

Preguntas

Desarrollo empresarial
Cp. Victor Tadeo Cruz Recinos

PRESENTA EL ALUMNO:

Eduardo de la Cruz Gerónimo

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**6to cuatrimestre “D” licenciatura en
administración de empresa**

Frontera Comalapa, Chiapas

21 de mayo del 2020.

1-¿Qué es una franquicia? Una franquicia es una forma de negocio en el que una persona o empresa cede a otra el derecho de explotación de su sistema de negocio a cambio de una contraprestación económica.

2- ¿Quién es el franquiciador? La persona física o jurídica que posee una marca y un know how propios y decide cederlos a otra persona a cambio de una remuneración económica.

3-¿Quién es el franquiciado? La persona física o jurídica que pone en marcha su empresa en asociación con el franquiciador, lo que permite emprender un negocio cuyo éxito ha sido comprobado, reduciendo de esta manera el riesgo al que se enfrenta.

4-¿Qué es la marca? El baluarte del negocio, la clave. El franquiciador posee la propiedad de una marca y cede su uso al franquiciado, que deberá utilizarla conforme a la identidad corporativa y a las instrucciones pertinentes.

5-¿Qué es know how? El saber hacer, es decir, los procesos, sistemas y normativas propios de la marca. Después de esta, diría que es el segundo distintivo mas importante del negocio.

6-¿Qué es un contrato? El documento jurídico que determina la relación entre las partes, las cuales se unen para lograr el éxito de la franquicia.

7-¿Tipos de franquicias y ejemplos de franquicias?

Franquicias comerciales

Son aquellas en que el franquiciador cede a sus franquiciados los elementos necesarios para la venta de productos o servicios al cliente final. Es un modelo muy extendido porque permite replicar de forma rápida negocios cuyo éxito ya ha sido comprobado, lo cual facilita enormemente la internacionalización de la empresa.

Franquicias industriales

En este caso, el franquiciador cede al franquiciado su *know how* (saber hacer), el derecho de fabricación, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y la gestión.

Franquicias de producción

El franquiciador fabrica los productos y el franquiciado los vende. En este contrato se suele obligar a los franquiciados a que distribuyan esos productos en exclusiva. De esta forma, el fabricante se asegura que su producción se va a vender.

Franquicias de distribución

El franquiciador se dedica a revender los productos fabricados por otras empresas (sus franquiciados). Normalmente, también emplea a otra red de franquiciados para la distribución. En este caso, actúa como una central de compras.

Dicho de otra forma: los franquiciados son los productores y venden sus productos al franquiciador. Éste, a su vez, puede elegir entre venderlos él o tener una serie de franquiciados distribuidores.

Franquicias de servicio

Las que tienen por objeto la prestación de un servicio especializado, por lo que también cobra mucha importancia el *know how*. El franquiciador, en este caso, ofrecerá y exigirá al franquiciado una forma muy específica de prestar dicho servicio.

Franquicias córner

Son aquellas en que el negocio se establece en el interior de otro establecimiento. De esta forma se ahorran costes (agua, luz, alquiler del local...). Debe existir, para que ese modelo funcione, una afinidad entre la franquicia y el negocio en el que se ubica.

Ejemplos tienes en los puestos de venta de carcasas para móviles que se ubican en los pasillos de los centros comerciales.

Franquicias master o principal

Finalmente, **este tipo de franquicia es un tipo de franquicia especial**, en el que el franquiciador otorga al franquiciado principal el derecho a explotar la franquicia en un territorio amplio a través de la asociación con otros franquiciados. Es el modelo que se suele utilizar para exportar el negocio a otro país, cuando se ve que ya está en auge.

8-¿Derechos y obligaciones de una franquicia?

Derechos del franquiciador

- Derecho a cobrar una cuota inicial y unas regalías por su marca y *know how*
- Derecho a tomar las decisiones estratégicas que considere oportunas.
- Derecho a exigir al franquiciado el cumplimiento de las normas, la confidencialidad de los procesos internos y la utilización de los métodos de gestión que desee.

Obligaciones del franquiciador

- Estar inscrito en el Registro de Franquiciadores o institución pertinente o que le sustituya.
- Controlar los stocks (si los hay) y la calidad de los productos o servicios.
- Facilitar los proveedores y/o mercancías necesarias al franquiciado.
- Asesoramiento al mismo en lo que necesite.

Derechos del franquiciado

- Derecho a utilizar la marca y *know how* mientras esté en vigor el contrato.
- Derecho a contar con la asistencia del franquiciador para la puesta en marcha del negocio (por ejemplo, a través de un manual operativo).
- Derecho a recibir asistencia por parte del franquiciador siempre que sea necesario.
- Derecho a que éste le suministre los materiales necesarios para el desarrollo de la actividad
- Derecho a la exclusividad territorial en el negocio.

Obligaciones del franquiciado

- Seguir los métodos y sistemas que marque el dueño de la franquicia
- Mantener la confidencialidad de los procesos internos
- Utilizar los proveedores homologados
- Respetar las normas establecidas para el acondicionamiento del local, los métodos publicitarios de la franquicia y cualquier otra característica o elemento distintivo de la misma.

9-¿Pasos para montar una franquicia?

- Estudia la viabilidad del negocio
- Determina la forma jurídica de la empresa
- Busca financiación
- Consigue el local
- Licencias y permisos

10-¿Ventajas y desventajas de las franquicias?

Desde el punto de vista del franquiciador

Ventajas

- La principal es que **franquiciar el negocio** le supone crear una extraordinaria fuente de ingresos pasivos, de los que hemos hablado harto y tendido en este blog. Puede hacer crecer su negocio, expandirlo, pero además de forma pasiva, ya que el negocio base ya está creado.
- Haciendo esto, podrá abrirse a nuevos mercados, disminuir el riesgo de inversión y ahorrar muchísimo en gastos de personal e infraestructuras (imagínate que, en vez de **conceder una franquicia**, tiene que abrir personalmente otra sucursal o local).
- Finalmente, aumentará la notoriedad de su marca.

Desventajas

- Deberá hacer una elevada inversión inicial para sistematización de procesos y puesta en marcha, con objeto de reducir las dificultades de comunicación con los puntos de venta.

- Tendrá un menor conocimiento del funcionamiento global del negocio y, paralelamente, puede sufrir un pequeño aumento de competencia desleal.

Desde el punto de vista del franquiciado

Ventajas

- Podrá posicionarse en el mercado y adquirir prestigio con una marca conocida y un negocio cuyo funcionamiento está contrastado.
- Será propietario de un negocio exclusivo en su zona, en el que además los proveedores le vienen dados y en el que podrá beneficiarse de las economías de escala de la cadena.

Desventajas

- No será propietario de la marca que ampara su negocio ni tendrá libertad o autonomía en la toma de decisiones.
- Si quiere triunfar en su negocio dependerá principalmente de la buena marcha de la franquicia y no tanto de su gestión.