

# FRANQUICIAS

**PRESENTAN:**

- Canjay Lugo Maribel
- Doñu Pérez Yesenia
- González Estrada Juana
- Gutiérrez Acosta María de Laura
- Ortega Morales Yuselbi
- Vaquero Lugo Catalina

---

---

---

---

---

---

---

---

## Concepto

Concesiones o licencias, como un acuerdo contractual mediante el cual una compañía (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía o a un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas.

---

---

---

---

---

---

---

---

Un franquiciador tiene el derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; conociendo esto como licencia de producto.




---

---

---

---

---

---

---

---

## Tipos de Franquicias

- Sistema de concesión al detallista patrocinado por el fabricante.
- Sistema de concesión al mayorista patrocinado por el fabricante.
- Sistema de concesión al detallista patrocinado por la firma de servicios.




---

---

---

---

---

---

---

---

## Tipos de Franquicias

- **Franquicia Comercial** :Es aquella en la cual el franquiciador cede a sus franquiciados, todos los elementos necesarios que le permitan la venta de productos o servicios al consumidor final, por ejemplo la franquicias de teléfonos celulares, tiendas de regalos, restaurants, cafés, agencias de viajes.




---

---

---

---

---

---

---

---

- **Franquicia Industrial** : Es cuando el franquiciador cede al franquiciado el derecho de fabricación, la tecnología, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y de gestión y las técnicas de venta, por ejemplo, las franquicias de comida




---

---

---

---

---

---

---

---

• **Franquicia de distribución o de producto:**  
 Es aquella franquicia que tiene como objeto la distribución de producto o productos tanto para cuando el franquiciador es el fabricante como para cuando este actúa como central de compras. Por ejemplo franquicias de ropa, de muebles, etc.




---

---

---

---

---

---

---

---

• **Franquicia de servicio :** Se le denomina a aquella que tiene como objeto el prestar un servicio al cliente final, como franquicias de escuela de idiomas o alguna otra capacitación, franquicias dedicadas al mantenimiento de autos, franquicias que ofrecen el servicio de traducciones, etc.




---

---

---

---

---

---

---

---

• **Franquicia de Corner:** Es una franquicia en la cual la actividad se desarrolla en un espacio específico y aparte; y al mismo tiempo dentro de una superficie mayor, como puede ser dentro de unos almacenes, como ejemplo podemos citar una franquicia de venta de relojes.



• **Shop in shop :** Es una franquicia de corner en la que se recrea la decoración y el ambiente de cualquier otro establecimiento integrado en la cadena.




---

---

---

---

---

---

---

---

### De acuerdo a su estructura y su mercado:

- **Franquicia individual:** Se le da a una persona con un contrato específico.
- **Franquicia Múltiple:** Se le da a una persona en un determinado territorio para que abra un número de unidades en cierto tiempo.




---

---

---

---

---

---

---

---

- **Franquicia Regional :** Se le otorga a una persona en toda una región y si funcionan se le dan más.

- **Franquicia Maestra Internacional: Se refiere** cuando un corporativo traslada una franquicia de un país a otro para que pueda ser explotada y utilizada en todo un territorio.




---

---

---

---

---

---

---

---

### Ventajas del Franquiciador

- Tener acceso a una nueva fuente de capital
- Evitar los gastos fijos elevados
- Cooperar con los distribuidores independientes
- Cooperar con los hombres de negocios locales
- Crear una nueva fuente de ingresos

---

---

---

---

---

---

---

---

- Realizar un aumento rápido de las ventas
- Beneficiarse de las economías de escala

Los franquiciadores aportan a sus franquiciados una ayuda inicial:

- Estudio de mercado
- Un estudio de localización de restaurante franquiciado
- Asistencia en la negociación de alquiler

---

---

---

---


---

---

---

---

- Una concepción de la decoración del punto de venta
- La formación de la mano de obra
- Modelos de gestión contable y financiera




---

---

---

---

---


---

---

---

### Ventajas para el Franquiciado

- Poner en marcha una empresa
- Reducir el riesgo y la incertidumbre
- Beneficiarse de un mejor poder de compra
- Recibir una formación y una asistencia continua del franquiciador
- Tener el acceso a los mejores emplazamientos




---

---

---

---

---

---

---

---

- Recibir una ayuda a la gestión del marketing y a la gestión financiera y contable de la franquicia.
- Tener locales y decoración interior bien concebidos.
- Beneficiarse de nuevos productos o servicios.
- Tener la posibilidad de crear su propio negocio como independiente.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Ventajas de las franquicias

- Reputación
- Capital de Trabajo
- Experiencia
- Utilidades
- Producto comprobado
- Proveedores de materia prima y equipos ya preestablecido
- Promoción y campaña de mercadeo a mayor escala (depende del tipo de franquicia)
- Tener un "socio" que puede asesorar




---

---

---

---

---


---

---

---

### Desventajas

- Derechos
- Menos independencia
- Estandarización
- Lentitud
- Cancelación
- El control
- El competidor
- Tienes un "socio" en tus ganancias




---

---

---

---

---

---

---

---

- Tiene obligaciones contractuales con otro "jugador".
- No todos los productos o métodos de negocio van a funcionar en otras condiciones similares o ligeramente diferentes.
- Generalmente no pueden introducir cambios al mecanismo de hacer negocios que difiera del método que la franquicia aplica.

---

---

---

---

---

---

---

---

### ¿Cómo comprar una franquicia?

- Introducción
- Conocer el sistema
  - Libros y revistas del sector
  - Internet
  - Ferias especializadas
  - Guías de franquicias
  - Consultoras
- Requisitos




---

---

---

---

---

---

---

---

- Analizar la franquicia
  - Análisis económico – financiero
  - Verificar la información
  - Estudiar el contrato
- Precauciones
  - No se deje llevar por una primera impresión
  - Comprar una guía de franquicias
  - Solicitar asistencia de profesionales
  - Poner todo por escrito
  - Desconfiar de las promesas verbales
  - Evaluar la solidez de la marca
  - No cegarse por el "Prestigio"
  - Las etiquetas no garantizan nada




---

---

---

---

---

---

---

---

• **Obtener información**

No siempre las centrales de franquicia estarán dispuestas a facilitarnos una información suficiente en la que basar nuestra investigación o no estarán preparadas para ello.

Para evitar la aportación de una información engañosa y la omisión de datos por parte de los franquiciantes respecto a sus planes de negocio hay que tener muy en cuenta el marco legal en el que nos empezamos a mover.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Características que debe buscar un franquiciado en un franquiciador**

- Conocimiento del mercado local.
- Conocimiento del segmento de mercado que interesa a la franquicia.
- Actitud flexible
- Recursos económicos necesarios
- Recursos administrativos necesarios
- Capacidad de comunicarse adecuadamente con su franquiciante

---

---

---

---

---

---

---

---

- Experiencia de negocios en el país del franquiciante
- Conocimientos del mercado inmobiliario de su país
- Habilidad para ayudar en la selección de los posibles **proveedores**.
- Buenas relaciones y experiencia en el trato con los funcionarios de **gobierno** del país al que ingresa la franquicia.

---

---

---

---

---

---

---

---



### Características de una buena franquicia

- Tiene relación con la **comercialización** de un producto o servicio de buena **calidad**.
- La **demanda** para el producto o servicio es universal, no se limita a la región de origen del franquiciador.
- Deja al franquiciado ya establecido en un lugar un derecho de primer rechazo en el momento de implantación de una o varias franquicias en su territorio.
- Prevé una transferencia efectiva en las técnicas de **comercialización** y en los **métodos** propios de la franquicia.

---

---

---

---

---

---

---

---

- Hace sus **pruebas** con una **empresa** piloto.
- Establece las modalidades de una relación continua entre el franquiciador y el franquiciado con objeto de mejorar las condiciones de explotación de la franquicia y de intercambiar innovaciones, ideas de nuevos productos y servicios, etc.
- Describe las aportaciones iniciales (enseña, formación, saber hacer) y las permanentes (soportes de marketing, **publicidad**, **acciones** promocionales, **investigación** y desarrollo, servicios diversos) del franquiciador.

---

---

---

---

---

---

---

---

- Expresa los pagos inmediatos (**derechos** iniciales) y continuos (canon) que el franquiciado debe efectuar.
- Implica al franquiciado en el **proceso** de las orientaciones futuras de la franquicia y le hace participar en la vida de la franquicia.
- Prevé un **procedimiento** de renovación, renegociación y anulación del **contrato** de franquicia, así como una posibilidad de rescate para el franquiciador.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Pagos que realiza el franquiciado

Los acuerdos de franquicia estipulan que la franquiciadora proporciona un saber hacer, signos distintivos, servicios, etc., al franquiciador, este a cambio realiza una serie de contraprestaciones financieras: son los pagos.

---

---

---

---

---

---

---

---

**La filosofía** que debe orientar la fijación de los pagos o compensaciones que el franquiciador abona a la franquiciadora:

**Claridad:**

El franquiciador, debe saber de forma diáfana la correspondencia entre lo que abona y lo que recibe del franquiciador.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Objetividad:**

Los pagos reflejan de forma objetiva las contraprestaciones (se paga algo por algo). La relación de intercambio debe ser lo más objetiva posible.

**Satisfacción de las partes:**

La satisfacción de la franquiciadora y el franquiciador en sus relaciones de intercambio evitará la mayor parte de los problemas que se puedan suscitar en la franquicia.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Clasificación de Pagos

- Derecho o canon de entrada
- Derecho o canon periódico o royalty
- Otros pagos

---

---

---

---

---

---

---

---

### Derecho o canon de entrada:

- Es la cantidad que el franquiciador exige al franquiciado para entrar a formar parte de la cadena.
- El canon de entrada consiste en un pago inicial que faculta al franquiciado para iniciar la actividad comercial.
- Este canon es un elemento característico de toda franquicia, aunque algunos franquiciadores no la exijan.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Conceptos:

- Derecho a usar las marcas y los signos distintivos del franquiciador.
- Concesión de un territorio de exclusividad al franquiciado.
- Cesión del "saber hacer" del franquiciado.
- Servicios y asistencia previa a la apertura del negocio.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Derecho o canon periódico o royalty

Los royalties son pagos periódicos (mensuales o, en raros casos, trimestrales o anuales) como contrapartida por los resultados periódicos obtenidos por el franquiciador.

Este canon, debe hacerse constar expresamente en el contrato de franquicia. La filosofía que rige estos pagos se asienta en la idea de que el franquiciado obtiene unos beneficios en su actividad gracias al continuo apoyo, asistencia, servicios, etc., que le presta el franquiciador.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Servicios que se debe incluir

- Publicidad
- Formación continua
- Asistencia e información continua
- Ayudas en la gestión del negocio
- Control
- Saber hacer renovado
- Investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios

El tipo es más frecuente y normal en franquicias que se calcula como un porcentaje sobre el volumen de ventas o ingresos (en algunos casos beneficios) del franquiciador (Burger King).

Cobrar un importe fijo normalmente mensual.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Otros Pagos:

Se refieren a los siguientes apartados:

- Comunicación: En publicidad y promoción de tipo local.
- Formación: Al comienzo de la actividad y durante la formación continúa.
- Contribución a la innovación y desarrollo de productos, técnicas de gestión, ventas, etc.
- Servicios especiales que el franquiciador demande al franquiciador.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Tipos de pago

- Pagos iniciales

Se refiere al monto que usted paga al franquiciador por el derecho de abrir su franquicia. El monto que podría pagar depende del valor del territorio o área comercial, mientras más grande sea su mercado, mayor será. La cuota inicial puede o no incluir costos de capacitación, cuotas promocionales de puesta en marcha, existencias, construcciones, equipos/instalaciones y cualquier otro costo que sea necesario para su negocio.

---

---

---

---

---

---

---

---

- Pagos continuos

La mayoría de los franquiciadores cobra una cuota por derecho de patente, que generalmente corresponde a un porcentaje de sus ventas brutas, no de sus ganancias. La cuota de derecho de patente puede variar de un 1% a un 15%, aunque por lo general se cobra el 5% de las ventas brutas.

Algunos franquiciadores cobran una cuota regular (que se paga en forma semanal, mensual o trimestral) en lugar de las regalías.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Ejemplo



McDonald's  
Hamburguesas

**Información General**

Categoría: Alimentos  
Subcategoría: Hamburguesas  
País: US  
Operando desde: 1986  
Unidades: 354

**Inversión**

Cuota: \$45,000 - \$45,000 (MXP)  
Inversión: \$555,000 - \$555,000 (USD)  
Retorno de inversión: 60 (meses)  
Regalías: 0  
Publicidad: 0

---

---

---

---

---

---

---

---



Holanda  
Helados

**Información General**  
Categoría: Alimentos  
Subcategoría: Helados  
País: MX  
Operando desde: 1938  
Unidades: 737

**Inversión**  
Cuota: - (MXP)  
Inversión: \$150,000 - \$150,000 (MXP)  
Retorno de inversión: 24 (meses)  
Regalías:  
Publicidad:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Franquicia

Costo: \$119,000.00+iva.

**INCLUYE:**

- Permiso para utilizar nuestras marcas registradas.
- Permiso para la comercialización de productos yuno.
- Equipo de importación para la fabricación de hielo frappé.
- Purificación de agua.
- Todo el equipo necesario para en los procesos de venta y producción.
- Materia prima para 1,000 raspados (vasos, popotes, cucharas, servilletas, y mieles de todos los sabores).

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



- Mezcladora para las malteadas.
- Sistema de computación integral.
- Cursos de capacitación.
- Manuales, corporativo de operaciones y venta.
- Diseño de imagen del local.
- Publicidad estática y menús .
- Uniformes.
- Vitrina.

<http://www.yuno.com.mx/esp.html>

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Costo de franquicia: \$ 345,000.00

- Cursos de capacitación permanentes.
- Mobiliario y equipo industrial.
- Accesorios.
- Materiales.
- Paquete publicitario.
- Equipo de computo y software.

---

---

---

---

---

---

---

---

Gracias por su  
atención

---

---

---

---

---

---

---

---