

RESUMEN

El término franquicia se está convirtiendo cada vez más en un término familiar en el mundo pero sobre todo en América Latina debido a que es un modelo de comercialización que se ha desarrollado con gran éxito alrededor del mundo (Feher, 1999).

Las franquicias son una opción para hacer negocios ya que representan verdaderas oportunidades para un éxito casi asegurado (Feher, 1999). A nivel mundial las franquicias crecen a un ritmo de entre 10% y 12% anual y de estos negocios franquiciados el 95% siguen vivos después de cinco años, mientras que de los negocios que son independientes el 65% de ellos no llegan a completar el segundo año de vida (Asociación Mexicana de Franquicias [AMF], 2002).

Durante muchos años el sistema de franquicias en México no tenía cabida, sin embargo, con el paso de los años la globalización cambió esta situación y permitió su entrada en 1989. Ahora esta manera de realizar negocios resulta vital y completamente productiva ya que en nuestro país este tipo de negocios producen anualmente alrededor de 4,000 millones de dólares (AMF, 2002).

Esto lleva a que en México la cultura de franquicia sea cada vez mayor logrando actualmente que en el país se franquicie en más de 20 giros diferentes (Vigay y Vargas, 1996). En cuanto a su distribución, están concentradas 24% en giros de servicios, 23% en áreas de alimentos y restaurantes y el resto en otros tipos de negocios y aún así se está lejos de saturar al mercado (AMF, 2002).

La tendencia de mayor crecimiento desde siempre ha sido y seguirá siendo el sector de alimentos, tanto de restaurantes de servicio completo como de comida rápida, aunque también hay una inclinación hacia otros negocios de servicios (AMF, 2002).