

- **Franquicias para los emprendedores**
Por Jack Fleitman

Cuando se piensa en ser emprendedor e iniciar un negocio, se tiene la posibilidad de ser parte de una franquicia y de hecho es una idea realmente buena, que puede ahorrar muchos problemas y trabajo, si se tiene el capital necesario y el perfil para ser exitoso.

Una franquicia es un sistema en donde al dueño se le nombra el franquiciante, que concede a otra persona, que se le llama el franquiciatario, una licencia para la operación de un negocio probado como exitoso.

La transmisión de los conocimientos (know how) y tecnología, la hace el franquiciante mediante manuales, guías, capacitación, inspecciones y supervisiones.

El franquiciatario se obliga a cumplir con la calidad del servicio y productos, en los términos que se señalen en el contrato que se firme para obtener la franquicia.

El contrato de franquicia es de colaboración, en donde el franquiciante y el franquiciatario tienen intereses comunes. Generalmente es un contrato a largo plazo.

El contrato debe incluir la autorización de uso de marca de productos o servicios, nombre, publicidad y la explotación de patentes.

La franquicia debe tener una exclusividad relacionada con un territorio o un número determinado de establecimientos geográficamente identificados.

Lo mas importante para el éxito de una franquicia es tener una marca acreditada, aceptada y conocida por los consumidores, debido a la alta calidad de sus productos y servicios.

Es importante aclarar, que para incursionar en el negocio de franquicias, es necesario que el franquiciante y franquiciatario evalúen las ventajas y desventajas de la franquicia, ya que siempre existe posibilidad de fracasar.

En México cada vez hay mas opciones de franquicias nacionales que son mas accesibles para los emprendedores que empiezan un negocio que una franquicia internacional que requiere de una inversión mayor.

- **Requisitos para crear una franquicia**

- ◆ Tener un nombre y marca debidamente protegidos.
- ◆ Tener una marca con reconocimiento público dentro del mercado.
- ◆ Satisfacer una necesidad real del mercado.
- ◆ Tener éxito comprobado por varios años.
- ◆ Experiencia y antigüedad para tener credibilidad.
- ◆ Tener un centro de capacitación y entrenamiento para franquiciatarios.
- ◆ Tener un laboratorio de pruebas de nuevos sistemas de organización y productos.

El titular de la franquicia también debe establecer lo siguiente:

- ◆ Las características para la ubicación de las unidades de negocio.
- ◆ Los metros cuadrados mínimos necesarios para la operación.
- ◆ Los sistemas de control y supervisión para la administración y operación eficiente de la franquicia.
- ◆ El machote de contrato para firmar con los los franquiciatarios.
- ◆ El porcentaje de las regalías por ventas que debe pagar el franquiciatario.
- ◆ El porcentaje de las ventas que se debe aportar para publicidad corporativa.
- ◆ Calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) para que los franquiciatarios la conozcan.

- **Beneficios para el titular de la franquicia**

- ◆ Expansión del negocio en diferentes mercados nacionales e internacionales.
- ◆ La expansión del negocio se realiza a través de inversiones de otros.
- ◆ Ingresos constantes mediante el cobro de regalías.
- ◆ Se hace la publicidad de la franquicia con el dinero que los franquiciatarios aportan al corporativo.
- ◆ Los franquiciatarios puede ser socios creativos y leales que se preocupan por tener sugerencias innovadoras para mejorar la franquicia.

“Las franquicias son una solución de mercado a un problema de mercado”

- **Ventajas de adquirir una franquicia para un franquiciatario**

- ◆ La franquicia tiene un producto ya probado y aceptado por los consumidores.
- ◆ Utilización de métodos operativos, comerciales y administrativos probados para tener calidad y uniformidad en los productos o servicios que se ofrecen.
- ◆ Tener la licencia para el uso de la marca.
- ◆ Crecimiento del negocio de manera más rápida que con otra alternativa comercial.
- ◆ El riesgo de fracaso es menor que en un negocio sin probar.
- ◆ Recibe asesoría en ubicación, acondicionamiento, decoración y compra de equipo
- ◆ Adquiere los conocimientos y experiencia para el manejo eficiente del negocio.
- ◆ Acceso a campañas publicitarias corporativas.
- ◆ Beneficiarios de descuentos de los proveedores por volumen de compra.

Las obligaciones más importantes de cada una de las partes son las siguientes:

- **Obligaciones del franquiciante**

El franquiciante se obliga a proporcionar a el franquiciatario:

1. La asistencia técnica y elementos necesarios para prestar el servicio con calidad.
2. Los materiales necesarios para promover el desarrollo de la franquicia.
3. Un sistema software que permita controlar la administración, operación y ventas.
4. Proporcionar capacitación y entrenamiento especializado para producir y vender productos o servicios de calidad.
5. Secretos comerciales para la mejor operación y administración de la franquicia.
6. Un directorio de proveedores probados, con condiciones preferenciales y de calidad.
7. El reglamento de higiene y limpieza.
8. El cálculo de la inversión requerida y necesidades para empezar a operar.
9. Manuales de organización y procedimientos profesionales y su actualización permanente.
10. Un programa integral de cooperación y asistencia.
11. Un equipo de asesoramiento experto en planes de publicidad y promoción.

- **Obligaciones del franquiciatario**

El franquiciatario se obliga:

1. Respetar los estándares y políticas del franquiciante.
2. Usar la marca exclusivamente en el territorio asignado.
3. Adquirir del franquiciante, los equipos y productos para operar la franquicia.
4. Conservar y mantener los equipos funcionando en perfectas condiciones.
5. Respetar las políticas de organización, operación, procedimientos, métodos y técnicas.
6. Diseñar el establecimiento de acuerdo a las normas establecidas para la imagen corporativa.
7. Proporcionar al franquiciante la información que solicite de la administración y operación.

8. Pagar una regalía establecida por concepto del uso de la franquicia.
9. Adquirir el equipo, materiales y productos, con los proveedores del franquiciante.

- **Como iniciar el proceso para adquirir una franquicia**

- ♦ **Entrevista inicial**

El primer contacto y presentación del concepto de la franquicia se realiza por teléfono y posteriormente con el dueño o el ejecutivo de ventas de la marca.

Esta es una fase para conocer al dueño o directivo para que sepa quien eres, qué pretendes con la franquicia y qué objetivos buscas alcanzar.

Te ayudará a comprender quién es el franquiciante, qué es lo que hace que la marca sea una oportunidad y quiénes tienen la capacidad de ser franquiciatarios exitosos.

De esta manera, juntos comienzan el proceso para determinar si tu perfil corresponde a las habilidades y aptitudes que se requieren para tener éxito con la franquicia.

- ♦ **Evaluar y calificar candidatos a obtener la franquicia**

Durante esta etapa el franquiciante buscará saber si se tiene el capital suficiente para emprender bajo su modelo de negocio y si hay coincidencia con la perspectiva de la marca.

Si estableces un diálogo abierto y honesto con el representante de la franquicia, por su experiencia te dirá tus posibilidades de tener éxito dependiendo de tu potencial.

- ♦ **Revisar la COF (Circular de Oferta de Franquicia)**

La COF contiene la información que el franquiciante debe entregar a sus potenciales franquiciatarios con anticipación a la firma del contrato.

Es un documento que representa una radiografía de la empresa.

En términos generales debe contener información técnica, económica y financiera de la franquicia, por lo que debes asegurarte de estar de acuerdo con el franquiciante en todos los puntos relevantes.

Debes analizar la COF. desde la perspectiva del negocio: ¿tiene sentido?, ¿puedes vivir con los términos y obligaciones del acuerdo? y desde el punto de vista legal. Un abogado te puede ayudar a analizar la información.

Se establecen el tipo de compromisos comerciales y la obligación de cumplirlos.

Si por cualquier razón, en el contrato de la franquicia hay obligaciones o acuerdos que no te parecen lógicos o viables de cumplir no firmes el contrato.

- ♦ **Investigar la franquicia**

Es esta etapa es conveniente entrevistarse con otros franquiciatarios, reunir información, comparar los datos que recibas con los que proporcionó el franquiciante y determinar el grado de probabilidad de alcanzar los resultados que deseas.

Hay que conseguir información de manera intensiva y analizarla a profundidad y tener un diagnóstico para ver la veracidad de los sistemas del franquiciante y evaluar si es un modelo de negocio rentable en el largo plazo.

Si te parece que hay un alto grado de probabilidad de que la franquicia produzca el estilo de vida que quieres, es hora de invertir en asesoría profesional con un consultor especialista en franquicias.

♦ **Entrevista en las oficinas de la franquicia**

Adquirir una franquicia implica establecer una relación personal por lo que debes conocer a las personas encargadas de administrar y operar la franquicia.

Estás confiando tus sueños y tu capital en el liderazgo del dueño de la franquicia y sus colaboradores.

Es importante visitar las oficinas corporativas de la franquicia, conocer a la gente que toma las decisiones y plantearles todas las dudas e inquietudes que se tengan.

En esta fase puedes evaluar si te da confianza la franquicia y la calidad de su administración y operación y puedes tomar la decisión de invertir o no.

“Ser parte de una franquicia es una excelente opción de negocio para un emprendedor”

• **Multinivel**

La comercialización llamada multinivel, también es conocida como comercialización por redes, comercialización por estructuras o venta directa multinivel.

La comercialización multinivel ofrece a un vendedor la oportunidad de edificar su propio negocio independiente vendiendo bienes y/o servicios a consumidores y desarrollando y capacitando a una organización o red de vendedores directos para que hagan lo mismo.

Es un método muy exitoso y efectivo para distribuir productos y servicios directamente a los consumidores.

En los sistemas multinivel los distribuidores o vendedores independientes no tienen costo para la empresa.

La comercialización multinivel es uno de los diferentes métodos de organizar y recompensar a los vendedores en un negocio de venta directa.

Se puede describir como el plan de incentivos de venta directa mediante el cual los vendedores pueden recibir ingresos de dos formas:

- ♦ Se pueden obtener descuentos por el volumen personal de ventas a los consumidores.
- ♦ Se pueden obtener comisiones por las ventas de aquellas personas a las que ingresaron a la red personalmente o sea su grupo.

Es una manera sencilla para un individuo de aprender conocimientos básicos sobre negocios, administración y ventas.

Es un medio flexible, que en un principio puede servir para complementar los ingresos y después puede ser el que más ingresos les genere.

Tiene la ventaja que los productos o servicios, se pueden colocar en el mercado sin gastos de publicidad, sin medios masivos de comunicación y sin tener que competir por espacio en los anaqueles de las tiendas minoristas.

Es un método popular de distribución minorista que tiene presencia en casi cualquier parte del mundo.

Los ingresos que se obtienen, en un plan legítimo de comercialización multinivel, se deriva exclusivamente de las ventas de bienes y servicios a consumidores y usuarios finales.

No hay ganancia monetaria por el solo hecho de reclutar participantes adicionales.

Un multinivel requiere de personas emprendedoras que tengan interés de ganar dinero sin invertir en un negocio.

Generalmente para entrar a un negocio se requieren de cantidades importantes de dinero lo que no sucede en los multiniveles.

Cuando un multinivel comprueba los beneficios de la utilización de sus productos ofrece muchas posibilidades de éxito a sus participantes.

Hay mucha gente que la posibilidad de participar en un multinivel las inquieta ya que han tenido o han oído de malas experiencias y hay muchas otras que tiene familiares, vecinos o amigos que se han independizado y hoy son sus propios jefes y tiene ingresos importantes que nunca se hubieran imaginado.

Existen ciertas características comunes en la comercialización multinivel que se pueden identificar fácilmente:

- ◆ El costo inicial de participación en una empresa de venta directa mediante comercialización multinivel es generalmente muy bajo.
- ◆ Normalmente, la única compra requerida es de materiales de capacitación, auxiliares de venta o estuches de demostración.
- ◆ Frecuentemente las empresas ofrecen dichos materiales de iniciación sobre una base no lucrativa.
- ◆ Las empresas de comercialización multinivel tienen una fuerte posición en contra de la acumulación de inventario excesivo.
- ◆ La meta de las empresas de comercialización multinivel es la venta de productos a consumidores.
- ◆ Las empresas de comercialización multinivel evitan representaciones de ganancias exageradas para los vendedores que participan en el plan.

La oportunidad de obtener ganancias deben estar documentados con pronósticos factibles.

Para ingresar a un multinivel es necesario considerar lo siguiente:

- ◆ Investigar los antecedentes de la empresa
- ◆ Investigar sobre la legalidad de la empresa con la que va a trabajar.
- ◆ Contactar con otros vendedores integrados en la red y cerciórese de que la empresa le ofrece garantías.
- ◆ Como en cualquier otro negocio, los beneficios dependen del esfuerzo realizado y de los objetivos planteados.
- ◆ Es muy importante la formación inicial y la retroalimentación que ofrezca la empresa o la persona responsable en la red.
- ◆ La motivación y la formación son claves fundamentales para el éxito de este sistema.
- ◆ No existe una regla general para ingresar en la red.
- ◆ La empresa no puede exigir un número mínimo de ventas.
- ◆ Si la empresa obliga a comprar un inventario inicial, el desembolso debe ser mínimo.
- ◆ Hay que registrarse para el pago de impuestos.

La venta piramidal y el multinivel son conceptos de venta diferentes, aunque las similitudes en su estructura organizativa han convertido a la venta piramidal en el fantasma del multinivel.

Algunos esquemas potencialmente fraudulentos, pretenden ofrecer una oportunidad de comercialización multinivel, cuando en realidad son planes engañosos de reclutamiento en los que la gente tiene que hacer inversiones sustanciales para poder participar.

Las reglas del juego de la venta piramidal requieren de cuantiosas inversiones en la compra de mercancía para introducirse en la red y obligan a la captación de nuevos miembros.

El beneficio llega a éste por la habilidad para captar nuevos miembros de las personas reclutadas por las que se percibe una comisión y no por la venta del producto.

La red va creciendo geométricamente y, supuestamente, todos los niveles sacan provecho de los miembros que van reclutando las nuevas personas que ingresan.

En la práctica, los primeros en ingresar son las que tienen mayores ganancias.

Entre las diferencias esenciales de la venta piramidal con la de un multinivel serio, es que en la segunda el beneficio proviene del volumen de ventas que consiga el distribuidor y su equipo, exige la formación de nuevos miembros de la red y no requiere del desembolso de grandes cantidades de dinero para participar.

Muchas empresas tradicionales comienzan a usar a distribuidores y empresas de multinivel para distribuir algunos de sus productos y está demostrado que es una de las mejores formas de comercializar en el siglo XXI.

Lo mismo le pasó a las franquicias que necesitaron un cierto tiempo para depurar su sistema y ser hoy por hoy el mejor sistema de comercialización que existe en todo el mundo.

Las ventas multinivel ya están perfectamente regularizadas y ordenadas en todo el mundo y se vuelve una oportunidad para los emprendedores.