

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

Instituto de Ciencias Económico Administrativas



➤ **Área Académica:** Administración

➤ **Asignatura:** Desarrollo de Franquicias

➤ **Tema:** Franquicias en la economía de hoy

➤ **Profesor(a):** Miguel Leonel Cortes Miranda

➤ **Periodo:** Julio – Diciembre 2018



Resumen

- Actualmente las franquicias han alcanzado volúmenes muy grandes de ventas en todo el mundo. La franquicia es una herramienta de marketing que ayuda al empresario a tener un crecimiento de dinero más rápido y tercero, pero implica riesgos y sacrificios de trabajo duro y grandes contribuciones a la economía de servicios.
- **Palabras clave:** Franquicias, franquiciador, franquiciado



Abstract:

Currently, franchises have reached very large volumes of sales worldwide. Franchising is a marketing tool that helps the entrepreneur to have a faster and third money growth, but entails hard work, risks and sacrifices as well as great contributions to the service economy.

Keywords: Franchising, Franchisor , Franchisee.



Objetivo General

- Proporcionar al estudiante los conocimientos estratégicos fundamentales aplicables al crecimiento de una pequeña o mediana empresa a partir del análisis de los principales factores de su medio ambiente, el apoyo financiero y técnico a su favor.



Objetivo particular

- El alumno conocerá el sistema de franquicias, los riesgos y sacrificios al obtenerlos.



Unidad I

- Concepto de franquicia
- Por que otorgar franquicias
- El trabajo que les espera
- Los riesgos y sacrificios
- La economía de servicios y las franquicias
- Franquicias de productos o marca registrada
- Franquicias con formato de negocio





EL SURGIMIENTO DE UN SISTEMA DE FRANQUICIA



¿Por qué otorgar Franquicias?

- El otorgamiento de Franquicias permite a las compañías ampliarse con rapidez, así como, financiar una parte de ese crecimiento con dinero de terceros.





¿Qué es una franquicia?

Una franquicia es un sistema de comercialización, un método para distribuir bienes o servicios a los consumidores.



FRANQUICIA



- **Franquiciante:**
 - **Cede:** el concepto, tecnología, marca.
 - **Ofrece:** experiencia, apoyo técnico, capacitación.
 - **Recibe:** pago por licencia, regalías.
- **Franquiciatario:**
 - **Cede:** pago por cesión de derechos, regalías.
 - **Ofrece:** garantía de acuerdo a especificaciones de contrato.
 - **Recibe:** beneficios del negocio, apoyo constante.



¿Por qué las franquicias encajan tan bien en esta nueva economía?

- Por dos razones: requieren una capacitación mínima e inventarios limitados y la administración de las empresas de servicios puede enseñarse en cuestión de días o de semanas.



Franquicias de productos o de marcas registradas

- Bajo una franquicia de producto, el nombre del negocio y del producto es el mismo, y el consumidor los percibe de esa forma. Por ejemplo, Coca-Cola, el nombre del producto final se refiere tanto al refresco como al negocio.



Franquicias con formato de negocio

- La forma de franquicia más conocida es la franquicia con formato de negocio. En este caso, una compañía desarrolla un sistema o método de operación para la comercialización de productos o servicios, y la marca registrada identifica a todas las partes de ese sistema o método.



Franquicias por conversión

- Estos negocios parecen ser idénticos a las compañías con formato de negocio, pero difieren en un aspecto muy importante: su objetivo son los negocios independientes que ya se encuentran en operación.



Siete cosas que las franquicias no son

1. Una franquicia no es un sistema de distribución de mucho niveles.
2. Una franquicia no es una agencia donde los empresarios de cierta área son los representantes locales de grandes compañías.
3. Una franquicia no es una distribuidora ni una comercializadora.
4. Una franquicia no es un valor o instrumento de inversión.
5. Una franquicia no es una relación fiduciaria.
6. Una franquicia no es una sociedad.
7. Una franquicia no es una relación laboral.



Referencias Bibliográficas

- Steven S. Raab Gregory Matusky,
Franquicias como multiplicar su negocio.
Ed. Limusa 2015

