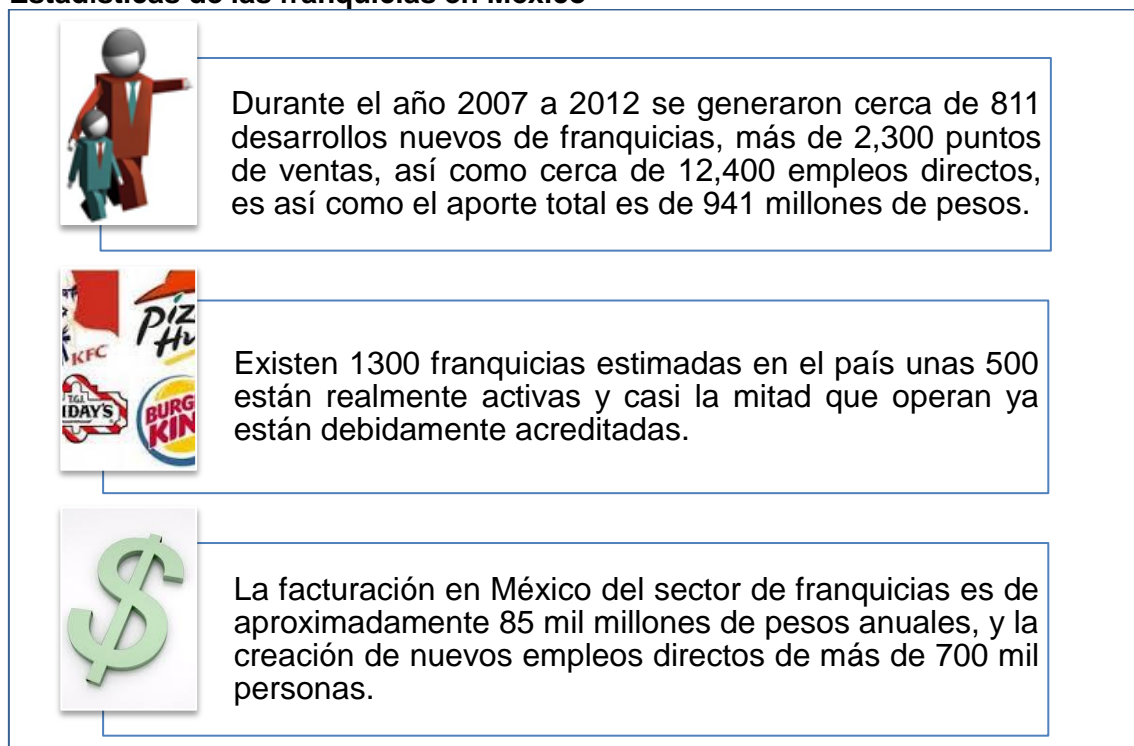
2.10 Estadísticas de las franquicias en México

Dentro del país el sistema de franquicias ha demostrado ser un modelo de negocio seguro y atractivo para los jóvenes emprendedores, dicha información lo demuestra los estudios realizados por parte de la Asociación Mexicana de Franquicia en el año 2012 a fin de:

- Ubicar el desarrollo de las Franquicias en México.
- Difundir entre los medios de comunicación las cifras del sector, a fin de demostrar la fuerza de las Franquicias en el ámbito nacional e internacional.
- Lograr una presencia real en medios, mediante la emisión de boletines de prensa.

En la figura 6, se presenta los resultados de un estudio realizado que muestra estadísticas importantes sobre el crecimiento de las franquicias, y que demuestra la importancia que tienen para el desarrollo del país.

Figura 6.
Estadísticas de las franquicias en México

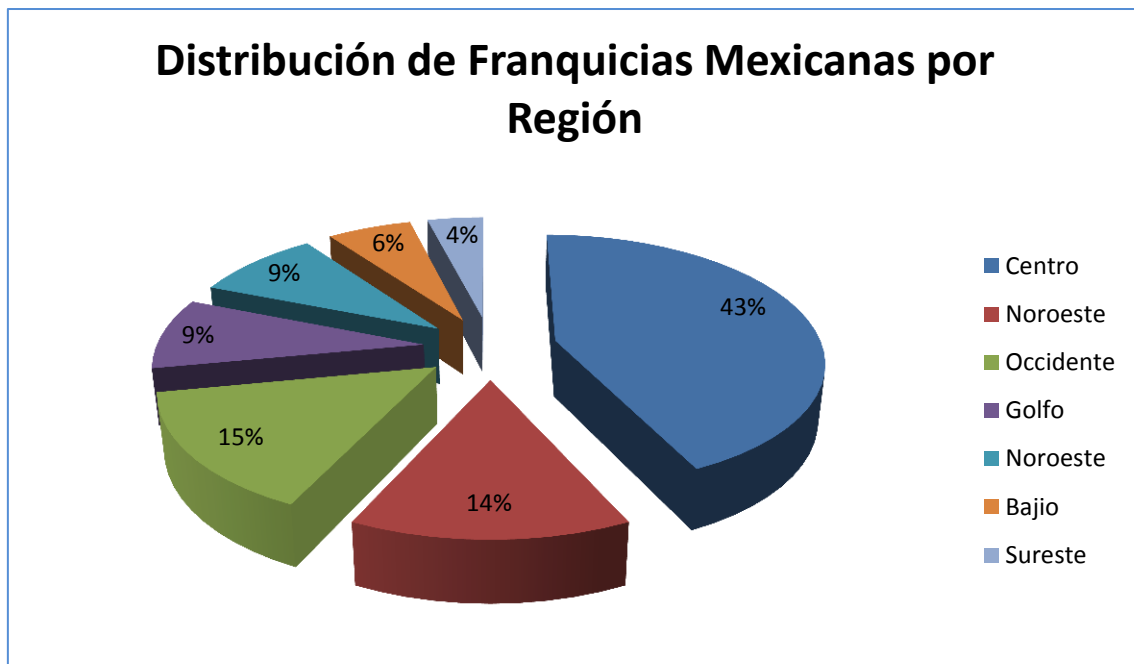


Fuente: Elaboración propia con datos de Asociación Mexicana de Franquicias, 2012

A lo anterior, es preciso destacar la necesidad de potencializar las franquicias y que las nuevas aperturas se materialicen, esto se lograra a través del impulso, mediante apoyos específicos claros y orientados a la utilización de dicho modelo exitoso.

El análisis de la información mencionada anteriormente arroja resultados generales, los cuales se muestran en la figura 7, a través de una gráfica, en la que se observa el esparcimiento del modelo de negocio por región.

Figura 7.
Distribución de las Franquicias en México.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias, 2013.

CAPITULO III



ASOCIACIÓN Y FINANCIAMIENTO MÁS IMPORTANTE DE LAS FRANQUICIAS

“Invertir en conocimientos produce siempre los mejores beneficios”.

Benjamín Franklin.



3.1 Asociación mexicana de franquicias (AMF)

(Asociación Mexicana de Franquicias, 2012)

La Asociación Mexicana de Franquicias fue creada en 1989 siendo el único órgano representativo de las franquicias en México, esta asociación trabaja día a día para difundir y promover a las franquicias como un modelo de negocios exitoso. Dicha asociación se ha visto fortalecida desde entonces gracias al empeño y participación de sus miembros activos, contando en la actualidad con más de 270 afiliados, entre los cuales podemos contar a las principales franquicias nacionales y extranjeras que operan en nuestro país y que se distinguen con las marcas más reconocidas y renombradas en el mercado.

La AMF es un organismo representativo del sector de franquicias cuya atención se enfoca en contribuir para que este modelo de negocio siga creciendo, y desarrollándose en nuestro país, ya que constituyen un modelo básico para la generación de empleos.

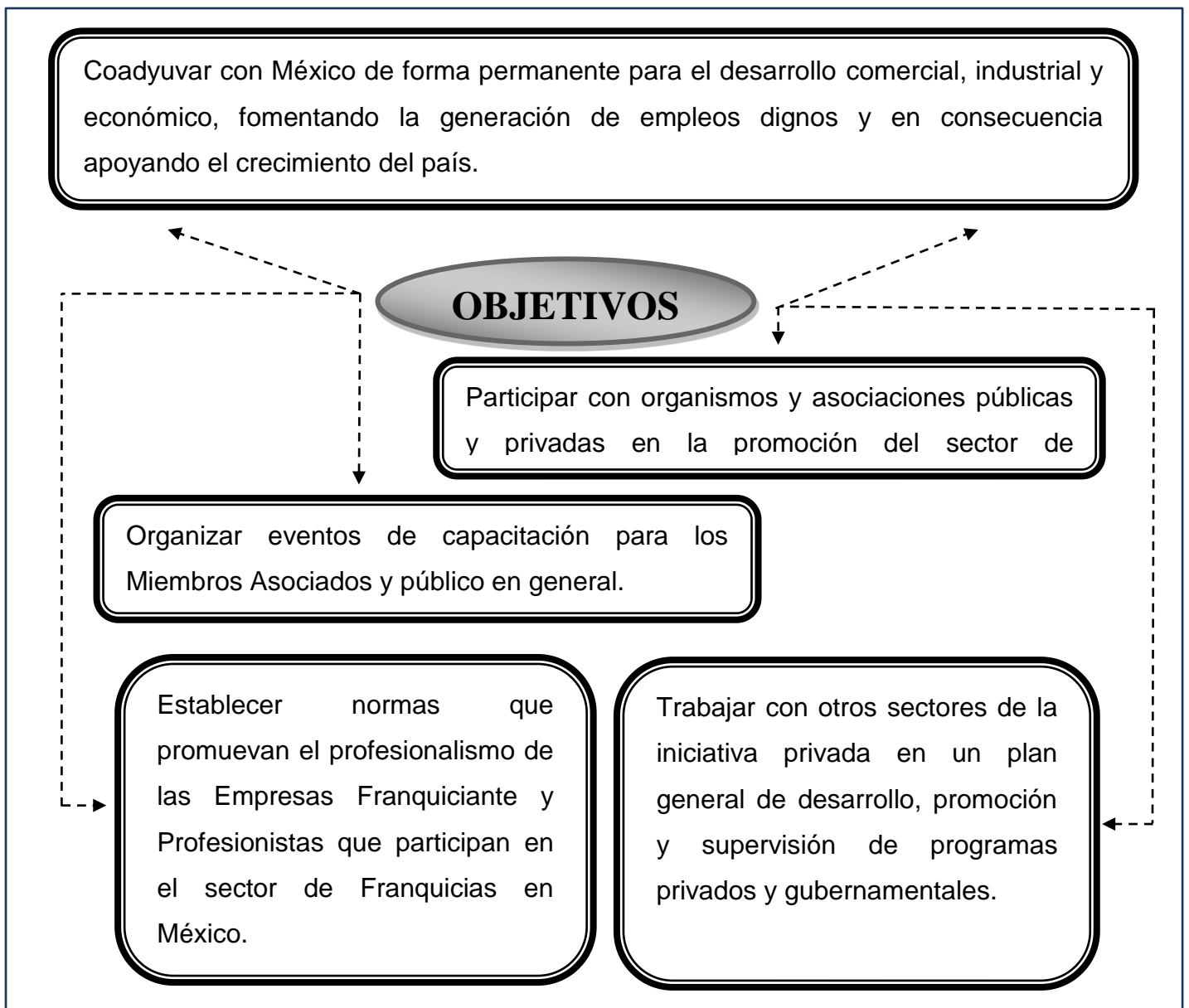
Es por ello que la asociación inicia con una pauta para crear métodos, políticas y técnicas que desarrollen la mejora en la empresa; así como la seguridad que empuja a inversionistas a invertir en este modelo de negocio, así como la gran ayuda que representa para la promoción de alguna marca. Dentro de la asociación solo existe un par de integrantes los cuales son:

- *Asociados Franquiciantes:* Son Asociados Franquiciante todas las personas físicas o morales otorgantes de franquicias dentro del territorio nacional, ya sea que estén domiciliadas en México o en el extranjero.
- *Asociados Franquiciatarios:* Cualquier persona física o moral que contractualmente haya adquirido una o varias franquicias unitarias y/o regionales siempre y cuando satisfaga los requisitos de afiliación que apruebe la Asamblea General de Asociados.

3.1.1 Objetivos de la AMF

En cuanto a los objetivos de la AMF se mencionan los puntos más importantes, ya que es la base de la presente asociación y es la pauta que contribuirá a la solides y confianza de la misma. En la figura 8, se presenta un cuadro donde se mencionan los principales objetivos que rigen a la AMF.

Figura 8.
Objetivos de la AMF

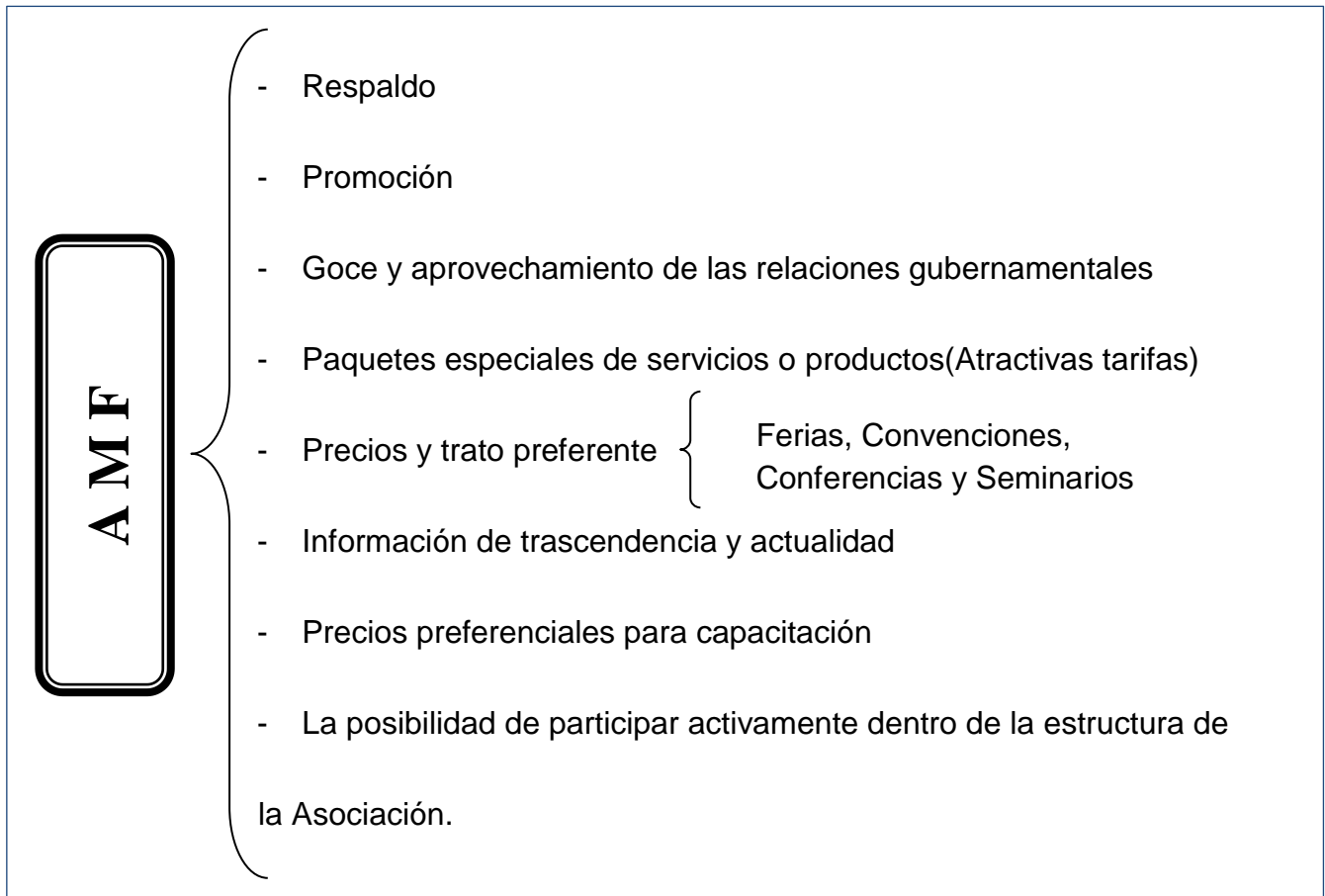


Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias, 2012.

3.1.2 Beneficios que aporta la AMF

Al ser creada la Asociación Mexicana de Franquicias se establecieron una serie de beneficios únicos, que gracias al empeño y participación de sus miembros activos se han desarrollado y aplicado al pie de la letra las cuales se muestran en la figura 9, mediante un cuadro conceptual, en donde se mencionan los beneficios más importantes.

Figura 9.
Beneficios de la AMF



Fuente: Elaboración propia con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias, 2012.



3.2 Financiamiento Fondo pyme

Es el primer Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME), es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Tiene por objeto fomentar el desarrollo económico nacional, regional y sectorial, mediante el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como impulsar.

3.2.1 Principales objetivos del fondo Pyme

Dentro del proyecto fondo Pyme se plantean diversos objetivos, que contribuyen en el desarrollo del país, y estos se enumeran a continuación.

1. Lograr que el fondo PYME tenga resultados medibles y cuantificables en los beneficiarios, los cuales son: el incremento en ventas, el incremento en empleo, la mejora de la productividad, el aumento de la competitividad, un mejor posicionamiento en el mercado, el acceso a nuevos mercados, el incremento de la calidad de los productos y/o servicios.
2. Lograr que la entrega de los apoyos del fondo PYME sea resultado de una política incluyente de apoyo al emprendimiento y a las MIPYMES del país.
3. Generar mediante la colocación eficaz y la selección, los mejores proyectos presentados al Fondo PYME a través de un proceso de evaluación sólido y transparente.



4. formación de los emprendedores y de las MIPYMES del país.
5. Crear mecanismos eficientes de generación y distribución de los apoyos que garanticen el ejercicio de los recursos del Fondo PYME y la llegada de los mismos a los beneficiarios. (*Secretaría de Economía, 2013*).

Los anteriores objetivos deberán llevarse a cabo de manera eficaz y oportuna a fin de consolidar el surgimiento, fortalecimiento y competitividad de los emprendedores y de las MIPYMES.

3.2.2 ¿Cómo funciona el Fondo Pyme?

Como se mencionó anteriormente el Fondo Pyme, es un fondo dispuesto por el gobierno federal, para apoyar las actividades emprendedoras y el fortalecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs). Cabe mencionar que también proporcionan apoyo para las grandes empresas, siempre y cuando se trate de proyectos que generen impactos económicos, regionales o sectoriales, que generen empleos o beneficien de manera directa o indirecta a emprendedores, y a instituciones y organizaciones del sector público y privado que operen programas de la Secretaría de Economía en apoyo a emprendedores y Mi Pymes, a través de las bases establecidas por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM).

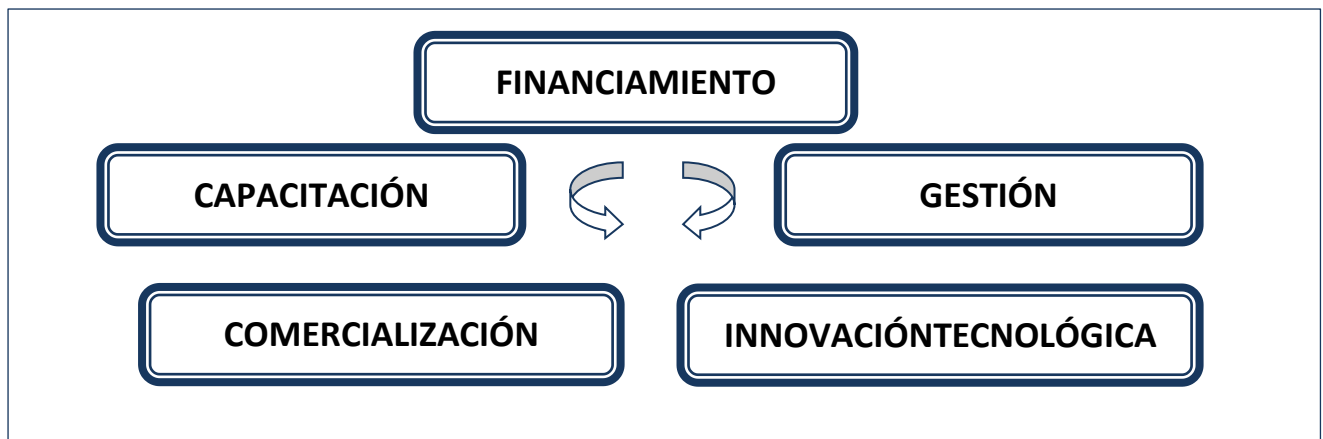
Los apoyos se entregarán a través de organismos intermedios y, en algunos casos, a la población objetivo vía convenios específicos realizados por el INADEM.

Respecto al Financiamiento otorgado al sector franquicias, destaca el apoyo a la generación de nuevos empleos, en nuevos puntos de venta, con un monto máximo de 15 mil pesos por empleo generado, equivalente al 90% de apoyo. Para ser parte incluyente de Fondo Pyme y poder ser beneficiado es necesario contar con diverso requisitos que deben de ser cumplidos, los cuales son:

- Ser ciudadano Mexicano
- Estar constituido como empresa
- Los proyectos deben de pertenecer a una incubadora de negocios.

Está integrado por recursos federales con el objetivo de ayudar a los negocios, en particular a los de menor tamaño, y a emprendedores para que desarrollen sus proyectos productivos. Los recursos se dan a través de programas estatales, regionales y sectoriales que ayudan a las empresas en cinco vertientes, estas se muestran en la figura 10.

Figura 10.
Gestión del fondo Pyme

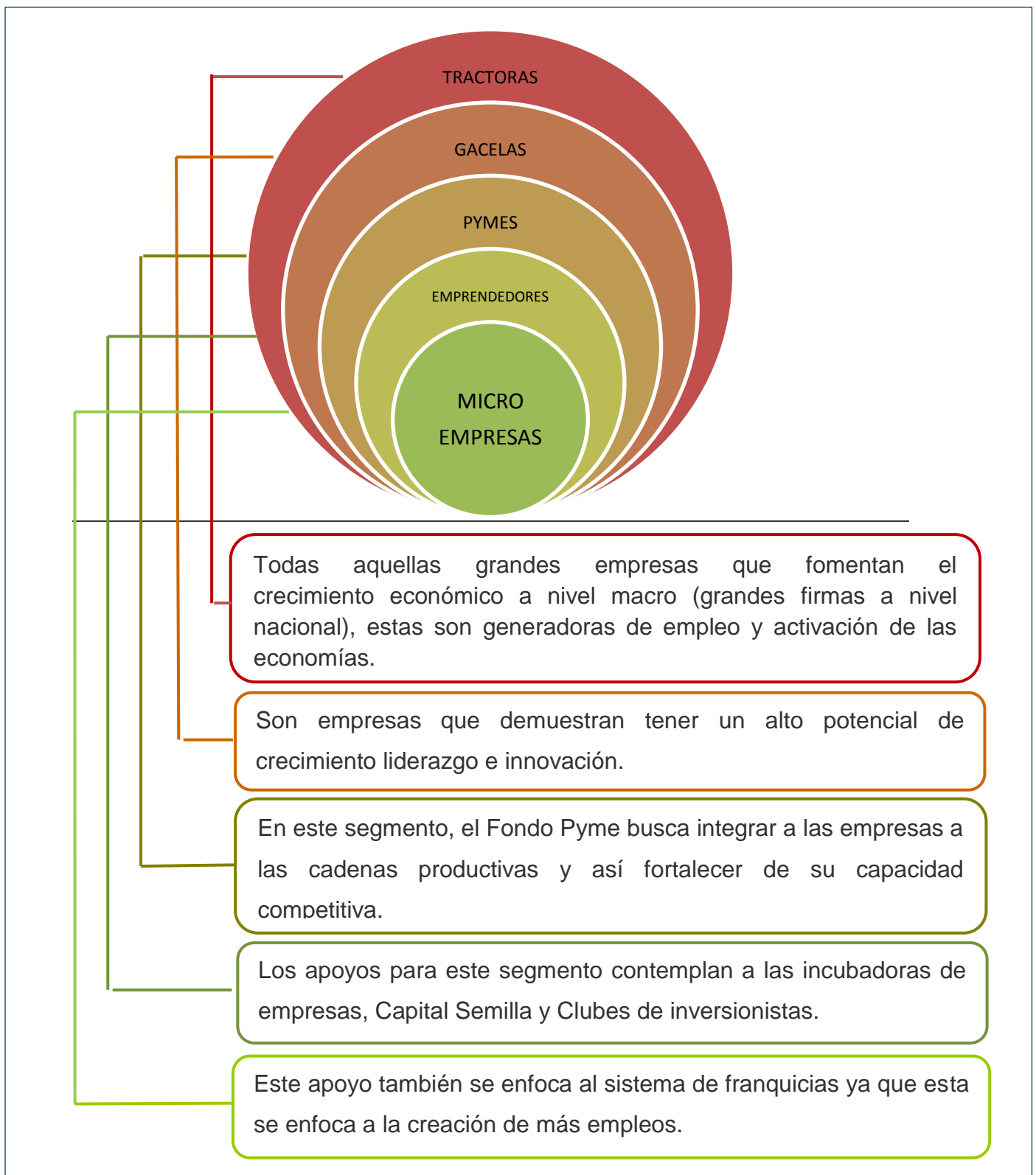


Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía, 2013

3.2.3 ¿A quién va dirigido el fondo Pyme?

De acuerdo con la división de apoyo de programa Fondo Pyme el cual está encabezado y dirigido por la secretaria de economía, establece que el apoyo se concentra en cinco sectores claves que son de gran importancia para el desarrollo económico del país, estos sectores se presentan en la figura 11, en donde se presenta el concepto de cada vertiente, brindando un panorama de cada uno de ellos.

Figura 11.
A quien va dirigido el fondo Pyme.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía, 2013



3.2.4 Criterios de evaluación de Fondo Pyme

Dentro del programa Fondo Pyme, se tienen registrados algunos criterios de evaluación, los cuales se tiene que tomar presente al investigar la franquicia preferencial, dichos criterios se mencionan en la tabla 5, en donde del lado izquierdo se resumen los conceptos de revisión y del lado derecho los puntos a calificar de cada criterio, que se toma en cuenta para la aceptación del financiamiento.

Tabla 5.
Criterios de evaluación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTOS PARA LA ADQUISICION
Rentabilidad de la Franquicia que se va adquirir	50
Concordancia entre el tipo de franquicia adquirida y el número de empleos generados	40
Franquicias que fueron acreditadas en el Registro del “Programa de Franquicias” de la SE.	10

Fuente: Elaboración propia con datos de Diario Oficial de la Federación, 2013

Una vez cubiertos los criterios de evaluación debes de reunir los requisitos que se demandan para la solicitud del apoyo, y los cuales se mencionarán a continuación.

Los requisitos principales, es la entrega de la siguiente documentación:

- a) Solicitud de apoyo.
- b) Carta bajo protesta de decir verdad, en donde manifieste que no ha recibido un apoyo del mismo tipo por parte de otra dependencia o entidad del Gobierno Federal.



- c) Contrato de adquisición de la franquicia firmado en el ejercicio fiscal.
- d) Ficha técnica de la franquicia (Circular Oferta de Franquicia)
 - Entregables (documentos para la acreditación del recurso).
 - a) Constancia del RFC o alta de REPECO actualizada, según corresponda.
 - b) Contrato de adquisición de la franquicia firmado en el presente ejercicio fiscal.
 - c) Relación de empleos creados: nombre completo, identificación oficial, CURP, puesto y percepción mensual o nómina. (Conforme al Anexo G)
 - d) Informe de las ventas totales del nuevo punto de venta en relación con el promedio del modelo adquirido, y de los empleos generados en relación al promedio de empleos del modelo.
 - e) Evidencia de operación del nuevo punto de venta (contrato de arrendamiento y/o factura emitida por el punto de venta).

(Diario Oficial de la Federación, 2013)

3.3 Financiamiento BBVA Bancomer

Bancomer es un banco del sector privado, que junto con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), brindan una opción de financiamiento a través del Programa de financiamiento para la adquisición de franquicias. En junio (2013) el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) dio a conocer el programa de financiamiento para la adquisición de franquicias, con el que busca impulsar a los emprendedores para abrir puntos de venta con este esquema de negocios a través de financiamiento. Para poder participar en la adquisición de financiamiento en BBVA, se deberá llenar una solicitud que será revisada por el Comité de Evaluación del Programa, quien emitirá su autorización para otorgar el crédito. El siguiente paso es que el emprendedor se acerque al banco ya que el financiamiento será entregado a través de la banca comercial.



El Financiamiento BBVA brinda el crédito para emprendedores que desean adquirir una franquicia y que estén avalados por el programa de la secretaria de economía. El financiamiento presenta diversos montos, interés, crédito, etc. y estos se presentan en la tabla 6, en cada uno de los conceptos se despliega su explicación.

Tabla 6.
Detalles de financiamiento.

MONTO	El crédito puede ir desde 40 mil pesos hasta \$2 millones de pesos, siempre que esta cantidad no supere el 50% de la inversión total necesaria.
PLAZO	Dependiendo del destino del crédito, los plazos para pagarlos son de hasta 54 meses para activo fijo y 36 meses para capital de trabajo.
TIPO DE CRÉDITO	Simple (con base en las políticas de BBVA Bancomer)
PERIODO DE GRACIA	Simple (con base en las políticas de BBVA Bancomer)
TASA DE INTERÉS	12% fija anual
GARANTÍAS	Aval y/o Obligado Solidario (con base en las políticas de BBVA Bancomer)
COMISIÓN POR APERTURA	0.5% sobre el monto del crédito

Fuente: Elaboración propia con datos de BBVA Bancomer, 2013

3.4 Financiamiento Finmex

Finmex, es una entidad financiera mexicana, que dio inicio a través de un grupo de empresas con amplia experiencia en el ámbito financiero en México. Los productos que en ella se ofrecen van dirigidos a emprendedores pequeños y medianos empresarios, con proyectos viables y que sus intereses principales representen el emprendimiento de un nuevo negocio.



Esto se logra a través de productos financieros innovadores y flexibles, que tengan como principal objetivo ser más competitivos dentro del mercado. Dentro de esta organización existen objetivos fundamentales, pero existe uno muy particular y que se menciona como principal objetivo, y este es: la expansión en toda la república Mexicana, a fin de apoyar al crecimiento económico y social de empresas que buscan un mejor futuro.

3.4.1 Financiamiento para franquicias

Los productos financieros ofrecidos y dirigidos para el sector de franquicias, permiten adquirir, desarrollar, expandir y acreditar un modelo de franquicia. A continuación se mencionan cada uno de los productos ofrecidos por Finmex que son exclusivamente dirigidos para las personas emprendedoras que deseen adquirir una franquicia, en ellos se muestran las características más importantes de cada perfil.

3.4.1.1 Cuota inicial de franquicia

Este producto es creado para personas físicas o morales que deseen posicionarse en un sector de crecimiento, con espíritu emprendedor, habilidades comerciales y que busquen mejorar su calidad de vida.

Este tipo de crédito provee del capital necesario para el pago de la cuota inicial de franquicia (derechos de uso de marca, know how y regalías anticipadas), para la inversión inicial que necesita el emprendedor para adquirir un modelo de franquicia. En el cual el monto y el interés son:

Monto. —————> Desde \$50,000 hasta \$1,000, 000 representando un máximo del 70% de la Cuota Inicial de Franquicia.

Tasa. —————> Desde el 13% anual



3.4.1.2 Adaptación del local

Este crédito es dirigido a personas físicas o morales que deseen posicionarse en un sector de crecimiento, con espíritu emprendedor, habilidades comerciales y que busquen mejorar su calidad de vida. Provee del capital necesario al empresario, para realizar todas las adaptaciones necesarias que pondrán en operación el local de la franquicia. A continuación se presenta el monto e interés correspondientes.

Monto. → Desde \$50,000 hasta \$1, 000,000 representando un máximo del 70% de las adaptaciones del negocio.

Tasas. → Desde el 13% anual.

3.4.1.3 Desarrollo de franquicia

El crédito desarrollo de franquicia, está dirigido a empresarios, que proyecten convertir su modelo de negocio exitoso en una franquicia, en donde finmex le aporte el capital para el pago de consultoría especializada para desarrollar su modelo de franquicias y poder multiplicar su éxito de manera estandarizada, en el cual el monto y el plazo son:

Monto. → Hasta \$350,000 o lo que represente el 60% como máximo del costo total del desarrollo del nuevo modelo.

Plazo. → Desde 6 hasta 12 meses. Se paga capital más intereses desde el primer mes.

Tasa. → Desde el 15% anual.

3.4.2 Riesgos de inversión

De acuerdo a los tipos de Financiamiento anteriores existen diversos riesgos de inversión, en donde los más importantes se mencionan en la tabla 7, se puede observar de una manera muy sintética.



Estos se deben de tomar muy presentes antes de tomar la decisión de adquirir algún tipo de financiamiento.

Tabla 7.
Riesgos de inversión

Riesgos
Al ser tu crédito de tasa variable, los intereses pueden aumentar
Al incumplir con tus obligaciones te puede generar comisiones e intereses monetarios
Contratar créditos arriba de tu capacidad de pago, puede afectar tu historial crediticio.
El avalista, obligado solidario o acreditado responderá como obligado principal frente a la entidad Financiera.

Fuente: Elaboración propia con datos de Finmex, 2012

CAPITULO 4.



TIPS A REFLEXIONAR ANTES DE ADQUIRIR UNA FRANQUICIA.

” La adquisición de cualquier conocimiento es siempre útil al intelecto, que sabrá descartar lo malo y conservar lo bueno.” Leonardo Da Vinci



4.1 La franquicia como opción de negocio

Antes de emprender, es importante analizar las opciones de inversión existentes, una opción u oportunidad de negocio permite ser totalmente independiente. El sistema de franquicia se mira como una expectativa de negocio, en la que se tiene como principal beneficio: iniciar un negocio, pero no desde cero.

Para poder visualizar a las franquicias como una buena opción de inversión, es necesario conocer los perfiles, características y aspectos más importantes de la misma, ya que a simple vista las franquicias son un sistema de fácil operación, pero al realizar una investigación exhaustiva de los aspectos generales y particulares se puede observar que es más complejo de lo que se piensa.

Es relevante que en la búsqueda de información de franquicias, se tenga presente que este sistema de negocio tendrá sus propios procesos y reglas establecidas y que durante la vida del negocio, se tiene que acatar las disposiciones convenidas.

A lo anterior es importante mencionar que antes de adquirir cualquier negocio, en este caso una franquicia, es necesario contar con los conocimientos necesarios que contribuyan y sustenten la toma de decisiones.

Además de contar con la información adecuada antes de tomar alguna decisión es imprescindible que se tomen en cuenta factores personales que de igual forma influirán en las decisiones.

Figura 12.
Factores internos antes de adquirir una franquicia



Fuente: Elaboración propia con datos de Enrique Alcázar, 2011

La figura anterior exhibe tres puntos importantes que necesariamente se tienen que analizar antes de adquirir una franquicia. El primer concepto llamado objetivos personales, se refiere básicamente al proyecto de vida de un individuo, este punto está estrechamente relacionado a la toma de decisiones, ya que se debe de relacionar las metas a corto, mediano y largo plazo con la decisión de invertir en un negocio, que será parte fundamental para conseguir dichos objetivos.

El segundo concepto cita a las perspectivas personales, al igual que el anterior es un punto importante que se basa en los resultados que se esperan al invertir en una franquicia, en este aspecto se correlaciona los objetivos personales, con el sistema de franquicias a fin de visualizar los beneficios que traerá la toma de decisiones. El último aspecto llamado aceptación, se concentra directamente en la aceptación al sistema y los riesgos de inversión que se aceptan al incorporarse al sistema de franquicias. Los puntos anteriores pretenden ejecutar un examen interno, el cual traerá como resultado las necesidades, necesidades y perspectivas internas que se relacionan con la toma de decisiones.



4.2 Investigación clave para elegir una franquicia

(Caffey, 2006)

Bajo un marco absolutamente teórico, algunas franquicias son mejores que otras. Pero el único método eficaz para evaluar una franquicia es preguntarse si cumple con:

- ❖ *Ambiciones*
- ❖ *Talento*
- ❖ *Habilidad*
- ❖ *Presupuesto*

Tomar una decisión de inversión no es fácil, ya que quizá sea el primer negocio que se emprenda, antes de incorporarse al sistema de franquicia se requiere investigar todo lo relacionado a este sistema. Es por ello que a continuación se presentan algunos puntos clave que sirven como guía, para concebir a las franquicias como una opción de negocio.

4.2.1 Evaluación

Este punto básicamente se refiere a la realización de un inventario de metas y objetivos personales. La pasión por lo que se realiza es un motor para vivir la vida y dicha pasión tiene gran peso al tomar una decisión de inversión. Al plasmar los objetivos y metas, es necesario que personas allegadas introduzcan puntos de vista personales a fin de incorporar nuevas ideas y reafirmar los objetivos planteados, así como también realizar un esquema que presente las fortalezas y debilidades personales, el cual representa otra herramienta para la toma de decisiones.

Posteriormente es necesario meditar cual es el tipo de negocio ideal, el cual debe tener una relación estrecha con las metas y objetivos planteados, es necesario que se analice las habilidades como: actitud para tratar a la gente, adaptación al cambio, nivel de tolerancia al riesgo y nivel de tolerancia. Dicha información ayudara hacer la brecha más corta en el proceso de elegir la mejor franquicia.



4.2.2 Escenario

Después de realizar la evaluación personal de metas y objetivos, es preciso aplicar los objetivos personales al sistema de franquicias. Para dar inicio con este segundo punto, es conveniente asistir a ferias, exposiciones, galerías y demás foros, así como también obtener conocimientos a través de medios escritos, a fin de obtener información preliminar que tienda a mostrar en que consiste el modelo de franquicias

4.2.3 Documentación.

La información obtenida en los dos puntos anteriores servirá como base para tomar la decisión de inversión. Después de que se tome la decisión, el paso a seguir es revisar los documentos que la franquicia elegida tiene que proporcionar, lo anterior tiene que ser una revisión minuciosa que debe de llevarse su tiempo.

Es importante que sea entregado el Circular de la Oferta de la Franquicia (COF) el cual contiene tres puntos básicos: la narración del programa de franquicia, la situación financiera, por lo menos de los tres últimos años, y el contrato que incluye las obligaciones y responsabilidad de ambas partes. La información contenida en la COF debe de satisfacer completamente las ambiciones, inquietudes y dudas respecto a la franquicia. Por último, es preciso señalar que es muy recomendable tener asesoría legal antes de firmar el contrato para que exponga cual será la relación comercial y disipar cualquier duda que pueda surgir en el trayecto.

4.2.4 Detalles

Los detalles son los que se presentan en última instancia, ya que se refiere a los resultados que se presentan una vez dando inicio las operaciones, en la cual se tendrá que realizar las siguientes preguntas: ¿La compra de esa franquicia cumplió con sus expectativas desde el principio? ¿Cómo se comporta el mercado? ¿Existe un esquema de ventas cíclico? ¿Cuál fue el mejor periodo de ventas?



4.2.5 Otras Fuentes

Por último es importante considerar visitar algunas bibliotecas o medios especializados (internet, revistas), así como explorar las tendencias de marketing y negocios dentro de la industria, y siempre tener en mente que aunque se compra una franquicia, la empresa debe de regirse por un plan básico de negocio.

4.3 Como elegir la mejor franquicia

En el mundo de las inversiones siempre existe la posibilidad de que las cosas no sucedan como se planean.

En el mundo de las franquicias existen tres palabras claves que aumentan la probabilidad de éxito y estas son: investigar, investigar e investigar. Según: Jorge Valencia López quien es director general de la consultora Inter franquicias menciona que:

La mejor estrategia para ingresar a una red de franquicias es el conocimiento, del cómo funciona el modelo, y segundo, sobre las tendencias actuales del mercado. Ante la oferta existente de franquicias, se debe de formular la siguiente interrogante: ¿cómo elegir la franquicia ideal para mí? Con el fin de contar con herramientas necesarias para detectar el negocio indicado, es por ello que Jorge menciona cinco consejos que permiten detectar el mejor negocio a invertir.

Los cinco consejos se presentan en la Figura 13, en ella se incorporaron unos cuadros en donde se presenta los consejos y la explicación de cada uno de ellos, pretendiendo así la búsqueda de nuevas alternativas que permiten incorporar más conocimientos al modelo de franquicias.

Figura 13.
Cinco consejos para la búsqueda de herramientas

Fuente: Elaboración propia con datos de Jorge Valencia, 2010

1. DESCUBRE SI TIENES PERFIL DE FRANQUICIATARIO

Si se tiene una personalidad creativa y generadora de proyectos, quizá el sistema de franquicia no es una alternativa de inversión.

Es preciso que se tenga presente que la ventaja de ser franquiciatario es que el franquiciante transfiere los conocimientos y experiencia, es por ello que hay menos probabilidades de éxito, pero esto indica seguir manuales, procedimientos y políticas establecidas. Uno de los retos de las franquicias es mantener sus unidades franquiciadas estandarizadas, es por ello que se debe de preguntar: ¿estoy dispuesto a renunciar a cierta independencia?

2. DEDICATE A LO QUE TE GUSTA

No hay mejor negocio que en el que se aplica toda la pasión. Sin embargo, para tener éxito como franquiciatario es necesario elegir un giro que no sólo sea a fin con la personalidad, sino que participe en un segmento con altas posibilidades de crecimiento. Al elegir alguna franquicia se tiene que realizar la siguiente pregunta: ¿estoy dispuesto a hacer esto en los próximos 10 años de mi vida? Si la respuesta es sí, esto significa tener un instrumento más de decisión.

3. PRESUPUESTO

Aunque el dinero no debe ser el eje principal de una decisión, existen aspectos monetarios que se debe de considerar. Una recomendación importante es pensar que la inversión inicial de una franquicia, no deba exceder del 80% de los recursos disponibles, ya que es necesario contar con recursos económicos para enfrentar cualquier eventualidad.

A lo anterior es importante investigar si habrá pagos adicionales y que otros gastos mensuales se tienen que devengar. También es necesario contar con un Esquema de financiamiento que permita tener mayor margen de maniobras para la operación diaria del negocio.

4. CONOCER EL MODELO A FONDO

Existen cuatro puntos clave para saber si la franquicia elegida vale la pena.

1. Evaluar cómo opera. Realizar las preguntas de las dudas existentes, si no se recibe una respuesta rápida del franquiciante... piensa otra opción.
2. Después de investigar las unidades de franquicias posibles, y revisar si están estandarizadas, la operación, la oferta, ambientación y servicio, es preciso acercarse a los franquiciatarios y realizar encuestas de cómo es la atención al franquiciantes, si se cumplió con las expectativas. Además de averiguar el costo a desarrollar de la franquicia, que tan exacta fue la información obtenida en la COF, el tiempo que tardó en tener utilidades, etc.



3. Estudiar los beneficios. Desde un principio se debe de conocer que asistencia técnica y mantenimiento de maquinaria, planes de capacitación y analizar esa asistencia para verificar la veracidad.
4. Conocer si la franquicia cuenta o no con un desarrollo completo, cada cuánto tiempo actualiza sus manuales, en qué mercados tiene mayor éxito, si es necesario operarla personalmente o puede ser sólo inversionista, y cuáles son las proyecciones de crecimiento de la firma.

5. ASPECTOS LEGALES

La ley exige que el otorgamiento de una franquicia quede registrado en un contrato por escrito y en él, entre otras cosas, se establecen los tiempos en que podrás gozar del uso de marca, las condiciones de operación del modelo, así como la solución a ciertas contingencias. Es imprescindible tomar en cuenta que la Ley de Propiedad Industrial establece que antes de efectuar cualquier pago y, por lo menos 30 días antes de la firma del contrato, el franquiciante debe proporcionarte su Circular de Oferta de Franquicia (COF).



4.4 Elementos a investigar de una franquicia

(Mauro y Samporosi, 1993)

Para elegir alguna franquicia es necesario que realice una investigación clave, acerca de sus características de las franquicias. Todo esto es para identificar cuáles son los puntos en común y analizar si las franquicias son compatibles a cada personalidad.

Es por ello que a continuación se presentan algunos puntos medulares que se deben de analizar antes de adquirir una franquicia:

Seleccionar el tipo de negocio. Escoger una franquicia buscando compatibilizar sus objetivos personales, económicos y estratégicos. Desde el punto de vista personal el franquiciado debe de buscar un negocio que lo atraiga, que le cause placer, que lo haga causarle orgulloso.

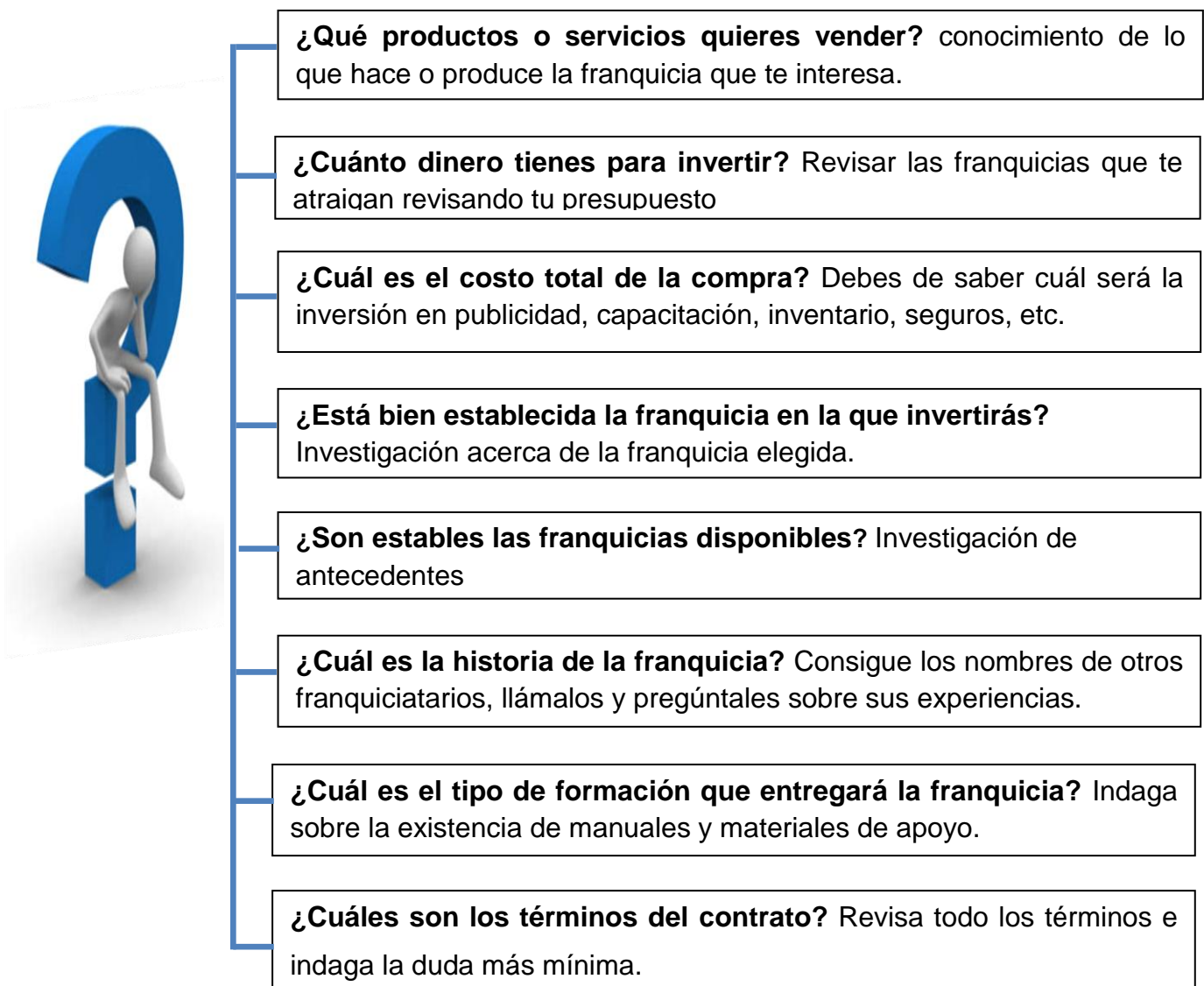
Seleccionar la franquicia dentro del sector elegido. Los criterios para elegir una franquicia son: la calidad del concepto es decir el grado de innovación que el negocio presenta; la fuerza de la marca, la competitividad, es decir la fuerza que el negocio presenta en el mercado en relación a la competencia, el potencia mercadológico, es decir el potencial del crecimiento futuro, y la rentabilidad de los franquiciados actuales.

Investigar a los franquiciantes. Investigar profundamente a los franquiciantes, a través de balances certificados de registro de marcas, constancia de la no existencia de acciones civiles o penales en su contra, contrato de franquicia, curriculum y experiencia de sus directores, historia de la empresa con sus franquiciados, exigencia de las franquicias, perspectiva del crecimiento y soporte pre-operacional y operacional.

4.5 Preguntas antes de invertir en una franquicia

Antes de elegir y tomar la decisión de lo que en realidad se quiere es una franquicia y estar completamente seguro de que el perfil personal se ajuste con las necesidades de cualquier franquicia. Se debe de estar convencido de que las habilidades como empresario para operar este tipo de negocio, es por ello que tal y como se muestra en la figura 14, se presentan algunas preguntas que se deben de formular antes de adquirir una franquicia, estas se deben de contestar con firme surjan e investigarlas en cualquier escenario posible.

Figura 14.
Preguntas antes de invertir en una franquicia.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Franquicia Online, 2013

4.5 Diez consejos antes de invertir en una franquicia

Cuando se toma la decisión de invertir en una franquicia es imprescindible tomar con cautela la minimización de los riesgos posibles y conocer los consejos que brindan los especialistas, es por ello que a continuación se presentan Diez consejos que Oscar Argón atribuye antes de invertir en una franquicia. (Aragón, 2011)

1

Definir: perfil, gustos y preferencias

Lo principal es identificar cual es el perfil con el que se cuenta, lo anterior quiere decir: empleado, emprendedor, inversionista o franemprendedor. La principal característica de cada uno de los anteriores es: el empleado se va a caracterizar por buscar una seguridad en su ingreso, a través de un trabajo fijo, el emprendedor rompe reglas y paradigmas y está dispuesto a correr un mayor riesgo. El inversionista se distingue por tener un capital el cual está buscando invertir para que genere rendimientos, y el franemprendedor es el que busca operar una franquicia, el cual es una mezcla del emprendedor, la principal particularidad del perfil anterior se relaciona con la disposición de seguir reglas, manuales, políticas y procedimientos.

2

Presupuesto

Para definir el presupuesto se debe de considerar el dinero disponible y el total de las deudas existentes, así mismo se debe de establecer el dinero que se tiene para invertir.

3

Definir la ubicación en que se va a operar

Este punto se refiere a que se tendrá que visualizar las preferencias personales, como, qué tipo de trabajo se desea: desde trabajar en un local, casa u oficina. Lo anterior permitirá dar inicio con la afinidad personal con el sistema de franquicia.

Quien opera la franquicia

4

Es necesario que se defina quien será el responsable de la operación de la franquicia, ya que el futuro del negocio depender de la persona quien lo opera, pero es muy recomendable que la operación del negocio este a cargo del dueño mismo.

Buscar más de una opción

5

Lo ideal antes de invertir, es buscar más de una opción, que permite comparar lo que ofrece un y otra franquicia. La manera de pensar y de actuar deberá ser de forma objetiva. Lo principal que se evalúa en una franquicia, es la estructura jurídica, operativa, técnica y financiera.

Evaluar experiencia de la franquicia

6

La experiencia y renombre de una franquicia es sumamente importante, ya que esta es la clave principal del éxito de la misma, es por ello que la evaluación de la experiencia es un factor importante que contribuirá a elegir la mejor opción.

Entrevistas con franquiciante y franquiciatarios.

7

Antes de invertir en una franquicia es muy común que se tengan dudas referentes a la operación del negocio, para disipar algunas dudas, es conveniente realizar algunas entrevistas con los actores principales del sistema de franquicia elegida.

Solicitar información financiera

8

Este punto se refiere básicamente a contar con la información suficiente acerca de los gastos mensuales que corresponden a la operación, con el único fin de realizar la investigación de los mismos costos que se tendrá en el centro de operación establecido.



Solicitar el circular de la oferta de franquicia

9

La Circular de la Oferta de Franquicia contiene la información básica e indispensable para evaluar la factibilidad del desarrollo de la franquicia. Por ley el franquiciante debe entregar la COF al inversionista, por lo menos treinta días antes de la celebración del contrato, al ser entregada esta información es conveniente que sea evaluada por asesores especialistas en el tema.

Buscar asesoría

10

Después de realizar las investigaciones correspondientes acerca del sistema de franquicia, lo recomendable es buscar asesoría jurídica para revisar minuciosamente el contrato de la franquicia. Una opción importante la cual brinda instrumentos de información y asesoría es la Asociación Mexicana de Franquicia, esta contribuirá una mejor toma de decisiones.

4.6 Test para conocer las cualidades personales para ser un franquiciado.

Asignar 1 punto por cada respuesta afirmativa o 0 punto por cada respuesta negativa.



4.7 ¿Es usted ambicioso y tiene iniciativa personal?

4.8 ¿Ha decidido tener un negocio propio y convertirlo en un éxito?

4.9 ¿Piensa que tiene el suficiente grado de madurez para hacerlo?

4.10 ¿Acepta conducir su negocio propio de acuerdo a la orientación y a las normas establecidas por otro?

4.11 ¿Tiene usted el capital suficiente para iniciar una operación, o aceptar pedirlo prestado para hacerlo?

4.12 ¿En negocio en cuestión le ofrece una tasa de retorno que está de acuerdo a sus expectativas?

4.13 ¿Su familia lo apoya en este nuevo emprendimiento?

4.14 ¿Tiene disponibilidad de tiempo para entrenarse?

4.15 ¿Puede dedicarse full-time al nuevo negocio?

4.16 ¿Está dispuesto a trabajar duro, sin tener en cuenta en cuanto tiempo y cuantos días a la semana?

4.17 ¿Se sentiría a gusto trabajando en este tipo de negocio?

4.18 ¿Le gustaría tratar a las personas y estar en contacto continuo con la gente?

Sume el puntaje y verifique su clasificación. A continuación se presentan una tabla de resultados, en la cual usted puede revisar su calificación y analizar respuesta obtenida al cuestionario. (Mauro y Saporosi, 1993)

PUNTOS

De 0 a 3

- Usted está interesado en el sistema de franquicias, pero debe conocer aún muchas cosas acerca del mismo. Podría ser difícil para usted adaptarse a los requerimientos de este tipo de negocio.

PUNTOS

De 4 a 8

- Usted tiene mucha oportunidad de tener éxito como franquiciado de una empresa franquiciante madura. Pero es muy necesario que usted evalúe sus respuestas negativas, porque le podrían causar bastantes problemas.

PUNTOS

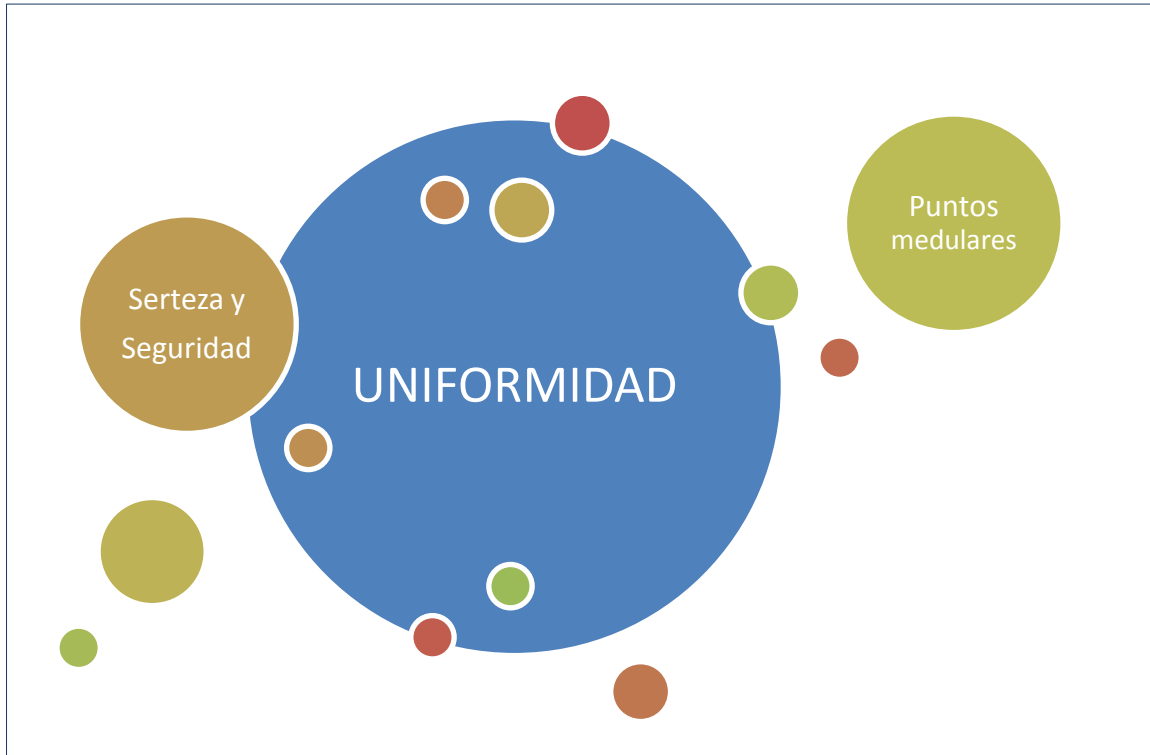
De 9 a 13

- Usted está preparado para ser un franquiciado de éxito, ya que tiene iniciativa y recursos para iniciar su negocio, bien orientado usted puede ganar dinero rápido

4.19 Claves del contrato de franquicias

La importancia que tiene la revisión total del contrato de franquicia, es muy alta, es por ello que si se tiene alguna interrogante sobre dicho contrato, es preciso disiparla y si es posible investigar más sobre el tema. Es por ello que tal y como se muestra en la figura 15, se presentan algunas claves importantes que contribuyen a la mejor toma de decisiones y amplían el panorama acerca de lo que se debe de analizar en el contrato.

Figura 15.
Claves del contrato de franquicia



Fuente: Elaboración propia con datos de Juan Gallástegui, 2012

Certeza y seguridad: En este punto se habla principalmente de la legislación que se dio en México en materia de la propiedad intelectual, fue entonces que la Ley de la Propiedad Industrial reguló a la franquicia. Por ello que las relaciones entre franquiciante y franquiciatario se dieron entonces en un ámbito de mayor certeza y seguridad.

Si bien es cierto que se presentan controversias entre ambas partes, es preciso que en el contrato se trata de ser lo más claro y extenso posible a fin de establecer la forma de prever los conflictos que pudieran presentarse.

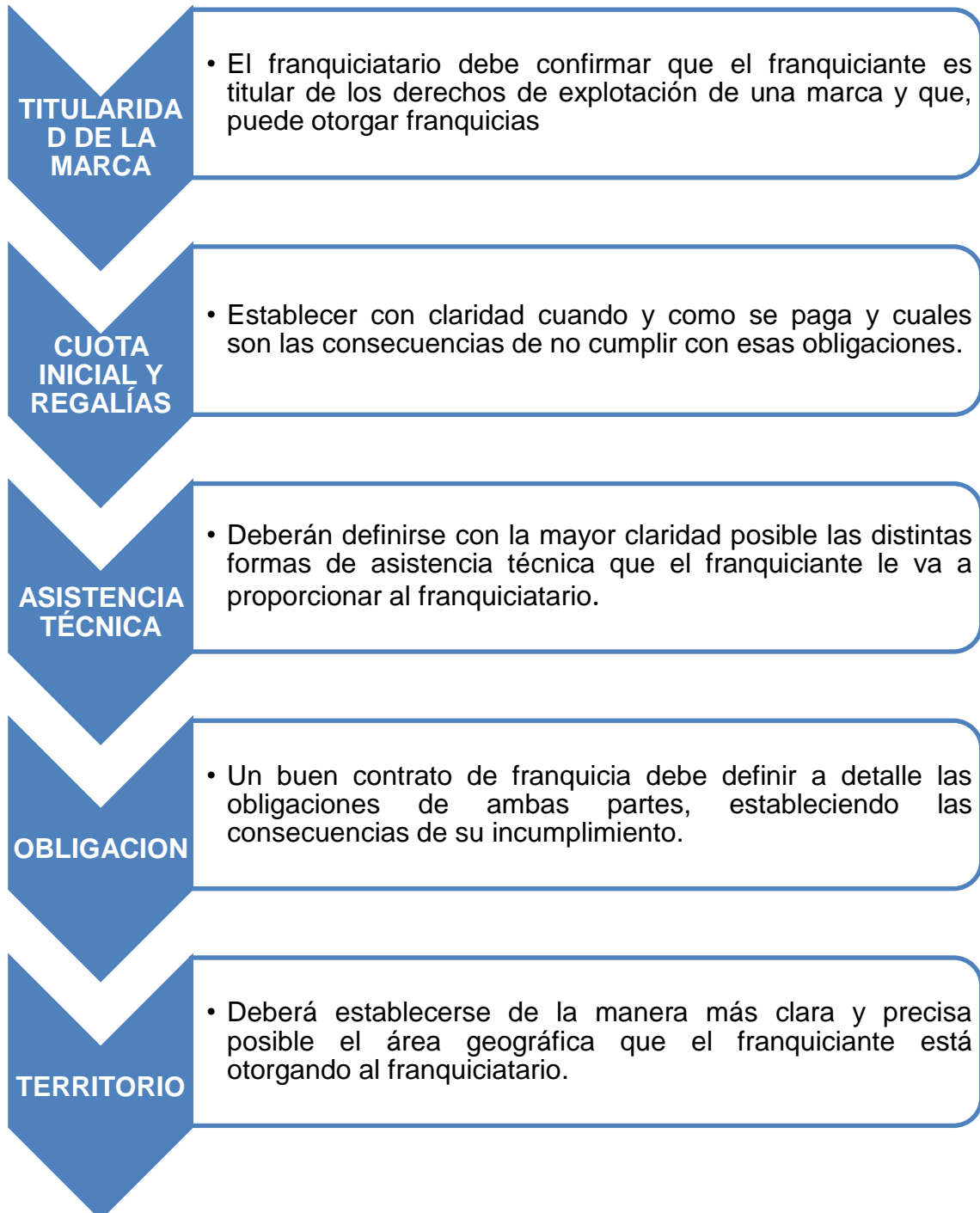
Así bien el contrato es la máxima norma que regirá la relación entre las partes. Por lo tanto el contrato de franquicia debe de ser justo y equitativo, es por ello que la idea de una franquicia es ganar-ganar, por lo que el contrato debe de velar por los intereses de los participantes.

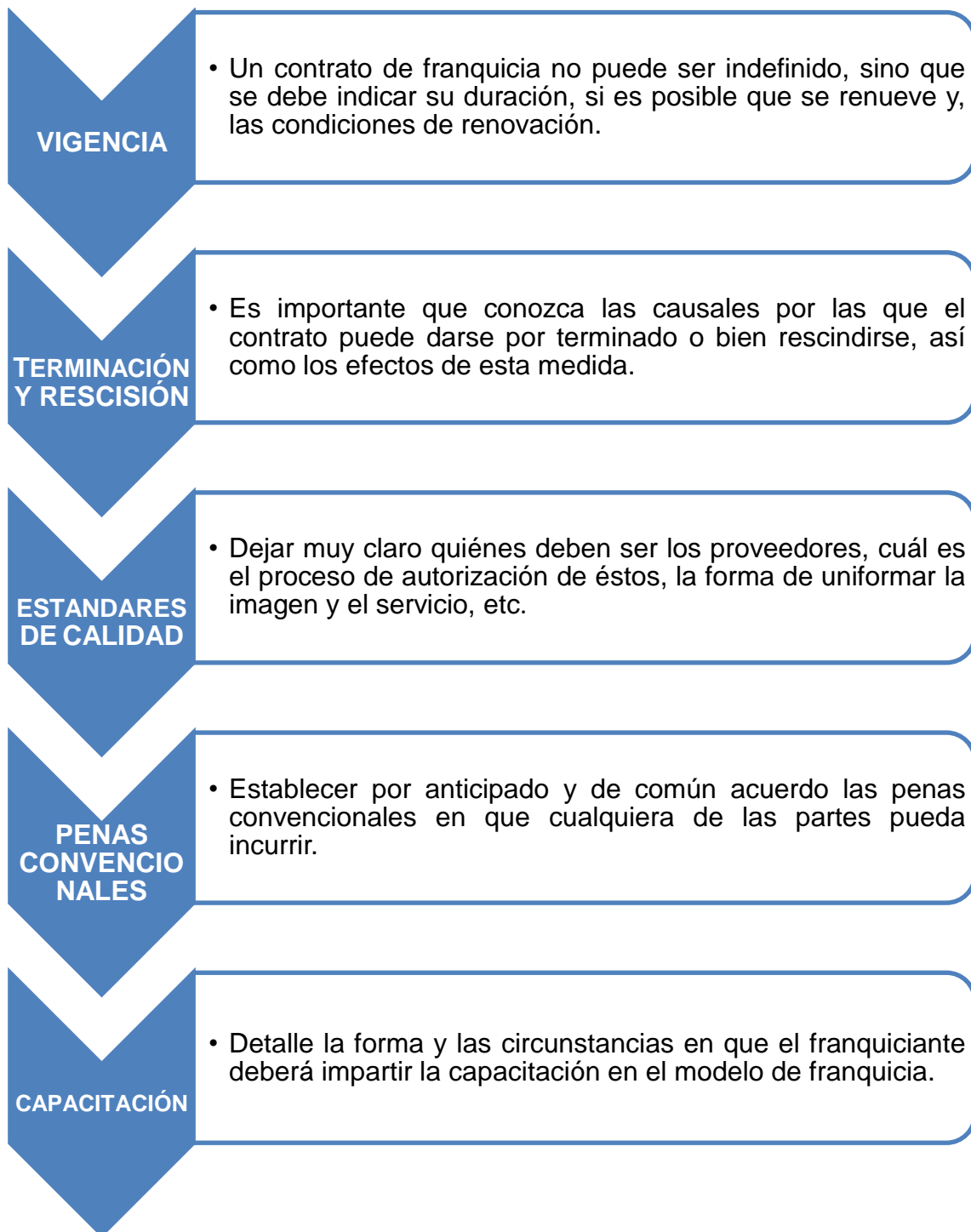


Uniformidad. Todos los contratos que firme un franquiciante con su red de franquicias deben de ser iguales, aceptándose luego que periódicamente puede revisarse y de ser el caso modificarse. El contrato debe de contener con mucho detalle posible, los derechos y obligaciones tanto del franquiciante como del franquiciatario.

Puntos medulares. De acuerdo a los puntos medulares, se presenta la figura 16, en ella se muestra los puntos más importantes del contrato de franquicia y se hace una breve explicación de cada uno de ellos. Estos son de suma importancia que se analicen antes de la firma del contrato y si existe alguna duda hacer mención de ella y aclararla para evitar futuros malos entendidos.

Figura 16.
Puntos medulares del contrato de franquicias.





Fuente: elaboración propia con datos de Juan Gallástegui, 2010



A lo anterior, queda mencionar que el contrato de franquicias es un contrato de adhesión, ya que el franquiciatario tiene muy poco margen o casi siempre un casi nulo margen de negociación. Sin embargo se puede pedir al franquiciante que le aclare, le detalle o le explíquelos puntos sobre los que tenga alguna duda o incluso puede pedirle que esta aclaración quede por escrito.

Otro punto importante que es preciso señalar es que el contrato de franquicia es un traje a la medida para cada negocio, por lo tanto los formatos o machotes no son válidos y copiar un contrato o elaborar uno si no se tiene los conocimientos necesarios resultaría muy peligroso. Es por ello que cada contrato responde a las características y hasta a la filosofía de cada empresa.

4.20 Elementos a investigar de la COF

Son diversos los elementos que deben de estudiarse antes de invertir en una franquicia, los más relevantes son: el giro, el costo de la inversión total el retorno de la inversión y el modelo de negocio.

Cuando se habla de modelo de negocio, se hace referencia a la manera en la que el franquiciante, ha decidido de acuerdo con su experiencia y éxito, como operar la franquicia, dicho modelo de negocio se encuentra perfectamente detallado en la COF ya que es el documento que por ley el franquiciante debe de entregar al franquiciatario y se debe de estudiar y entender antes de la firma del contrato. Ahora bien, el estudio de los elementos del modelo de negocio son los siguientes:

Tabla 8.
Elementos de la COF

Elementos de la COF

-
- 1 *Descripción de la Franquicia*
A que se dedica, debe de estar por escrito y cuales son los roles de ambas partes participantes.

 - 2 *Descripción del mercado meta*
Descripción acerca de como funciona la franquicia, a que se dedica y a que publico va dirigido.

 - 3 *Que vendera el franquiciante a sus franquicias*
Avastecimiento/inventario de la franquicia: que insumos seran necesarios para la operación , que no serán abastecidos por el franquiciante.

 - 4 *Restricción sobre el origen de los roductos a comercializar*
Restricciones sobre a quienes podrás comprar o no los insumos, alcance territorial de la red de proveedores y los costos que se generarán dependiendo de la situación geográfica.

 - 5 *Asistencia, apoyo y soporte continuo*
La información de la COF debe incluir soporte durante la etapa de pre-apertura, territori, polílitas de reentrenamiento y los puntos que abarca la asistencia técnica operativa durante la duración del contrato.

 - 6 *Obligaciones del franquiciatario*
Especificación si el franquiciante debera operar medio tiempo o tiempo completo, o solo como inversionista

 - 7 *Perfil del franquiciatario*
Perfil tanto personal como profesional , algunas franquicias solicitan pruebas psicométricas
-



CONCLUSIONES

A lo largo de la presente investigación sobre Franquicias se exhibe información importante, que contribuye a una mejor toma de decisiones. Es importante mencionar, que al inicio de la investigación, lo primero que se realizó, fue el diseño del objetivo general, ya que este, es la esencia y punto de partida del mismo, y textualmente dice: “Describir los elementos que debe de conocer un emprendedor antes de adquirir una franquicia, con la finalidad de contribuir a una mejor toma de decisiones ante esta alternativa de inversión”. Después de planteado el objetivo de estudio, se eligió la metodología de investigación adecuada que sirve como base para el correcto desarrollo del trabajo.

Al plasmar el objetivo y elegir la metodología apropiada, se inició con la búsqueda y recolección de información y datos relevantes sobre el tema, para su posterior revisión, análisis y comparación, a fin de elegir la información más sobresaliente. La información elegida se estructura en cuatro capítulos, en cada uno de ellos se presentan datos relevantes, los cuales tienen una organización que va desde lo particular a lo general.

Ahora bien, dentro del contenido de los capítulos se incorpora en primera instancia, la información relacionada a las inversiones, ya que es de ahí de donde surgen las franquicias. Dicho lo anterior, es preciso indicar que el enfoque del objeto de estudio surge de las Ciencias Sociales y es localizado directamente en el área Económico-Administrativo, es por ello que el primer capítulo está enfocado en las generalidades del área de Administración.

Posteriormente para conformar el segundo capítulo, se incorpora información totalmente teórica, por medio de la selección y análisis de los datos hallados más sobresalientes, los cuales muestran antecedentes, estadísticas, conceptos y aspectos importantes del sistema de franquicias, con el único fin de disipar las dudas más comunes acerca de dicho modelo de negocio.



Una vez que se documentó la información mencionada anteriormente, surgió esta pregunta: ¿Existe algún tipo de financiamiento para adquirir una franquicia? Y para poder responderla, se investigo acerca de algunas instituciones que brindan financiamiento, para aquellas personas que quieran obtener una franquicia.

Con el único propósito de que se conozca y compare financiamientos especiales para dicho modelo, y así poder elegir la opción que cumpla con las expectativas y necesidades personales. Es por ello que los datos recabados de financiamiento se presentan en el capítulo tres.

La estructura de los tres capítulos anteriores se realizó de tal manera, que en primera instancia se expuso los inicios de las franquicias, con el único fin de brindar los conocimientos de apertura sobre el tema, posteriormente se entra de lleno a lo que son las franquicias, incorporando antecedentes, estadísticas, y todo lo relacionado al sistema de franquicias, incluyendo el financiamiento. Al concluir con la anterior organización, la cual se presenta de manera muy digerible para su comprensión, se podría decir a simple vista la investigación está completa, pero al analizar la información obtenida y revisar una y otra vez el objetivo de estudio, se decide incorporar un último capítulo, el cuál en lo personal me resulta el más sobresaliente y contribuye a la generación de un círculo virtuoso de información, que cumple totalmente con el objetivo planteado.

Es por ello que el capítulo cuarto tiene como principal propósito la creación de una reflexión profunda de toda la investigación, a fin de que esta pueda ser centrada en tal un punto, que se fusione el modelo de negocio de franquicias con la personalidad e intereses propios de cualquier individuo. Lo anterior se puede lograr tomando como base, la experiencia y el punto de vista de diferentes expertos sobre el tema, es por ello que se concentra información importante de consejos que brindan los expertos, que tienen una gran trayectoria en el modelo de negocios de franquicias, y pretende generar la iniciativa de realizar un profundo análisis interno de preferencias, gustos y necesidades personales.



Ya habiendo incorporado el capítulo cuatro y analizado toda la información aquí reunida, se manifiesta que para comprender mejor el modelo de franquicias, lo más conveniente es contar con toda la información referente al tema de interés, bien lo dijo Jorge Valencia López, quien es director general de la consultoría inter franquicias “La mejor estrategia para ingresar a la red de franquicias es contar con tres aspectos importantes y estos son: conocimiento, conocimiento y conocimiento”.

Lo anterior se interpreta como una herramienta que sirve como plataforma para la creación de interrogantes que despierten aún más el sentimiento de búsqueda, que de cómo resultado la generación de acciones positivas que sean los cimientos de un exitoso modelo de negocio.

Básicamente el contenido del presente trabajo de investigación, está totalmente diseñado, para brindar información global del sistema de franquicias y se presenta de tal forma que pueda ser una guía para cualquier persona emprendedora que busque una opción viable para invertir su capital disponible, por lo que la información aquí presentada permite generar nuevas expectativas sobre el modelo de negocio, proponiendo la posibilidad de ser tu propio jefe, es por ello que contar con el conocimiento sólido que este documento exhibe sobre franquicias contribuye a la obtención de una visión amplia, que permite realizar un examen interno y profundo que ayude a la correcta toma de decisiones.

Con la información contenida en el presente trabajo de investigación se puede decir con total certeza y seguridad que se logró cumplir con el objetivo de estudio planteado y por último no queda más que expresar que la información que se ha recolectado, seleccionado, analizado y plasmado en este documento, cumplió con las exigencias y objetivos personales y profesionales, lo cual me llena de gran satisfacción, ya que fue producto de dedicación, constancia y trabajo.



Referencias

A. Moreno, *Administración Financiera de Inversiones*, Thomson, 2003.

Andrew A. Caffey, Soy Entrepreneur, (2006), recuperado el 17 de Junio de 2013 en <http://www.soyentrepreneur.com/investigacion-clave-para-encontrar-franquicia-ideal.html>

Asociación Mexicana de Franquicias (2013), recuperado el 16 de Febrero de 2014 en <http://franquiciasdemexico.org/estadisticas.html>

Asociación Mexicana de Franquicias, (2012), recuperado el 12 de Marzo de 2012 en <http://franquiciasdemexico.org/>

Asociación Mexicana de Franquicias, (2012), recuperado el 15 de Marzo De 2012 en <http://franquiciasdemexico.org/objetivos.html>.

Asociación Mexicana de Franquicias, (2012), recuperado el 3 de Abril de 2012 en <http://franquiciasdemexico.org/beneficios.html>

B. Render y H. Heizer, *Principio de la Administración de Operaciones*, Pearson, 2004.

Banco de México, (2012), recuperado el 23 de Marzo de 2013 en <http://www.banxico.org.mx/portal-mercado-valores/informacion-oportuna/subasta-y-colocacion-de-valores/%7B5E0A65DF-5D72-6AA2-8AAB-017FDE6E0BBF%7D.pdf>

BBVA Bancomer, (2013), recuperado el 17 de Septiembre de 2013 en <http://www.yosoypyme.net/2013/09/obten-un-credito-y-abre-una-franquicia/>



Bolsa Mexicana de Valores, (2013), recuperado el 17 de Julio de 2013 en http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_acciones

C. Ruiz Rico, *El contrato de Franquicias y sus límites jurídicos*, Tirant Bland, 2008.

CONDUSEF, (2011), recuperado el 23 de Octubre de 2012 en <http://www.condusef.gob.mx/index.php/institucionesfinancieras/bancos/ahorro/450-cuentas-de-ahorro>

D. Goldie C., Murray Gordon, *Inversiones: la Respuesta*, Océano, 2011.

Diario Oficial de la Federación, (2013), recuperado el 22 de Noviembre de 2013 en http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5294629

Elie Smilovit, Alto Nivel, (2013), recuperado el 15 de Noviembre de 2013 en <http://www.altonivel.com.mx/34484-franquicias-el-modelo-de-negocio-a-prueba-de-crisis.html>

F. Feher Tocalli, *Franquicias a la mexicana hablemos de Franquicias con franqueza*, Mc Graw Hill, 1999.

Financiera Mexicana Finmex, (2012), recuperado el 26 de Octubre de 2012 en http://finmex.com.mx/?page_id=56

Ferenz Tocalli, (2013), recuperado el 19 de Noviembre de 2013 en <http://www.soyentrepreneur.com/25223-historia-de-las-franquicias-en-mexico.html>

Franquicia Online, (2011), recuperado el 15 de Agosto de 2013 en <http://tufranquiciaonline.com/negocios/preguntas-por-hacerte-antes-de-comprar-una-franquicia/>



G. Calvillo, *La experiencias de las Franquicias*, Mc Graw Hill, 1994.

G. González y J. L. y E. Die Castro, *Practica de las Franquicias*, Mc Graw Hill, 1988.

G. Laurence y J. Michel, *Fundamentos de Inversiones*, Milenio, 1997.

G. J. Bermúdez González, *Las Franquicias elementos relacionados y estrategias*, ESIC, 2002.

Iliana Estrada (2011), Elementos de la COF, Vol. 7, *La Franquicia ideal*, pág. 36,37.

Ilse Maubet, (2010), Soy Entrepreneur, recuperado el 22 de Octubre de 2012 en <http://www.soyentrepreneur.com/los-costos-de-una-franquicia.html>

Interbank, (2012), recuperado el 22 de Agosto de 2013 en http://www.interbank.com/empresarial/depositos/ren_plazos.asp

J. Antonio Morales Castro y Arturo Morales C., *Proyectos de Inversión en la Práctica*, Gasca, 2006.

J. Rodríguez Valencia, *Administración I*, Thomson, 2006.

Jorge Castañeda, (2011), Inversión en bienes raíces, Vol. 1101, *Expansión CNN*, pág.17.

Jorge Enrique Silva Duarte, (2003), Franquicias una alternativa para emprendedores, Vol. 47, *Administración de Negocios*, pág. 3.

Jorge Valencia, Soy Entrepreneur, (2010), recuperado el 12 de Agosto de 2013 en <http://www.soyentrepreneur.com/elige-el-modelo-de-franquicia-ideal-para-ti.html>)



Juan Gallástegui, Soy Entrepreneur, (2012), recuperado el 15 de Enero de 2013 en <http://www.soyentrepreneur.com/las-claves-del-contrato-de-franquicia.html>

M. C. Alba Andrade, *Franquicias en México una nueva visión*, FCA, 2004.

M. Galindo y L. García, *Fundamentos de Administración*, Trillas, 2012.

Mercado de Divisas, (2013), recuperado el 23 de Julio de 2013 en <http://mercado-de-divisas.org>

Oscar Argón, (2012), Pasos para elegir la franquicia ideal, Vol. 8, *La Franquicia ideal*, pág. 64,65.

Paulo C. Mauro, G. Saporosi, *Sea su propio jefe a través de Franchising*, Macchi, 1993.

Promexico Secretaria de Economía, (2013), recuperado el 17 de Junio de 2013, [http://www.promexico.gob.mx/swb/promexico/Franquicias y sus aspectos legales](http://www.promexico.gob.mx/swb/promexico/Franquicias_y_sus_aspectos_legales)

R. Hernández Sampieri, P. Bautista Lucia y C. Fernández Collado, *Metodología de la Investigación*, Mac Graw Hill, 2004.

R. Stephen y D. Decenzo, *Fundamentos de Administración conceptos y aplicaciones*, Pearson, 2009.

S. Hernández y Rodríguez, *Introducción a la Administración*, Mc Graw Hill, 2006.

S. Steven Roab, G. Matusky, *Franquicia como multiplicar tu negocio*, Limusa, 2004.



Secretaría de Economía Fondo Pyme, (2013), recuperado el 12 de Febrero de 2014 en <http://www.fondopyme.gob.mx/>

Secretaría de economía Fondo Pyme, (2013), recuperado el 22 de Febrero de 2014 en <http://www.fondopyme.gob.mx/2010/segmento.asp?Tema=2>

Soy Entrepreneur, (2012), recuperado el 24 de Marzo de 2013 en <http://www.soyentrepreneur.com/los-principales-tipos-de-franquicias.html>

Soy Entrepreneur, (2012), <http://www.soyentrepreneur.com/las-claves-del-contrato-de-franquicia.html>

Víctor Manuel Tamayo Bustamante, Ana María Calle Fernández, (2005), *Emprendedores e Inversionistas: convergencias, divergencias*, Vol. 18, *Cuaderno de Administración*, pág. 131-155.

Y. Jurado Rojas, *Técnicas de Investigación Documental*, Thomson, 2006.