

ANEXO 1

Ventajas y desventajas

En los párrafos siguientes me ocuparé de dar una breve explicación sobre cada una de las ventajas y desventajas antes mencionadas. En motivo es describir de forma más clara con la cual se pueda apreciar más a fondo este tema.

Ventajas para el franquiciante:

- Expansión del negocio sin desembolsar.- En franquiciante tener presencia en muchos lugares de la misma ciudad, estado, país o expandir su negocio sin límites geográficos, todo esto sin desembolsar un solo peso, todo el dinero es aportado por el inversionista que compra la franquicia.
- Nueva fuente de ingresos.- El franquiciante recibirá ingresos adicionales mensualmente por concepto de regalías por parte del franquiciatario. En muchas ocasiones también se le pide al franquiciatario la aportación de dinero mensual destinado a marketing y publicidad de la empresa en forma global.
- Aumentar las ventas.- El volumen de ventas de la empresa crecerá y tendrá mayor participación de mercado en cuanto a unidades y dinero, siendo esto un arma para atacar a la competencia por el aumento de la presencia en el mercado.
- Mantiene el control y vigilancia del nuevo negocio.- El franquiciante vigilará que la calidad, la organización y la administración del nuevo negocio se hagan siguiendo las políticas y los estándares que él mismo ha marcado, brindará asesoría para poder llevar todo al pie de la letra y en caso de no ser así, sancionará podrá cancelar el contrato. Lo anterior sería para no dañar la imagen de la empresa.
- El franquiciatario asume cualquier relación laboral.- Para el franquiciante eso representa una ventaja por que no tiene que preocuparse por la gestión de

contratación, el pago de salarios y compensaciones, la administración del personal y las relaciones laborales, etc. Esto evita los gastos y las tareas administrativas que tendría que hacer con una sucursal.

- El franquiciatario es independiente para fines fiscales.- Cualquier problema que tenga el franquiciante con la secretaría de hacienda, será exclusivo y no afectará al franquiciante, además, el aumento en las ventas y en los ingresos globales de todas las franquicias no significará que aumenten las contribuciones fiscales del franquiciante.
- Aumenta la presencia en el mercado.- Al expandirse físicamente el negocio, y tener marketing y publicidad en nuevos mercados, la presencia de la marca y nombre comercial aumentará en la mente de los consumidores.
- Fortalecimiento y preservación de la marca.- La marca adquiere mayor fuerza cuando aumenta la presencia en el mercado, la publicidad y las ventas. Al fortalecerse la marca, esta tendrá mayor valor y podrá vender otras franquicias a un precio mayor.
- Aumento de ingresos por el cobro de regalías.- El franquiciante cobra al franquiciatario una cantidad mensual fija, o un porcentaje de las utilidades. Con esto, mensualmente tendrá la posibilidad de recibir ingresos adicionales.
- El cobro inicial ayuda a recuperar la inversión en el desarrollo de la franquicia.- El franquiciante incurre en una serie de gastos cuando comienza a desarrollar el sistema de franquicias. Necesita invertir mucho dinero en el desarrollo tecnológico, en la organización de manuales, procedimientos, y todo el know how. Con el cobro inicial recuperará poco a poco esta inversión.
- El poder de compra aumenta.- El franquiciatario tendrá mayor poder de compra entre más unidades franquiciadas existan. Con la compra global accede a descuentos y rebajas y tiene mayor poder de negociación con los proveedores. Esto hace que sus costos disminuyan y pueda competir en el mercado con un precio menor, o que pueda tener un mayor margen de utilidad.

- Puede repartir el costo de su publicidad.- Aprovecha las economías de escala para la publicidad y la mercadotecnia. Cobra a los franquiciatarios una cantidad por concepto de cooperación para publicidad y promoción mercado lógica sin importar que este además haga la debida promoción en el mercado para el cual se le otorgo la franquicia. Esto reduce el monto de aportación por parte del franquiciante para el rubro de marketing y publicidad, pues, entre más franquiciatarios aporten dinero, menos tendrá que aportar él, o en su defecto, su presupuesto para mercadotecnia se elevará.

Desventajas para el franquiciante:

- Riesgo de mal uso de la marca.- En caso de que el franquiciante opere de forma inadecuada para los estándares de la empresa, y no pueda cumplir con la tarea de ventas y satisfacción de las necesidades y gustos del consumidor, el franquiciatario se verá afectado, pues un consumidor no reconoce qué unidades son franquiciadas y cuales son propias, y su percepción de la mala calidad en el servicio o el producto será para la empresa en general.
- Riesgo de bajos índices de rentabilidad.- Si las unidades franquiciadas no tienen los resultados esperados, o estos son muy bajos, la rentabilidad del franquiciante bajará pues habrá hecho un inversión en desarrollo de la franquicia y esta no se será recuperada fácilmente.
- Incumplimiento por parte de los franquiciatarios del pago de regalías.- Muchas veces los franquiciatarios no cumplen con el pago correspondiente a las regalías o se tienen problemas para conseguir que este se realice a tiempo. Se tiene que incurrir en gastos de cobranza pues muchas se incumple en el pago durante muchos meses y se tienen que efectuar demandas legales.
- Alteración de los métodos de operación por parte de los franquiciatarios.- Muchos franquiciatarios alteran los métodos de operación o no los cumplen al

pie de la letra y esto puede afectar la calidad del servicio o del producto. Esta es una de las razones por las que se debe tener un buen control.

- Tiene que invertir en el desarrollo de la franquicia.- Antes de comenzar a franquiciar su negocio y gozar de los beneficios que tiene un franquicia, el franquiciante tendrá que invertir una fuerte suma de dinero en el desarrollo del sistema y la red para hacer atractiva la empresa y lograr que al iniciar esta funcione adecuadamente.
- Puede existir incompetencia y falta de ética por parte de los franquiciatarios.- Muchas veces los franquiciatarios no desarrollan su trabajo de forma eficiente y enfocada a los resultados y algunas otras no son éticos en el desempeño de sus funciones y dejan una mala imagen de la marca.

Ventajas del franquiciatario:

- Realiza una inversión menos riesgosa.- Como la franquicia es un negocio probado, que ya tiene establecidos procedimientos que ayudan al desempeño eficiente de todas las actividades, representa una inversión menos riesgosa pues no se repetirán los mismos errores ni se experimentará para saber de que forma puede funcionar mejor la empresa.
- Recibe tecnología que de otras formas no podría pagar.- La tecnología como el software y otras herramientas, la mayoría de las veces es desarrollada o costeadada por el franquiciante, o su costo es menor debido a las economías de escala derivadas de la red y, si no es con una franquicia, mucha personas no tienen acceso a pagar esto.
- Innovación permanente en tecnología y métodos de operación.- El franquiciante constantemente está invirtiendo en desarrollo de tecnología y nuevos métodos de operación más eficientes para el logro de las metas de la empresa por lo cual el franquiciatario se ve sumamente beneficiado de pertenecer a una red de franquicias.

- Opera con una marca y nombre comercial posicionados en el mercado.- Una ventaja es que el que compra una franquicia no tiene que preocuparse tanto por dar a conocer su marca y su producto, pues muchas personas lo conocerán, ya sea por que ya está en ese mercado, o por que está en otro mercado pero por medio de la publicidad y esfuerzos de mercadotecnia es una marca famosa o de renombre. El franquiciante se ocupará más de las actividades principales de la empresa y no destinará tanto tiempo a la promoción.
- Participa en un sistema de administración, operación, ventas y publicidad de una empresa más desarrollada.- El franquiciante no tiene que desarrollar una forma de operación ni experimentar. Esto le ayuda a ahorrar costos además de que posiblemente operará con procedimientos de vanguardia que no tendría si estuviera por su cuenta.
- Capacitación e inspecciones periódicas proporcionadas por el franquiciante.- El franquiciatario ahorra en costos pues muchas veces la capacitación es pagada por el franquiciante, y en caso de tener que pagarla él mismo el costo es menor que el que el de una empresa que no pertenece a una red debido a las economías de escala. Las inspecciones periódicas le ayudan a mantener siempre los estándares necesarios para la operación eficiente, y el que sea esta proporcionada por el franquiciante, también le ahorra costos.
- Adquiere experiencia ajena.- El know how es parte importante de una franquicia. El franquiciante gozará de recibir información probada antes. Cometer errores puede ser muy costoso y al recibir experiencia tendrá menos posibilidades de cometerlos siempre y cuando se ajuste a los procedimientos, normas y estándares marcados por el franquiciante.
- La inversión es relativamente menor que si se tratara de un negocio nuevo.- Aunque en un negocio nuevo no se tiene que hacer un pago inicial fuerte como el que se hace en una franquicia, existen muchos gastos en los que no se incurrirá o que sería elevarían su costo si se abriera una empresa independiente.

Un ejemplo de estos es todo lo que se ha mencionado antes sobre el know how, tecnología, experiencia, etc.

- Personas con inquietudes pero sin ideas pueden obtener rentabilidad de su dinero.- Tener el dinero invertido en un negocio, aunque es mas riesgoso, genera normalmente mayor rentabilidad que invertirlo en instrumentos de deuda y aunque muchas personas tienen el dinero para abrir un negocio, no todas tienen una idea original, ingenioso, rentable, etc. y una franquicia es una opción atractiva para este tipo de personas.
- Ayuda para encontrar el local adecuado.- El franquiciante apoya al franquiciatario al momento de elegir el lugar donde abrirá el negocio. La elección se hace en base a requerimientos del mercado previamente estudiados por el franquiciante y a las características que adecuadas a los estándares de la empresa.
- Es más fácil conseguir un buen local si se tiene el respaldo de una marca conocida.- Muchos arrendadores estudian muy a fondo a sus arrendatarios y es más fácil que accedan a rentar un local si la empresa cuenta con un respaldo, el cual en este caso, lo será en nombre de la franquicia.
- Se tiene apoyo moral en situaciones desalentadoras.- El franquiciante servirá como apoyo moral en situaciones desalentadoras como lo son: baja en las ventas, imposibilidad de cumplir con las metas debido a caídas en el mercado, problemas con los empleados, etc.
- Se recibe ayuda para la adaptación del local.- El franquiciante ofrece ayuda para decoración del local, distribución del mobiliario y equipo, etc. que permite aprovechar mejor el espacio y operar con mayor eficiencia al igual que brindar un mejor servicio adecuado a las necesidades y demandas del mercado, brindando un ambiente que hace que se sientan más a gusto empleados y clientes.

- El costo de la publicidad y promoción es menor por las economías de escala.- Las economías de escala permiten acceder a costos menores en publicidad y promoción y este beneficio puede permitir un mayor margen de utilidad o una disminución en el precio para ganar mercado.
- Es un negocio menos costoso de operar.- Por todos los aspectos antes mencionados, se puede considerar que una franquicia es un negocio con menor costo de operación, derivado de las economías de escala y del know how.
- Costo mucho menor de investigación y desarrollo.- La investigación y el desarrollo de nuevos productos generalmente se hacen por parte del franquiciante y el costo para el franquiciatario tiende a ser cero o a ser muy bajo, cosa que ocurriría en un negocio normal.
- El pago de regalías está asociado a resultados.- Generalmente el pago de regalías está asociado a resultados, es decir, representa una parte porcentual de las utilidades por lo se trata de un costo variable y si estas son pocas, el monto de las regalías será bajo.

Desventajas para el franquiciatario:

- El costo inicial puede ser excesivo.- El costo inicial dependerá de la fama de la marca, el giro de la empresa, la posición de mercado, el periodo de recuperación de la inversión, etc. y muchas veces puede ser muy alto.
- Posibilidad de fracaso.- Aunque el comprar una franquicia representa una serie de ventajas y beneficios antes mencionados, siempre existe la posibilidad de fracaso, y dado el costo inicial sería esta una pérdida mucho mayor al costo de fracasar en una empresa normal.
- El pago de regalías puede ser muy alto.- Aunque la mayoría de las veces el pago de regalías está asociado a los resultados algunas franquicias establecen pagos fijos. Si las ventas son buenas, o si estas son malas, el franquiciante deberá pagar

y este costo fijo puede ser causa de perdidas en caso de que no existan utilidades. Además, aunque se trate de un porcentaje de las utilidades, cuando estas son muy altas resulta molesto para los franquiciatarios pagar al franquiciante sumas muy grandes de dinero que podría ser de ellos si tuviera un negocio normal.

- Poca independencia.- El franquiciatario debe ajustarse a los manuales de operación del franquiciante y muchas veces no tiene poder de decisión en muchas de las actividades.
- El contrato generalmente es por corto tiempo.- El contrato de franquicia se hace generalmente por pocos años, por ejemplo 5 años. Los contratos se deberán renegociar después de esto y si no se tiene bien establecida la renegociación podría ser que las nuevas condiciones del franquiciante no fueran favorable y no conviniera seguir con la franquicia, lo que haría que los años trabajados se malgastaran y se perdieran.
- La intervención del franquiciante puede crear conflictos de intereses.- Puede ser que existan diferentes puntos de vista entre las partes sobre la forma de llevar la gestión del negocio y de considerar que es lo mejor. El franquiciante puede querer maximizar las ventas y aumentar los gastos de publicidad, pensando en su propio beneficio, y el franquiciatario podría buscar como primer objetivo la rentabilidad del negocio.
- Falta de prestigio propio.- Generalmente cuando se compra una franquicia se compra la fama y prestigio de la marca, lo cual es un beneficio, y además, durante la gestión de su negocio, el franquiciatario puede generar un aumento en el prestigio y la aceptación de la marca, pero este prestigio y aceptación será exclusivos de la marca y poca veces se reconoce al franquiciante.
- Falta de flexibilidad.- Las tendencias del mercado pueden cambiar y además los gustos y preferencia de un mercado a otro pueden cambiar. Muchas veces se necesita adaptarse a ese mercado y cambiar los estándares establecidos pero con

una franquicia esto representará una dificultad para el franquiciatario. No existe mucha posibilidad de innovación y generación de ideas por parte del franquiciatario pues aunque se diera una buena idea, el proceso de adaptación de la misma es muy lento y tiene que pasar por muchos filtros y aprobaciones.

- La cancelación es difícil.- El cancelar el contrato de franquicia es un proceso un poco lento y complicado, y aunque una opción sería el traspaso de la empresa, esta debe ser aprobada por el franquiciante y también representa un proceso lento.
- Puede resultar que el franquiciante sea incompetente y poco ético.- Un franquiciatario se puede encontrar con que el franquiciante no resulta ser la persona que aparentaba y que el trato con él sea injusto, inapropiado y falto de ética. Puede ser que no brinde el respaldo que necesita el franquiciante, ya sea por ser incompetente, o por falta de voluntad.
- Existe la posibilidad de no haber elegido una franquicia adecuada a los gustos, preferencias, posibilidades y necesidades del franquiciatario.- Después de poner en marcha el negocio, el franquiciatario podría darse cuenta de que el giro del negocio no es de su total agrado, que no está capacitado para llevarlo a flote, que el costo de las regalías es elevado, o que las ventas no son las proyectadas y que no se puede alcanzar la rentabilidad deseada.
- El prestigio de la marca puede verse afectado por el mal manejo de otros franquiciatarios o del franquiciante.- La percepción que tiene el cliente sobre la calidad de la marca y nombre comercial podría variar. Puede ser que un mal manejo por parte de otros franquiciatarios o del franquiciante, afecte los intereses de un inversionista, el cual, aunque lleve de manera adecuada la gestión y operación de su negocio, perderá credibilidad en el mercado ya que los consumidores no distinguen entre una u otra unidad y etiquetan a la marca como la que da el mal servicio.