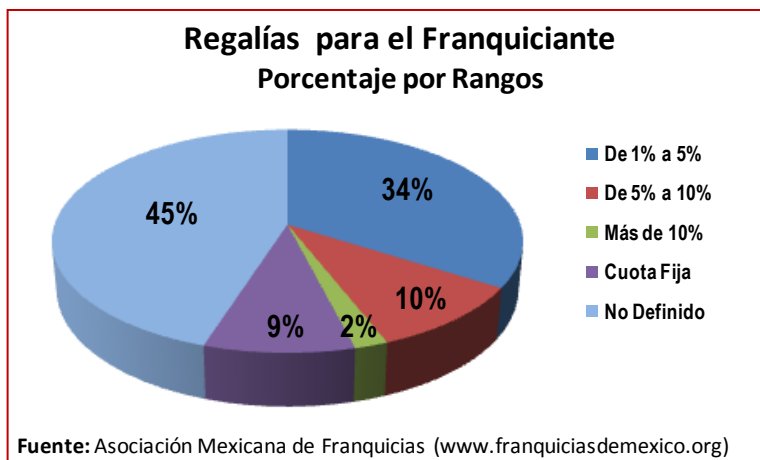


Oportunidad de Negocios: Franquicias, sin fórmula mágica.

Muchos emprendedores, de todas las edades, ponen su mira en comprar una franquicia en aras de garantizar el éxito de su trabajo e inversión. Si bien las franquicias tienen, por lo general, modelos de negocios rentables y una marca posicionada en el mercado, estos factores no representan, por si solos, una seguridad para el crecimiento sustentable del nuevo negocio.

La fórmula de las franquicias es sencilla: Es una relación comercial en la que el franquiciante decide utilizar su conocimiento y experiencia en el mercado con el fin de expandir el negocio original, para lograrlo, está dispuesto a permitirle a terceras personas (los franquiciatarios) utilizar su *know how* y la marca que distingue a los productos o servicios que su negocio ofrece.



Por lo tanto, los franquiciatarios deben pagar una cuota fija o un porcentaje de sus ventas por la transferencia de estos activos intangibles, lo que se conoce como pago de regalías.

Según datos de la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), el pago de éstas, dentro de sus afiliados, se distribuye de la siguiente manera:

- El 45% de las franquicias no definen el porcentaje de sus regalías (que no significa que no se cobren éstas).
- El 34% de las franquicias cobran regalías que van del 1% al 5% de las ventas del franquiciatario.
- Una de cada diez franquicias (10%) cobran su *know how* por un valor equivalente de entre 5% y 10% de las ventas.
- Solo el 2% cobran más del 10%, y
- Un 9% cobran una cuota fija por el uso de su marca y procesos.

El pago de regalías reduce los márgenes de ganancia para los nuevos empresarios, por lo que, las franquicias no son para todo el mundo, si bien la compra de este tipo de negocios aseguran un retorno de la inversión en el corto y/o mediano plazo, los que van a adquirir alguna franquicia deben poseer los siguientes atributos:

- Dinero y capital para la inversión inicial, incluyendo la cuota de entrada a la franquicia y los gastos asociados a la apertura de un nuevo negocio.
- Un estándar mínimo de educación y deseos de capacitarse en la operación del negocio.
- Aceptar que su operación o negocio no va a ser manejada en forma autónoma ni independiente. Este punto es vital, por tener dos facetas clave:

- Se debe sujetar a controles de todo tipo, para que cumplan con estrictas normas de calidad, operación, etc., de acuerdo a un contrato. Si no lo hacen pueden perder la franquicia.
- Debe aceptar psicológicamente que su independencia y toma de decisiones son muy relativas, ya que están enmarcadas en operaciones globales. Por ejemplo, un establecimiento de *fast-food* no puede vender aguas frescas o garnachas porque su contrato no se lo permite.

No pretendo devaluar este modelo de negocio, pero si hacer conciencia de que el nuevo emprendedor debe tener cierto perfil y hacer su tarea para seleccionar una franquicia bien estructurada, con un estricto plan de mercado y con un compromiso real con sus franquiciatarios.

Como en todo emprendimiento, el éxito de una franquicia depende de la capacidad, compromiso y trabajo del franquiciatario, no hay formulas mágicas.

Luis de la Torre

Socio Fundador de GD Innovaciones y Consultoría, S.C.

luis.delatorre@gdinnovaciones.com.mx / ldelatorre@hotmail.com

GD Innovaciones
c o n s u l t o r e s