



## ¿Por qué franquician los negocios?

Si usted tiene un negocio viable y ha pensado en franquiciarlo, es conveniente que defina el “por qué” de su decisión. En todos los casos, el objetivo final es incrementar los ingresos y utilidades, pero es necesario entender la razón operativa y, en ocasiones política para enfocar el programa en la dirección correcta. Aquí algunos ejemplos:

### 1. Necesidad de puntos de venta cautivos:

Muchos fabricantes deciden franquiciar para generar una cadena de distribución que asegure la salida de su producción. Esta técnica ha ayudado a empresas fabricantes de textiles, electrónicos, materiales de construcción, muebles, equipos de cómputo, y muchas otras en ese perfil a convertirse en líderes absolutos de sus mercados.

De esta forma se evita tener que depender de distribuidores o detallistas que frecuentemente utilizan una marca de prestigio para atraer clientes y venderles productos de calidad inferior, de fabricantes competidores.

### 2. Ampliación de la cobertura operativa:

Muchos negocios franquician para ampliar su cobertura operativa y, de esa forma, proporcionar servicio a clientes nacionales o regionales, sin la necesidad de invertir en nuevas sucursales. Esta estrategia ha permitido el crecimiento de negocios de limpieza de oficinas, distribución de artículos de oficina, servicios de seguridad, sistemas de publicidad y cientos más.

Como ejemplo, suponga que usted tiene un negocio que atiende oficinas bancarias en la capital del país. De pronto, el banco necesita que le proporcione esos mismos productos o servicios en toda su red a nivel nacional. En principio, sería imposible atender toda la red desde un punto central. Entonces, usted puede tomar el contrato de ese banco y, con ese negocio en la mano, franquiciar su negocio en otras ciudades. Sus franquiciatarios tendrán un negocio instantáneo para iniciar operaciones y de ahí podrán utilizar el nombre del banco para ganar prestigio local inmediato y conseguir otros negocios.

### 3. Necesidad de ampliar la cobertura comercial:

Muchos negocios podrían generar mayores ingresos si dispusieran de puntos de venta de sus servicios en ciudades en las que operar en forma directa sería demasiado caro.



Tal es el caso de empresas de materiales y servicios para la construcción, ingeniería, radiocomunicación, televisión por cable, agencias de viajes y docenas más.

4. **.Capitalización:**

Muchos negocios que ya contaban con varias tiendas, decidieron franquiciar para lograr una capitalización importante, mediante la venta de algunas de sus tiendas en franquicia, dedicando esos recursos a liberarse de deudas (a veces enormes) o bien a la investigación y desarrollo de nuevos productos y a la actualización tecnológica de su planta productiva.

5. **Generar bursatilidad:**

Muchos negocios han franquiciado para lograr incrementar el valor de su empresa y venderla e inclusive incursionar en el mercado de valores.

6. **Internacionalización:**

Cientos de negocios han creado programas de franquicias para expandir su concepto a nivel internacional.

En lugar de ir a invertir su propio dinero en otros mercados que resultaría muy caro de administrar y comercializar, además de las diferencias de idioma, cultura, legislación laboral, legislación impositiva y prácticas de negocios, los negocios tiene la opción de franquiciar su concepto en esos mercados.

Algunos negocios latinoamericanos han franquiciado inclusive, en Estados Unidos e inclusive en China, donde tendrán más unidades que en sus propios países.

7. **Definir el prestigio de su marca:**

Muchos negocios han franquiciado con el propósito de lograr imagen, prestigio y valor agregado propios para sus marcas y de esta forma no depender de sus ventas a distribuidores, mayoristas y tiendas por departamentos, donde su marca es una de varias docenas, o inclusive una de varios cientos.

Suponga que usted tiene una línea de ropa de muy buena calidad y la vende a través de tiendas por departamentos que pagan como quieren, al precio que quieren y su ropa está “sepultada” en los racks de la tienda entre otras 20 marcas.



Si usted monta una tienda en el barrio más exclusivo de la ciudad, con el nombre de su ropa, en ese momento le genera un enorme valor agregado a la marca y la gente va a estar dispuesta a pagar más por sus prendas. En ese momento usted podrá empezar a franquiciar y entonces será el dueño de su destino y, en su momento, las tiendas irán a usted y usted ya no tendrá que suplicar a las tiendas.

Estos son los objetivos más comunes por los cuales los negocios deciden franquiciar.

Saludos

Ramón Vinay  
Presidente, Francorp  
[francorp@francorp\\_mexico.com](mailto:francorp@francorp_mexico.com)

---

Ramón Vinay es presidente de Francorp International, el grupo líder mundial en la consultoría en franquicias, con operaciones sirviendo a 40 países donde ha desarrollado más de 4mil cadenas de franquicias.