

¿Qué es?

¿Cómo es el sistema de Franquicias?

El sistema de franquicias nació hace más de un siglo en los Estados Unidos, en el año de 1862, por las necesidades de distribución y cobertura de una empresa dedicada a la fabricación de máquinas de coser: I.M. Singer y Co. Asimismo, muchas otras compañías empezaron a adoptar este concepto y negociaron concesionarios y distribuidores, tal como lo hicieron productores automotrices y las principales compañías embotelladoras de refrescos.

Sin embargo, fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial que se observó el desarrollo "masivo" de este sistema, al reiniciar la producción civil en los Estados Unidos, con un gran número de pequeños inversionistas, que viéndose en la necesidad de participar en la nueva vida económica de su país, encontraron en la franquicia una buena solución

Hoy este sistema se expande a nivel internacional y su popularidad se debe sin duda a que conjunta los elementos necesarios para que un negocio crezca y prospere: ideas afines, prestigio, el "knowhow", buen flujo de capital, gente emprendedora y el compromiso de establecer relaciones a largo plazo.

El sistema de franquicias, tanto en nuestro país como en el resto del mundo se ubica como un poderoso mecanismo para el crecimiento de los negocios, y los resultados en los últimos años en México lo demuestran firmemente, por lo que ahora es, en nuestro país, el área de negocios de mayor dinamismo. Esta efectiva forma de distribución de bienes y servicios se popularizó en México a partir del año de 1989, abriendo las puertas al Sistema Nacional de Franquicias y cada vez son más los empresarios mexicanos que comprueban el éxito de este formato de negocio y su variedad de posibilidades.



los mejores tacos...
desde 1968

¿Qué es?

El concepto básico de Franquicia

El concepto del negocio de franquicia es una forma de distribución de bienes y servicios, cuyo sistema se conforma de los siguientes elementos:

1.- El franquiciante o propietario de la marca nombre, que es aquella persona que está dispuesta a otorgar la franquicia, con una previa negociación sobre lo que será el pago de una cuota y porcentaje sobre ventas, y la cooperación para la publicidad que el mercado considere conveniente.

2.- El franquiciatario o interesado en adquirir la marca y nombre dentro del giro, que lo convertirá en empresario de un negocio propio, que a su vez adquiere los siguientes compromisos:

-Comprar la licencia o marca de su interés.

-Disciplina ante las instrucciones, asesoría y supervisión de su franquiciante para el mejor desarrollo del negocio. Asimismo deberá procurar mantener con él una buena relación de retroalimentación y sobre todo una gran comunicación.

3.- El contrato o documento que constituye la base estructural en la negociación de una franquicia, cuyo objetivo es atenuar, evitar, prevenir o facilitar la solución de cualquier conflicto que pueda surgir en la vida comercial cotidiana.

Este documento debe contener las cláusulas fundamentales en materia de: consideraciones y definiciones, pagos, otorgamiento de la licencia, vigencia y territorialidad, obligaciones de franquiciatario, manuales de operación, acuerdos sobre la publicidad del sistema y autorización al franquiciante para acceder a la documentación contable para constatar el desarrollo del negocio entre otras.

Tipos de Franquicias

El sistema de franquicia se divide en dos tipos:

-Franquicia de marca o producto.

-Franquicia de formato de negocio.

En la franquicia de marca o producto el distribuidor adquiere cierta identidad del proveedor y debe promover las ventas de algunas o todas las líneas de producto de la compañía otorgante. Ejemplo de estas franquicias son las agencias distribuidoras de automóviles, embotelladoras de refrescos, y otras empresas de este tipo.

La franquicia de formato de negocio no sólo incluye los productos, servicios y marcas, sino también las estrategias y planes de mercado; manuales y estándares de operación y controles de calidad. Este tipo de franquicia requiere de una comunicación permanente entre ambos contratantes, y es a la que pertenecen, además de El Fogoncito, la gran mayoría de los establecimientos comerciales que ofrecen servicios de copiado, impresión, lavado en seco, restaurantes, etc.; o de renta, como los bufetes inmobiliarios.



los mejores tacos...
desde 1968