



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**LAS FRANQUICIAS COMO UN FACTOR
PARA GENERAR EMPLEOS EN MÉXICO**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA
JORGE ROJAS DE ITA

ASESORA:

M.B.A. ROCIO DEL PILAR SÁNCHEZ MADRID



MÉXICO, D. F.

2010



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A ustedes mis padres Jorge Rojas Vargas y María Guadalupe de Yta Montaña, porque ustedes son el tesoro más grande que la vida pudo darme, la razón de mi ser y porque siempre serán el motor de mi vida y mis mas grandes ejemplos en la vida como personas y profesionistas.

Les agradezco cada palabra, consejo, regaño y todo el esfuerzo y sacrificio que han hecho para poderme brindar una vida llena de dicha y felicidad, ya que en ustedes he encontrado la definición perfecta de amor puro y noble. Gracias por hacer de mí una persona responsable, con principios y valores, y por enseñarme en poner ahínco en todos los aspectos de mi vida, y de igual forma por su apoyo en cada momento siempre constante

Porque jamás podré pagarles todo lo que han hecho por mí, y porque jamás acabaría de agradecer las innumerables cosas que me han brindado, simplemente quiero decirles GRACIAS...por ser los mejores padres que la vida pudo darme, sepan también que en mi tienen a un hijo que los admira cada día más, que los ama con todo el corazón y que siempre vivirá por y para ustedes

A ti mi hermano Israel por apoyarme, aconsejarme y brindarme tu cariño sincero, y porque pese a la persona con carácter duro que parecer ser por fuera tienes un corazón inmenso e increíbles sentimientos que hacen de ti una persona inigualable. Gracias por haberme acompañado toda la vida llenándola de alegrías, vivencias y experiencias increíbles. Porque junto a mis papás siempre serás de las personas más importantes que la vida puso en mi camino.

Te deseo lo mejor como persona y profesionista porque mereces lo mejor, y no dudo en que llegaras a ser el mejor médico que se haya podido ver. Te quiero con toda el alma.

A ustedes mis abuelos, tíos, primos y sobrinos por hacer mi vida llena de grandes experiencias, ya que con ustedes he compartido gran parte de ella. Les agradezco el apoyo que me han brindado y los gratos momentos que he pasado a su lado. Es y siempre será para mí un honor el formar parte de esta familia y tengamos muy presente que nosotros las nuevas generaciones tenemos la consigna de no repetir errores pasados y permanecer unidos por siempre. Los quiero mucho a todos

A mis amigos de la Universidad: Javier, Omar, Senén y Manuel por los excelentes momentos que pasamos en nuestro andar tanto en las aulas como fuera de ellas ya que es muy cierto que cuando se hace un amigo en la Universidad se hace un amigo para toda la vida. Un agradecimiento especial a mis amigos de la Infancia Diego y Gerardo Basilio porque hemos recorrido un gran trecho juntos y me han enseñados infinitas cosas que siempre llevare en mi memoria.

A ti Andy por entregarme tu cariño y por enseñarme que existe el amor puro y desinteresado, he aprendido tantas cosas de ti que me han hecho crecer como ser humano. Te admiro como persona ya que pese a los tragos amargos que has recibido en tu corto tiempo de vida has sabido reponerte, seguir adelante y luchar. Te estaré siempre agradecido por todo. Te amo

A ti mi “Alma Mater” por proveerme con las herramientas y conocimientos necesarios para forjarme un futuro, basado siempre en el respeto, el análisis, y la educación. Ten por seguro que en mí tendrás a un profesionista orgulloso de haber sido formado en tus aulas, y que tratara siempre de exaltar tus valores y poner tu nombre muy en alto porque es ahí donde perteneces. “Por mi raza hablara el espíritu”

A los profesores que contribuyeron en mi formación académica y en especial a la Profa. Rocio del Pilar Sánchez Madrid por orientarme y guiarme para la realización de dicho trabajo.

ÍNDICE

<u>INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN</u>	<u>1</u>
1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
<u>ANTECEDENTES</u>	<u>5</u>
2.1 CONCEPTO DE FRANQUICIA	5
2.2 HISTORIA DE LAS FRANQUICIAS	12
2.3 LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO	15
2.4 FRANQUICIAS: UN SECTOR DE CONSOLIDACIÓN	31
<u>EL MODELO DE FRANQUICIAS EN MÉXICO</u>	<u>35</u>
3.1 CULTURA EMPRESARIAL EN MÉXICO	35
3.2 PRINCIPALES FRANQUICIAS EN MÉXICO.....	46
3.3 LAS FRANQUICIAS COMO GENERADORAS DE EMPLEOS.....	59
3.4 CRECIMIENTO ECONÓMICO	73
3.5 FUTURO Y EXPECTATIVAS DEL MODELO DE FRANQUICIAS.....	78
<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>91</u>
<u>BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>94</u>

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN

En el presente trabajo se aborda el estudio de las franquicias y su impacto en la creación de empleos a fin de ser un factor que promueva el crecimiento económico de nuestro país.

La franquicia puede ser definida como aquella asociación o contrato comercial que se da entre dos partes las cuales son legalmente independientes entre sí. Estas dos partes que constituyen la franquicia y en donde descansa su fundamento o razón de ser, es el franquiciado y el franquiciador. La parte del franquiciado es aquella encargada de distribuir los bienes o servicios que han sido desarrollados por la otra, mientras que la parte del franquiciador que debe mantener de forma permanente una misma marca, imagen y sistema de trabajo.

La característica principal de este tipo de negocios es que son negocios independientes que han probado su éxito en México a pesar de ser un giro de negocios relativamente nuevo. Éxito debido a la fácil adaptabilidad al mercado y a su forma de replantear procesos de trabajo en el caso que se requiera, pero lo más importante es, que cuentan con el respaldo, el nombre y la marca de una empresa consolidada y con amplia experiencia en el mercado, hecho por el cual dichas empresas tienen una probabilidad de éxito inmensamente mayor a la de un negocio independiente.

Para analizar este tipo de negocios y en que forma pueden auxiliar a la creación de empleos, es necesario el saber en primera instancia la forma jurídica y legal en que está construido este sistema de negocios. De igual forma es por demás importante conocer el contexto histórico de los mismos, en donde se deben abarcar aspectos básicos como su incursión en México, las primeras franquicias que fueron instauradas, y la forma que estas se han desarrollado así como el impacto que han tenido a lo largo de su andar en este país, etc. Este hecho es fundamental ya que de lo particular se llegará a lo general y se podrá dar solución a como pueden contribuir las franquicias en la generación de empleos.

La investigación de este tema se realizó mediante la conjunción intereses como lo son uno el sistema de franquicias, segundo es el desempleo y la insipiente cultura empresarial que impera en nuestro país.

En primer lugar y como es bien sabido, un problema que la economía mexicana ha sufrido a lo largo de su historia como se mencionó, ha sido la falta de empleos que se acentuado aún más en este tiempo, por las distintas crisis que han afectado al mundo y específicamente a México, caso concreto de la catástrofe económica en la que se vio envuelto el mundo entero y el brote de la fiebre AH1N1. Estos dos problemas tuvieron consecuencias severas y afectaron en gran medida a la actividad económica de nuestro país, ya que las remesas, inversión extranjera directa y turismo principalmente tuvieron un derrumbe significativo.

En segunda instancia y hecho por el cual se elige el segundo punto de interés las franquicias, como uno de tantos medios para fomentar el empleo, es que son empresas que están consideradas dentro de las PYMES, que constituyen el grueso de la actividad empresarial y que generan una gran cantidad de empleos.

En el caso específico de las franquicias, son empresas que han podido sobreponerse a distintas crisis económicas y están teniendo apoyo para su crecimiento y expansión.

Por dichas razones es que cada vez se incrementan el número de unidades de este tipo en el territorio nacional, y en cuanto al apoyo que estas están recibiendo, se tiene a la Asociación Mexicana de Franquicias la cual tiene como metas principales de generar un millón de autoempleos en los próximos seis años con la apertura de igual número de puntos de venta

La meta para los próximos seis años es replicar cada uno de estos negocios hasta en 200 puntos de venta en todo el país, lo cual generará en automático un millón de autoempleos, a los que se sumarán las fuentes de trabajo directos e indirectos que creará cada punto de venta.

La asociación reclutará a empresas micro, pequeñas y medianas con una trayectoria exitosa, un mínimo de cinco años de existencia en el mercado y tres años de tributación en números negros, entre otros requisitos, para iniciar su proceso de transformación con un monto por concepto de consultoría de 100 mil pesos.

Por otro lado , otro apoyo que se está brindando a este tipo de negocios viene por medio del Fondo PYME de la Secretaria de Economía que instauró el Programa Nacional de Franquicias, que tiene por objetivo la expansión de las mismas a todo el país, mediante apoyo económico para la adquisición de estas y, la creación de nuevas franquicias mexicanas.

Por última instancia pero no menos importante, dentro de la misma investigación se plantea el futuro y las expectativas de las franquicias, ya que una vez establecidos los términos de la investigación, es importante conocer el destino o rumbo de las franquicias con miras hacia el futuro.

1.1 Objetivos de la investigación

Los objetivos del presente trabajo son los siguientes:

Objetivo general:

- Analizar como mediante la implementación de las franquicias en México se puede obtener un crecimiento económico, mediante la generación de empleos que esta adopción de modelo traería consigo, así como la de reforzar la escasa cultura empresarial

Objetivos particulares:

- Analizar las implicaciones que se han tenido en México desde la implementación de dicho modelo de franquicias y que han sido definatorias para la expansión del mismo.
- Analizar a las franquicias desde un punto de vista legal y de constitución misma, con el fin de conocer de que forma operan y la razón por la cuales han sido empresas de gran aceptación y éxito a nivel mundial

1.2 Justificación de la investigación

El éxito que el negocio de las franquicias ha tenido en México y en el mundo es por demás interesante, ya que al contar con el respaldo de una marca y la forma en que estos operan, los hace negocios fuertes y con grandes expectativas.

Por otro lado un problema que la economía mexicana ha sufrido a lo largo de su historia ha sido la falta de empleos y la incapacidad que se tiene para generarlos. Así mismo la falta de cultura empresarial que impera en nuestro país la cual es consecuencia de estos hechos.

Por este motivo la elección de este tema se da al analizar la exitosa fórmula de el modelo de franquicias, y la forma en que este puede contribuir en cierta medida a generar empleos y reforzar la cultura empresarial de México.

Según la Asociación Mexicana de Franquicias, nuestro país se encuentra entre los 10 países con mayores franquicias en el mundo tan solo por detrás de países como el Reino Unido y los Estados Unidos.

De igual forma cabe mencionar que con el propósito de generar un millón de autoempleos en los próximos seis años con la apertura de igual número de puntos de venta, se creó la Asociación Coordinadora de Franquicias y Negocios México Americana, A.C.

La meta para los próximos seis años es replicar cada uno de estos negocios hasta en 200 puntos de venta en todo el país, lo cual generará en automático un millón de autoempleos, a los que se sumarán las fuentes de trabajo directas e indirectas que creará cada punto de venta.

Según la Asociación Mexicana de Franquicias, con la evolución de las mismas durante los últimos cinco años, se tienen las expectativas de que las franquicias sean una sólida propuesta para el crecimiento económico mediante la creación de empleos por lo propuesto con anterioridad.

Es la propuesta que se tiene y que con el paso del tiempo cobra mayor auge en el país, razones por las cuales se consideran dignas de ser analizadas así como de objeto de investigación.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1 Concepto de franquicia

“El termino franquicia el cual se denomina al contrato proveniente de una traducción del vocablo ingles “franchiese”, la cual tiene origen francés y se puede traducir como: Aquella licencia del propietario de una marca o bien un nombre comercial, todo ello con el fin de permitirle a otra persona que venda un cierto producto el cual se encuentra bajo dicho nombre o marca. De esta forma y en un sentido más amplio la franquicia es un contrato el cual ha sido elaborado para otorgar una licencia a una cierta persona, con el fin de que esta pueda hacer uso de un nombre y se comprometa a manejar un negocio o vender un producto o servicio siempre con apego a los estatutos de la persona que entrego dicha licencia. Mientras que por el otro lado, la persona otorgante esta sujeta a un compromiso de dar asistencia a dicha persona en materia de capacitación y asesoría”.¹

La franquicia se define como un sistema de colaboración entre dos partes jurídicamente independientes, vinculadas entre sí a través de un contrato mediante el cual una de las partes, la empresa franquiciadora cede, a cambio de cierta remuneración económica, el derecho a utilizar su marca comercial y su "saber hacer" empresarial, por un tiempo limitado y en un territorio determinado.

Dicha franquicia responde a la necesidad de una renovación constante de la oferta de mercado, obligada por la imparable y creciente aparición de nuevos competidores y la exigencia de ofrecer nuevas prestaciones.

La franquicia consigue un mayor acercamiento al consumidor a través de una especialización bien entendida, o sea, centrada en un mejor conocimiento del producto y sobre todo, un mejor servicio y atención al consumidor.

La franquicia es también seguridad, al basarse en la creación de una red de tiendas que

¹ Ma. Cristina Alba Aldave, “Las franquicias en México, una nueva visión”, Ed. FC y A, Páginas 53 y 54

sustenta todo un sistema de distribución y que determina el apoyo de cada uno de los componentes de la red-negocio con los otros, todo ello por simples razones lógicas al interesar conseguir mayor fortaleza en el mercado.

La franquicia asegura unos mínimos de rentabilidad, la calidad del producto franquiciado, su originalidad, y los conocimientos que ya posee una de las partes -el franquiciador- que ofrece la posibilidad a otras personas de incorporarse a un negocio que les supone un menor riesgo comercial debido a la citada experiencia que brinda la cadena de tiendas en funcionamiento del franquiciador. Hoy en día las estadísticas nos muestran que los comerciantes que inician su negocio de forma individual, cierran en un 90% antes de un año de vida, frente al 10% de cierres en franquicias.

Es de vital importancia conocer como operan las franquicias dentro de la legislación, ya que es parte importante para el desarrollo de dicha investigación el saber las normas a las cuales están sujetas.

Las franquicias como tal encuentra su principal regulación en la Ley de la Propiedad Industrial, la cual en su artículo numero 142 la define de la siguiente forma:

“La franquicia es una estrategia de negocios que se basa en un sistema de comercialización y prestación de servicios, donde el franquiciante ofrece a través de un contrato, la autorización para la distribución producción y venta exitosa de bienes y servicios al franquiciatario por un periodo determinado”²

De igual forma se nos menciona las condiciones que deben existir para que se pueda considerar un negocio como franquicia, de la siguiente forma.

“Existirá franquicia, cuando con licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede puede producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos, operativos comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendiente a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que se distinguen”³

² Ley de la propiedad Industrial Artículo 142. Agenda mercantil Ed. ISEF, página 31. 2002

³BID, página 32. 2002

Así mismo el contrato de franquicias dentro del marco jurídico, se sujeta a los siguientes ordenamientos:

- “Constitución de la republica Mexicana, Arts. 25 y 28
- Código de Comercio
- Código Civil federal
- Ley de la Propiedad Industrial
- Ley de Derechos de Autor
- Ley General de Sociedades Mercantiles
- Legislación Fiscal
- Ley Federal de Trabajo
- Ley de Protección al Consumidor
- Ley Federal de Competencia Económica”⁴

La franquicia puede ser vista desde muchos puntos de vista pero sin duda alguna el enfoque comercial y económico son los más importantes, ya que de esta forma se están llevando a cabo un gran número de compraventa y prestaciones de servicios, las cuales se están traduciendo como un flujo importante de efectivo a nivel mundial, así como la creación de empleos, el cual es un tema preponderante de este trabajo. Es por esta razón que dicha forma de negocio se ha popularizado a lo largo del mundo, lo que ha detonado en una súbita expansión.

Dicho lo anterior, debe existir una adecuada regulación del mismo, la cual evidentemente debe proteger intereses, y todo ello esta plasmado mediante el contrato de franquicias que a continuación se desglosará con el fin de tener un panoramas mas amplio del marco regulador de las franquicias

Elementos del Contrato de Franquicias

El contrato de franquicias podría decirse que representa la parte medular de la relación que se establece entre el franquiciante y el franquiciatario, esto debido a que en su contenido están estipuladas las acciones que se deben llevar a cabo de forma obligatoria mientras exista una relación de contrato entre estas dos partes, así como también se estipulan las sanciones por el incumplimiento del mismo. Es por ello que el contrato de franquicias tiene tanta importancia, ya que sin este no existirían los

⁴ Secretaría de Economía, Manual de Capacitación de Franquicias

cimientos o bases para lograr una relación contractual sana, con respeto, obligaciones y derechos.

Dentro de dicho contrato están estipulados una serie de elementos, los cuales tenemos primeramente a los elementos que forman dicho contrato es decir, tanto franquiciante como franquiciatario, los cuales únicamente serán comerciantes.

Existen diversos elementos y obligaciones que se adquieren al llevar a cabo dicho contrato de franquicias entre los cuales podemos destacar los siguientes:

El franquiciante en primera instancia debe dar autorización acerca de la marca, ya que la función primordial de ello es dar una imagen de calidad, dicha marca es un elemento primordial del contrato y se encuentra estipulado dentro del artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial.

Así mismo proveer la tecnología con la finalidad de que el franquiciatario venda o produzca bienes de manera uniforme y conforme a los métodos operativos, comerciales y administrativos que produzca el titular de la marca, con la finalidad de mantener la calidad en los productos, así como el prestigio y calidad de los mismos.

Esta tecnología o conocimiento que se debe proveer es conocido como el “know how”, y que comprende una serie de procesos, diseño, organización, las cuales llevan a cabo una serie de secretos comerciales y los cuales conllevan a que se pueda tener una habilidad práctica, así como experiencia técnica.

“Este know how aparece dentro del contrato de franquicias y que de igual forma se tiene la obligación de brindar asistencia técnica, la cual puede ser vista como consejos o instrucciones para que se lleve a cabo de forma adecuada un proceso determinado.

Un último elemento que debe contener dicha capacitación es la asesoría, consultoría y supervisión, la cual es un elemento indispensable dentro de la transferencia de conocimientos”.⁵

De igual forma existe la contraprestación, el cual consiste en diversos pagos que el franquiciatario realiza al franquiciante, y está ligado directamente con los resultados que se deriven del negocio franquiciado. Dichos pagos implican en primera instancia la cuota inicial que da derecho a adquirir la franquicia misma, así como las regalías que se realizarán como pagos periódicos y las contraprestaciones que se deriven del mismo.

⁵ Ma Cristina Alba Aldave, “Las franquicias en México, una nueva visión”, Ed. FC y A Páginas 56-59

Un cuarto punto en los contratos de franquicias es la exclusividad, ya que en este tipo de contratos el territorio o espacio geográfico puede delimitarse para que el franquiciatario explote la franquicia a través de varios establecimientos, lo que se conoce como el “master franchise” (que es el área de desarrollo de una franquicia con posibles subfranquicias), o bien para el establecimiento o negociación mercantil determinado.

Existe un derecho de supervisión que el franquiciante ejerce sobre el franquiciatario acerca de las actividades y operación del negocio con el fin de supervisar que se lleve a cabo este contrato. Sin importar el giro de la franquicia, cada una debe tener un contrato propio el cual debe considerar las siguientes cláusulas:

- “1.-Consideraciones y definiciones: Definir las palabras clave
- 2.-Objeto, licencia del sistema: Otorgar licencia de uso de marca y de explotación del formato de negocio
- 3.- Plazo o vigencia del contrato: Establecer fechas de inicio y término de la licencia concedida, así como también las condiciones que se deben de dar para la renovación
- 4.-Territorio: Límites de la zona geográfica y el radio de operación
- 5.-Obligaciones del franquiciante: Señalar claramente el compromiso que debe existir al asesorar al franquiciatario con el fin de dar capacitación a sus empleados
- 6.-Contraprestaciones: Cuotas que el franquiciatario debe cubrir a favor del franquiciante
- 7.-Obligaciones del franquiciatario: Se tiene que seguir los lineamientos que el franquiciante disponga
- 8.-Operaciones del negocio franquiciado
- 9.-Marca: Es el punto central del contrato por lo que esto debe quedar debidamente señalado
- 10.- Manuales y estándares de operación: Esto implica las obligaciones de seguir los lineamientos que se establezcan en los manuales
- 11.-Información confidencial: Obligación del franquiciatario de guardar en secreto lo que se aprenda del sistema
- 12.-Proveeduría: Condiciones del suministro de productos principales y complementarios.

13.-Responsabilidad Laboral: Delimitar las responsabilidades relacionadas con los empleados

14.-Responsabilidad ante terceros

15.-Publicidad: Se deben de delimitar los sistemas de publicidad que se van a llevar a cabo con el fin de mantener viva la imagen del producto

16.-Contabilidad y Archivos: La obligación de llevar los registros contables conforme al sistema que el franquiciante establezca

17.- Seguros y fianzas.

18.-Transmisión de Gravámenes”⁶

Así mismo son diversas las obligaciones y los derechos con los que cuenta el franquiciante que evidentemente surgen del contrato de franquicias, el cual se estipula en un inicio. Todas ellas obligaciones son derivadas principalmente por el tipo de contrato que se está acordando, ya que cada contrato es particular.

A continuación haremos mención de de las principales obligaciones para el franquiciante y franquiciatario

Las obligaciones en que incurre el franquiciante dependen de cada contrato en particular y son las siguientes:

- Autorizar el uso del nombre comercial: Se refiere al hecho en donde se tiene autorización para poder hacer uso del nombre de la marca comercial en cuestión y suele ser la de mayor importancia dentro del contrato de franquicias.
- Conceder las licencias de uso de marca: Se deberá tener autorización por parte de la marca para poder usar el nombre, ya que de otra forma se incurre en un delito
- Determinar estándares de calidad: Cada franquicia debe tener los mismos estándares de calidad, además de un producto homogéneo de tal forma que el cliente pueda gozar de la misma calidad del producto en cualquier establecimiento. Por este motivo el franquiciatario tiene el derecho de realizar supervisiones periódicas, con el fin de constatar que los estándares de producción se estén dando de forma adecuada, además de poder observar la forma de operar dicho lugar.

⁶ Ma. Cristina Alba Aldave, “Las franquicias en México, una nueva visión”, Ed. FC y A. Páginas 60-64

- Proveer tecnología: Dentro de la tecnología se encuentra uno de los preceptos administrativos post-modernistas que sería el “know-how”, el cual implica una serie de conocimientos técnicos los cuales se transmiten para que de esa forma la franquicia pueda ser explotada eficazmente. “Dicha tecnología puede ser distribuida por medio de folletos, manuales, así como medios electrónicos. De igual forma se capacita al personal para poder cumplir con los estándares de calidad y así mismo sea homogéneo el producto como se menciona con anterioridad. Evidentemente pueden inmiscuirse cambios tecnológicos, dependiendo los requerimientos, así como la incorporación de avances de la misma”.⁷

Para el caso de los franquiciatarios los derechos y obligaciones que se estipulan en el contrato de franquicias son los siguientes:

- Tiene como objetivo principal adquirir un negocio el cual cuente con un sistema de operaciones probados, con el cual se disminuyen los riesgos de trabajo, y este elemento es crucial para la adquisición de una franquicia ya que se cuenta con el respaldo de un nombre y una marca ya conocidas y con prestigio dentro del mercado, lo que como se dijo con anterioridad aumenta las probabilidades de éxito
- El franquiciatario debe aportar los recursos financieros y humanos necesarios para que exista un adecuado funcionamiento del negocio que haya sido adquirido
- Debe seguir y respetar las normas y los estándares que hayan sido establecidos por parte del franquiciante
- Una última obligación es el pago inicial a la firma del contrato y realizar los pagos de regalías y demás pagos en el contrato al franquiciante⁸

En el año 2001 la Asociación Mexicana de Franquicias promovió la creación de las Normas de Franquicias, en donde se plantean los estatutos que deben ser cumplidos por parte de las empresas para que de esta forma el inversionista pueda tener un respaldo y tranquilidad de que se puedan tener los apoyos ofrecidos por los franquiciantes, lo cual llevará a tener una mayor probabilidad de éxito.

⁷ Ibid. Págs. 70 y 71

⁸ Ferenz Feher Tocatli “Franquicias a la mexicana”, Ed. Mc. Graw Hill, Pág. 13

El Programa de la Norma Mexicana de Franquicias tiene como finalidades principales el favorecer un crecimiento ordenado del mercado de las franquicias en nuestro país, así como tener una libertad acceso al financiamiento para la adquisición y apertura de puntos de venta franquiciados, basado en la experiencia y reconocimiento del propio franquiciantes.⁹

2.2 Historia de las franquicias

Antecedentes en la Edad Media.

El antecedente más remoto que se puede tener de las franquicias se remonta a la Edad Media, ya que en esta época era muy común que los gobiernos locales, ofrecer a ciertas personas licencias para que de esta forma se les concediera el derecho de mantener el orden civil, así como también el determinar y recaudar impuestos públicos. La persona la que se había concedido dicha licencia, pagaba a este una cierta cantidad referente a los impuestos públicos que habían sido recaudados, con el objeto de recibir protección militar o de cualquier otro tipo.

“Durante esta misma época, en Francia se utilizó por primera vez la palabra franquicia para poder dar nombre a los acuerdos entre el rey y los ayuntamientos de las distintas ciudades de dicho país. Mediante los acuerdos, a estos ayuntamientos se les concedían determinados derechos en el desarrollo de sus actividades.

Igualmente en esa época la Iglesia Católica concedía, a ciertos señores de tierras, autorizaciones para que actuaran en su nombre, en la recolección de los diezmos debidos a la iglesia, permitiendo que un porcentaje de lo recaudado fuera para ellos a título de comisión y el resto para el Papa”.¹⁰

⁹ Ma. Cristina Alba Aldave, “Las franquicias en México, una nueva visión”, Ed. FC y A, Páginas 105 y 106

¹⁰ Id. “Franquicias: una perspectiva mundial”, Ed. FC y A, Páginas 19 y 20

Primeros Sistemas de Franquicias.

En los Estados Unidos durante la década de 1850 a 1860, la Singer Sewing Machine Company resolvió cambiar su estructura básica de funcionamiento, estableciendo una red de concesionarios / vendedores a quienes se les cobraba una participación por el derecho a distribuir sus máquinas de coser en territorios específicos debido a los altos costos laborales que implicaba el sostenimiento de numerosos vendedores directos. Aunque Singer mantuvo este esquema tan solo por diez años, haciendo a Singer una de las marcas más reconocidas en el territorio norteamericano, sembró las bases del actual sistema de franquicias, habiendo sido ésta, una Franquicia de Producto y Marca, dando origen a los elaborados sistemas de franquicias con que contamos actualmente.

Cincuenta años después General Motors realizó un sistema similar al de Singer para la distribución y venta de sus automóviles, lo que se convirtió en un producto de moda.

“En realidad General Motors necesitaba un proyecto de ventas en diferentes puntos, pero no tenía la capacidad financiera para llegar a diversos mercados. Hoy en día, esta empresa automotriz aplica un esquema de franquicias, aunque comúnmente se les llama "concesionarios o distribuidores": Este esquema dio la pauta a los inicios de un sistema de franquicias en el mundo.

Otro pionero de franquicia de producto o marca fue la Compañía Coca Cola, la cual fue fundada en el año 1886. Esta empresa vendía su bebida a través de sistema de fuentes de sodas.

En el año de 1889, dos inversionistas compraron los derechos para vender el refresco embotellado en gran parte del territorio de Estados Unidos, con la condición de no interferir en el negocio de la fuentes de sodas, de esta forma Coca Cola se comprometió a surtir el concentrado de la bebida y a dar apoyo publicitario.”¹¹

¹¹ Ibid .Páginas 24 y 25

Experiencias de grandes negocios

En el Siglo XX surgieron negocios que traspasaron las fronteras, logrando dar un impulso a lo que hoy por hoy son las franquicias. En 1925 en Quincy, Massachussets, Howard Dearing Johnson compró con 500 dólares que le habían prestado, una pequeña farmacia que tenía un puesto de helados. Con el paso del tiempo Dearing Johnson decidió convertir su negocio en un restaurante, lo cual evolucionó para convertirse en una cadena de restaurantes y heladeras. Treinta años después logró la apertura de lo que sería su primer hotel

En la actualidad, la cadena de hoteles Howard Johnson está en 10 países con más de 600 hoteles, mientras que el helado también se sigue fabricando con la fórmula original de Howard Dearing Johnson.

“Para los años 50’s entraron dos de los gigantes y modelos de lo que conocemos como sistema de franquicias: McDondald’s y los hoteles Holiday Inn. Esto fue uno de los detonantes del desarrollo acelerado de las franquicias en el mundo.”¹²

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX, la expansión de la franquicia en Estados Unidos como sistema de distribución de ve impulsada básicamente por la industria automovilística con sus concesionarios y por la industria de refrescos embotellados”.¹³

¹² Ma. Cristina Alba Aldave “Franquicias: una perspectiva mundial”, Ed. FC y A, Páginas 31 y 32

¹³ Santiago Barbadilla de María, “La franquicia paso a paso”, Ed. Barbadillo Asociados , Pág. 25

2.3 Las franquicias en México

El desarrollo de las franquicias en México se dio a principios de la década de 1980 cuando comenzó este gran movimiento.

Somos un país relativamente joven en este aspecto. Y es en el año de 1985 que comienzan los primeros sistemas de franquicias en México, sin embargo se dieron impedimentos por parte de las autoridades que obstaculizaron el desarrollo, ya que no existía una ley como marco regulatorio de este tipo de negocios.

Es la empresa Mc Donald's la pionera en este ámbito dentro de nuestro país, quien abrió las puertas de su primer restaurante en la zona de Perisur, trayendo a nuestro país innovaciones en el concepto de negocios tradicional como la contratación por hora, mercadotecnia agresiva y un producto con un alto nivel de estandarización.

Con este hecho se daba apertura al reciente modelo de franquicias en México, y que posteriormente tomara gran auge llegando a ser hoy en día, no solo una moda sino un sistema de negocios, probado, rentable y con oportunidades de crecimiento dentro de la economía de nuestro país.

“Hacia finales de los años 80 otras marcas se aventuraron a venir a México. Tal fue el caso de Domino's Pizza, Howard Johnson, Kentucky Fried Chicken, TGI Friday's, Bing, Holanda, Holiday In y Pizza Hot, entre otros, quienes utilizaron un modelo diferente al de McDonald's para su ingreso al país”. En el caso de Howard Johnson estableció en nuestro país junto con socios mexicanos, una oficina propia. Las otras marcas entraron en base a contratos de Franquicia Maestra, es decir, un grupo mexicano adquirió los derechos exclusivos de comercializar las marcas en México.¹⁴

Los percusores de las franquicias en México tuvieron que cobijarse bajo otras leyes como la de licencia de marca, transferencia de tecnología y distribución, esto con el objeto de operar legalmente las operaciones de las franquicias. “En 1990 es cuando se logra alcanzar una ley que pudiera proporcionar a los empresarios un marco legal, mediante la Ley de Transferencia de Tecnología, en la que se acepta como definición de contrato de franquicia, la de aquel en que en un mismo instrumento se licencia el uso de una marca y se transfieren conocimientos técnicos para que de esta forma pueda operar un establecimiento. A esta ley se une la Ley de Fomento y Protección a la Propiedad

¹⁴ Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias a la Mexicana”, Ed. Mc. Graw Hill, Página 2

Industrial en el año de 1991 lo que vino a dar un giro, mejorando notablemente la legislación del sistema de franquicias”.¹⁵

A principios de 1989 ante la necesidad de dar una formalidad a un esquema de negocios que aún no era legislado pero cada vez se hacía más común, un grupo de empresarios funda la Asociación Mexicana de Franquicias, con el firme propósito de dar un impulso a este modelo comercial y promover la correcta regulación del mismo.

“La primera reunión se llevó a cabo el 10 de noviembre en el University Club de la Ciudad de México. A dicha reunión asistieron: Robert Miller y Josefina Contreras de la sección comercial de la Embajada de Estados Unidos en México; Gunther Mauraher, director de Restaurantes Vips; Luis Luna Neve, director de Kentucky Fried Chicken; Enrique González Calvillo como representante de la Asociación Internacional de Franquicias y de la firma González y Calvillo Asociados; Ramón Ruenes Galguera y Rodrigo González Calvillo de Citibank; Juan Huerdo de la Cámara de las Artes Gráficas; Alberto Romo Chávez de la Cámara Americana de Comercio de Guadalajara y René Morato Fontana, director general de Franquicias Howard Johnson de México, quien se convirtió en el primer presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias. Juan Huerdo y Luis Luna Neve también fueron de los primeros presidentes que tuvo la A.M.F.”¹⁶

A finales de 1988 la Asociación tenía 12 socios. Hoy en día casi 150 empresas conforman la Asociación Mexicana de Franquicias.

Objetivos de la creación de la Asociación Mexicana de Franquicias (A.M.F)

* Difundir la cultura de las franquicias a nivel nacional

* Profesionalizar al sector de las franquicias

¹⁵Ibid., Página 3

¹⁶ Enrique González Calvillo , "Franquicias: la revolución de los 90's",Ed. Mc Graw Hill, Pág. 45

- * Interactuar con entidades gubernamentales para establecer leyes y reglamentos
- * Apoyar a las empresas mexicanas en la expansión del formato de franquicias a nivel nacional e internacional.

La AMF continuamente recopila información del sector de franquicias en México, a fin de lograr los siguientes objetivos:

- Ubicar el desarrollo de las Franquicias en México.
- Difundir entre los medios de comunicación las cifras del sector, a fin de demostrar la fuerza de las Franquicias en el ámbito nacional e internacional.
- Lograr una presencia real en medios, mediante la emisión de boletines de prensa.

Cabe destacar, que de acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias con los apoyos otorgados en 3 meses de operación del Programa en la modalidad de desarrollo de nuevas franquicias, se logró establecer la base para que el sector crezca un 16% una vez terminados los 81 desarrollos de nuevas franquicias a partir de las 500 franquiciantes reportadas por la AMF en 2007 (Fuente: AMF).

Según la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) organismo representativo que agremia a las empresas más importantes del sector, el 95% de los negocios operados bajo este sistema sobreviven por lo menos 5 años y el 98% de estos, llegan a cumplir 15 años de operación a diferencia del modelo tradicional. (Fuente: AMF).

De acuerdo con datos de la AMF, la facturación en México de este sector es de aproximadamente 85 mil millones de pesos anuales y da empleo directo a más de 500,000 personas. Conforme a estos mismos datos, el sector mantuvo la tendencia de años anteriores, creciendo en el año 2007 el 14%. Para lograr que este potencial de las

franquicias se materialice, es necesario que se impulse a este sector mediante apoyos específicos claramente orientados a la utilización de estos modelos exitosos.

Asimismo, la distribución según la AMF de las franquicias en México es la siguiente:

Cuadro 2.1

LUGAR DE CONCENTRACIÓN	PARTICIPACIÓN
Distrito Federal	44%
Noreste	21%
Occidente	21%
Resto del país	14%

*FUENTE: <http://www.franquiciasmexico.org/>, año 2009

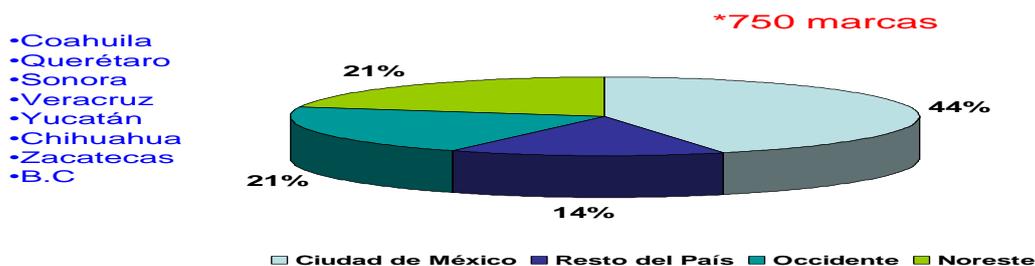
De acuerdo a los datos, se puede observar una mayor concentración de las franquicias en el Distrito Federal, mientras que existen regiones como la región sur, la cual no tiene un peso específico en este sistema de negocios. Es por este motivo que la Secretaría de Economía está implementando programas para su mayor difusión, los cuales se desarrollaran a lo largo del presente trabajo.

De estas 750 marcas la AMF considera que 250 son oportunidades de negocios.

A continuación se presentan gráficos acerca de la distribución de las franquicias en nuestro país además de ciertos puntos relevantes del mismo:

Grafico 1

Distribución de Franquicias en México



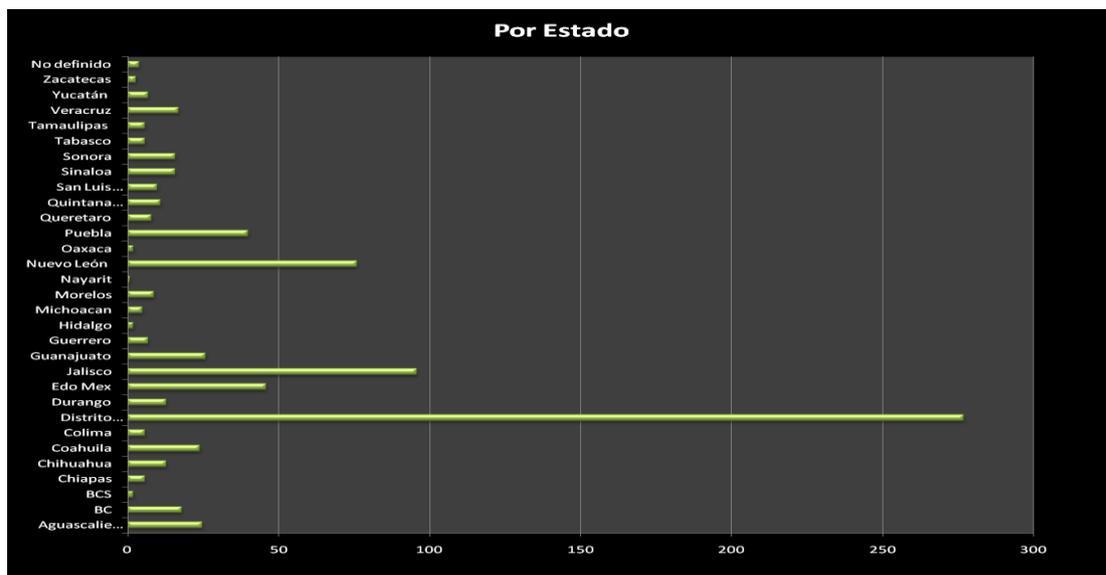
*FUENTE: Con datos del sitio web <http://www.franquiciasmexico.org/>, año 2009

Podemos observar mediante el grafico presentado, que la mayor concentración de las franquicias esta en la Ciudad de México y áreas conurbadas ya que es en esta región donde han tenido mayor auge y presencia, debido a que es un negocio probado. La gran disparidad de concentración entre regiones se debe principalmente a que en ellas no se ha recibido el mismo apoyo hacia este “nuevo” sistema de negocios y por otro lado la gran concentración poblaciones en esta zona, lo que hace a esta una mayor oportunidad de difundir un producto por lo que se aportan elementos importantes que definen la identidad de una persona en cuanto a sus hábitos de consumo.

Otro detalle importante de mencionar es que el residente de la Ciudad de México tiene un gusto por la diversidad a diferencia de otras regiones las cuales tienden a ser más conservadoras en cuanto al consumo de ciertos productos. Este hecho nos lleva a la conclusión que es más atractiva y redituable una franquicia en el centro del país tomando en cuenta que el acceso a la diversidad cultural que se tiene en alguna zona determinada es un factor preponderante para la concentración del sistema de franquicias (en este caso en la zona centro del país).

Sin embargo de forma paulatina diversas regiones se han inmiscuido en este tipo de negocios, debido a que mientras en un negocio propio tiene una vida promedio de dos años, un sistema de franquicias continúa en operación al quinto año de vida.

Para poder ilustrar mejor los argumentos anteriores se empleara una grafica para observar de forma más clara la concentración de estas en el país de forma estatal:

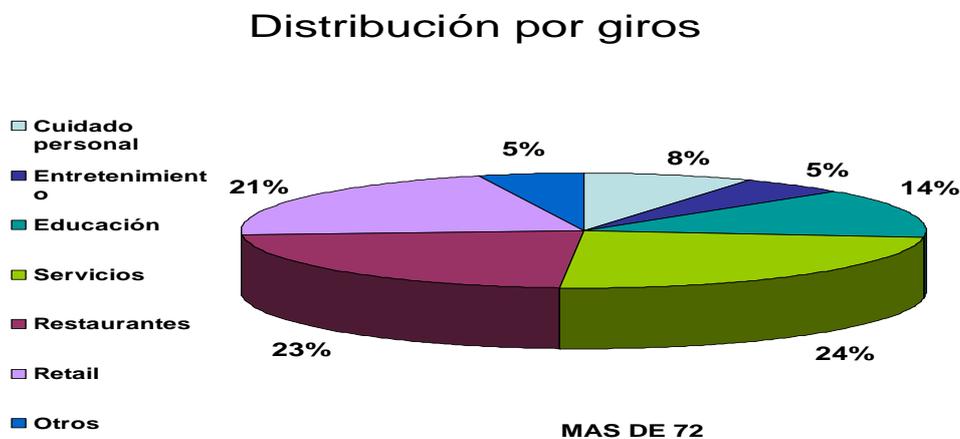


***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

La gráfica presentada sustenta los argumentos plasmados donde podemos observar al Distrito Federal con la mayor concentración, sin embargo podemos observar estados como Jalisco, Nuevo León, Puebla y Durango entre otros, los cuales han crecido de forma significativa, lo que nos hace pensar que la diversidad y el apoyo a la franquicia esta siendo cada ve mayor en ciertas estados; Sin embargo aun existen regiones en las cuales la participación es minima, dicho por lo cual es necesario apoyarlas en mayor medida con el fin de homogeneizar la concentración de estas, lo cual evidentemente favorecería la creación de una mayor cantidad de empleos.

Debido a esto podemos aseverar que el sistema de franquicias continuara en crecimiento a lo largo del país ya que se esta apostando por este negocio cada vez con mayor fuerza, por lo que de esa forma regiones con menor índice de concentración tendrán mayor participación en este ramo a posteriori.

Grafico 2



***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

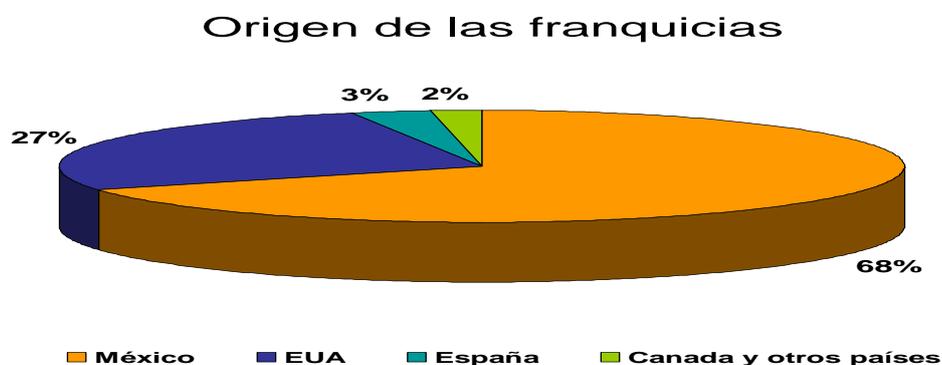
La distribución por giros de franquicias tiene al sector servicios, los restaurantes y el retail (es un sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes) como los de mayor importancia en México, lo cual es lógico ya que es bien sabido que el sector servicios tienen un papel fundamental en el actuar económico de

nuestro país, ya que la actividad comercial de un país es el reflejo de la estructura económica del mismo, esto ya que contribuye de manera significativa en la formación del producto interno bruto, entre otros factores. Sin embargo hay sectores como los restaurantes y la educación los cuales considero tendrán un mayor auge a la postre debido a su estructura y al hecho de que estén siendo aceptadas en mayor medida con el tiempo; En el caso específico de los restaurantes de comida rápida se debe principalmente al hecho de que tienen una demanda latente e importante en Ciudades con altos índices de turismo, el cual se fortalece de forma considerable y lo cual hace pensar que pueda existir un futuro mas promisorio para este tipo de giros, así como muchos otros.

De esta forma podemos inferir que dicha distribución por giros por parte de las franquicias se encuentra relacionada directamente con los gustos, preferencias y costumbres poblaciones; Por dicho motivo debemos dar por sentado que los giros con una mayor concentración son aquellos que tienen mas necesidad o gusto por parte de la población.

Así, es específico las franquicias, por el modelo que se encuentran fundamentadas ofrecen la posibilidad de que se logre una visión más amplia dentro del análisis de la situación que permea en cada región donde exista la presencia de la marca que se este estudiando.

Grafico 3



***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

Es por demás interesante observar el hecho que las mayoría de las franquicias que se encuentran en nuestro país sean de origen mexicano siendo estas un 68% del total, seguida evidentemente de los Estados Unidos con un 27% debido a la cercanía e influencia que se tiene con dicho país, el cual esta teniendo cada día mayor participación de este tipo de negocios en México.

Considero que las autoridades comienzan a interesarse más en las franquicias, lo cual hace que tengan mas apoyo hacia dicho factor, ya que como se menciono la mayoría de este tipo de negocios son de origen nacional, lo que me hace pensar el creciente soporte, solidez y consolidación del sector.

Tan solo debemos recordar que las micro, pequeñas y medianas empresas representan un numero por demás importante en cuanto a la creación de empleos. Esto ha llevado a que se creen programas por parte de diversas entidades gubernamentales, las cuales respaldan en gran medida a las franquicias debido a que se incentiva la creación de franquicias mexicanas mediante apoyos como la transferencia de modelos o el apoyo para el desarrollo de nuevas franquicias, y todo ello mediante cobijos económicos cuyas condiciones son preferenciales para la gente que decide recurrir a estos.

Este tipo de apoyos tienen una ingerencia importante con la economía del país, por lo que puedo augurar un excelente porvenir para la franquicia mexicana la cual incrementara sus unidades si se sigue por esta línea de apoyo y trabajo, todo ello traducido en un beneficio para México .

Grafico 4

Insumos de las franquicias



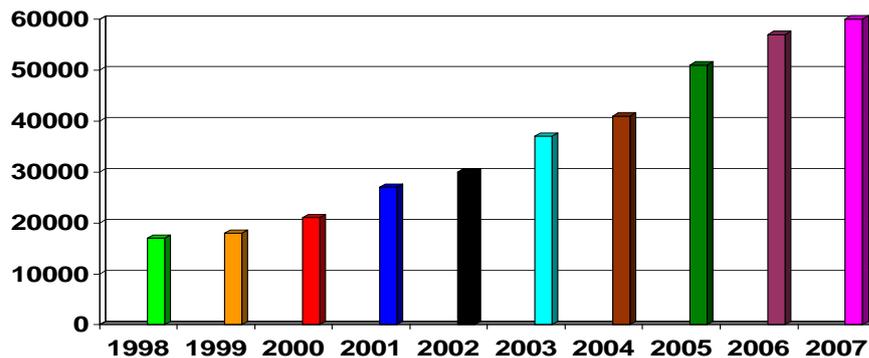
***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

Los insumos empleados por las franquicias son aunado al capital humano conforman la base del proceso operativo de las mismas; De esta forma podemos observar contundentes las cifras de esto, debido a que los insumos que se emplean son 82% de origen nacional mientras que tan solo el 18% son de origen foráneo, lo cual resulta lógico y evidente ya que insumos extranjeros incrementarían los costos, y es por dicho motivo que únicamente deben ser importados aquellos insumos los cuales específicos.

Por otro lado considero que la política económica de un país es un punto fundamental sobre los insumos empleados por las franquicias, debido a que un incremento inflacionario sería traducido en un costo mayor de operación el cual recaería evidentemente en el consumidor, haciendo de esta forma menos competitiva la franquicias con respecto a otro tipo de sistemas de negocios. De esta forma el entorno económico puede repercutir en gran medida las decisiones y la forma en que los insumos que se emplean.

Grafico 5

Crecimiento puntos de venta

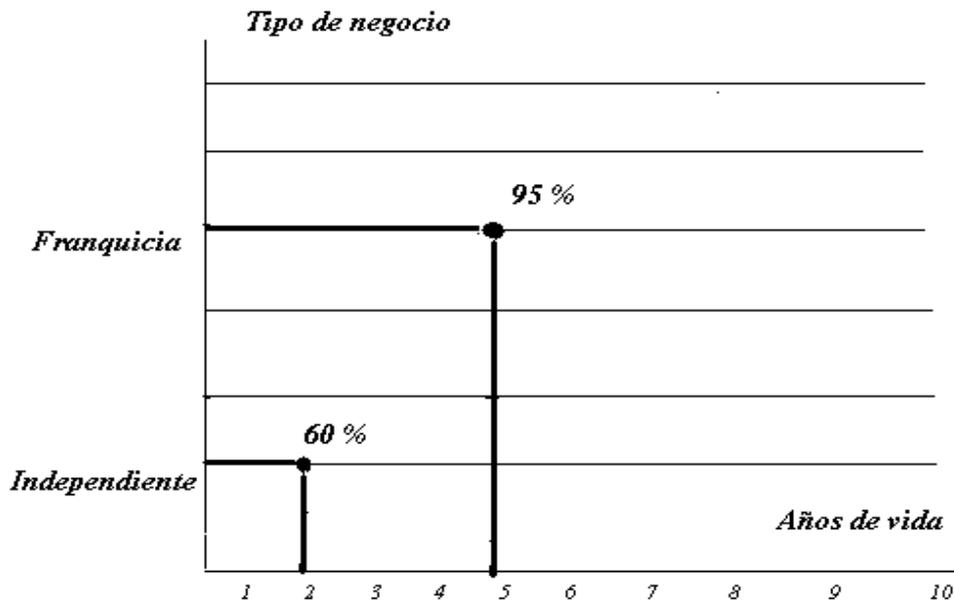


***FUENTE:** Elaboración propia con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), 2008

El crecimiento de los puntos de venta de las franquicias ha sido de forma súbita desde que este fue implantado en México en el año de 1985. Este comportamiento obedece en gran medida a que las franquicias son un negocio atractivo, redituable pero sobre todo comprobado. Esto debido a que existe un porcentaje muy elevado de seguir operando incluso hasta el quinto año, lo que lo diferencia de otros negocios los cuales ni siquiera rebasan el segundo año de operación. A continuación se presenta un diagrama para su mejor comprensión:

Años de vida de una franquicia VS negocios independientes

Grafico 6



***FUENTE:** Con datos de Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias motivos y razones”, Pág. 97, año 2008

Con base en este esquema podemos aseverar que las franquicias constituye una excelente oportunidad para autoemplearse, ya sea cuando no existe una fuente de empleo estable o bien para diversificarlos. De hecho esta práctica es muy recomendada para evitar la ausencia de flujo de efectivo en escenarios como el que actualmente estamos viviendo ya que esta suele generar diversas problemáticas para poder tener una adecuada planeación financiera.

La mayor parte de la gente que adquiere una franquicia recupera su inversión en un lapso entre 12 y 36 meses, lo que implica una tasa de rentabilidad del 30% que evidentemente resulta por demás atractiva ya que se trata de un negocio probado pero

que cuya permanencia esta ligada en gran parte al capacidad de innovación, así como también a que tan rápido se de la adaptación de estas en el mercado¹⁷

Debido a que estos sistemas de negocios son tan atractivos existen diversos mitos o errores en los cuales las personas incurren con frecuencia, entre los cuales podemos destacar los siguientes:

- **La franquicia es un sistema infalible:** Si bien es cierto que la tasa de rentabilidad es alta y que las franquicias son un negocio comprobado, esto no es garantía de éxito ya que estas no están de ninguna manera exentas a enfrentar riesgos diversos. Se debe considerar que la franquicia es un negocio y como tal existe la posibilidad real de encontrar problemas operativos, aunque si se puede decir que se trata de un negocio con menores riesgos que un negocio independiente.
- **Las personas y los mercados no cambian:** Es evidente que todo esta en constante cambio, la economía, los mercados etc. Sin embargo es necesario que las franquicias sepan como aprender a vivir el día a día con dichos cambios.
- **El poder equitativo:** En este negocio como lo mencionamos, tienen dos partes el franquiciante y franquiciatario y es un error común pensar que ambos puedan gozar de la misma retribución económica, ya que es el franquiciatario que conserva una mayor cantidad de renta.
- **La no necesidad:** Este proceso se puede dar cuando tanto franquiciante como franquiciatario consideran que no existe la necesidad de ayuda reciproca, los cual es evidentemente falso, ya que como lo pudimos ver el contrato de franquicias se da por medio de estas dos partes las cuales deben de estar en constante comunicación y ayuda.
- **“Libre de problemas:** Esta idea puede ser bastante ingenua, ya que en este negocio como en cualquier otro existen crisis y asuntos nuevos los cuales deben ser resueltos, ya que los problemas siempre existirán y lo importante del tema es estar consciente de ellos y tratar de estar preparados para dar posibles soluciones.
- **Franquicias buenas y malas:** Es un error pensar que existen franquicias buenas o malas, ya que esto es muy subjetivo debido a que cada persona y franquicia

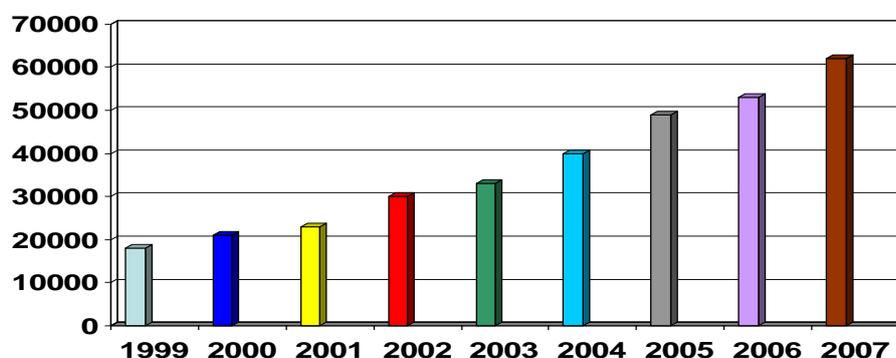
¹⁷ Revista Inversionista , artículo “Negocios a prueba de crisis”, Pág. 63 , febrero 2009

son diferentes y el éxito o no de una franquicia depende de la voluntad y el empeño que se ponga en esta”.¹⁸

Las franquicias han tenido éxito y auge a nivel mundial, debido a que se tiene el respaldo de un nombre y marca lo que lo hace por demás atractivo. Simplemente es necesario observar las cifras del crecimiento que este ha tenido de acuerdo a los puntos de venta, ya que en el año de 1998 se tenían un aproximado de 150,000, mientras que casi 11 años después, en el 2009 se tienen cifras las cuales llegan a los 600,000, lo cual me hace pensar que el éxito y crecimiento del sector es notorio y si continua esta tendencia, se tendrá un crecimiento mas que significativo de dicho sistema en los próximos cinco años.

Grafico 7

Empleos totales generados



***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

El tópico central y medular del presente trabajo se basa en la creación de empleos mediante la implementación del exitoso sistema de franquicias. Dicha gráfica muestra como se ha desarrollado la creación de empleos a lo largo de la vida de la franquicia,

¹⁸ Ferenz, Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Editorial Somohano Express, Págs. 97-99, año 2007

en donde tan solo en el año de 1999 los empleos que generó dicho sector fueron 190,000 aproximadamente, para el 2004 fueron 400,000 y siguiendo con esta tendencia para el año 2007 los empleos que fueron generados ascendieron a poco más de 600,000, por lo que esto sustenta el hecho de que el sistema de franquicias favorece en gran medida la creación de empleos en el país, siempre y cuando reciba los apoyos gubernamentales necesarios para lograr este fin, recordando que las franquicias en la actualidad juegan un papel fundamental para las pequeñas y medianas empresas las cuales considero son de vital importancia para el país debido a que estas ramas son las que más empleos directos generan en México, y acorde a la Asociación Mexicana de Franquicias se espera que este año se rebase la cifra de los 600,000 empleos generados lo cual será más que benéfico para la economía mexicana la cual adolece en gran medida de la falta de empleos los cuales llevan a mayores niveles de pobreza.

A una década de haberse formado la A.M.F. ha jugado un papel fundamental ya que cada presidente que ha estado a cargo de ellas ha procurado difundir este tipo de negocios.

A continuación se presenta un cuadro con dicha información:

Cuadro 2.3

Presidentes de la Asociación Mexicana de Franquicias (1989-2006)	
René Morato Fontana	1989
Juan Huerdo Lange	1990
Alejandro Quiroz Pedrazzi	1991-1992
Luis Luna Neve	1993-1994
Germán Fernández del Busto	1995-1996
Juan Manuel Gallástegui Armella	1997-1998
Franciso Aguilar España	1999-2000
Fernando Rocha Huerta	2001-2002
Ferenz Feher Tocatli	2003-2004

Roberto Ramos Weckman	2005-2006
Carlos Roberts	A la fecha

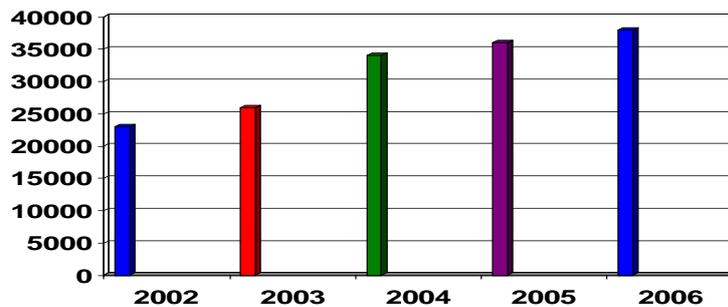
***FUENTE: Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 114, año 2007**

En esta tabla se pueden encontrar el nombre de las personas que han contribuido en mayor medida a la expansión de las franquicias en nuestro país, hecho por el cual se considera apropiado el traer a colación.

La A.M.F. ha sido la institución que ha tenido a bien el mayor apoyo hacia las franquicias en México entre los cuales podemos destacar los siguientes:

- La Asociación Mexicana de Franquicias es uno sino el mas representativo organismo del sector en materia de franquicias
- Buscando que se tuviera mayores sinergias, la Secretaria de Economía invito a que la A.M.F fuera aquel organismo intermedio mediante el cual los interesados pudieran recibir apoyo
- Ha dado capitación a personas interesadas en el tema
- Por medio de esta se ha dado una gran difusión de la franquicia en México lo cual ha ayudado en gran medida a que esta pueda tener mayo presencia en el mercado
- Otro aspecto importante que debemos resaltar es que la A.M.F es la encargada de realizar exposiciones y ferias en donde se conglomeran y dan cita las principales franquicias del país, así como gente la cual esté inmiscuida de forma directa, todo ello con el fin de orientar y proporcionar información al publico.A continuación se presenta un gráfico para poder observar de forma mas clara la forma en que las ferias de franquicias toman mayor presencia:

Visitantes a las ferias de franquicias



***FUENTE:** Con datos del sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/>, año 2009

De esta forma podemos observar la importancia que las ferias y exposiciones relacionadas con las franquicias han tenido en los últimos seis años y la forma en que cada vez es mayor el número de asistentes a las mismas, ya que tan solo en el año 2002 el número de visitantes era de 23,000 mientras que para el año del 2006 este número se incrementa a casi 40,000, por lo que es aquí donde se puede observar como crece cada vez más el interés por este sector.

Considero que nuestro país está preparado para el desarrollo de este tipo de negocios a nivel nacional e internacional, pero sobre todo para iniciar el nuevo milenio con gran éxito en lo que será el negocio de las franquicias tomando en cuenta el gran apoyo que está recibiendo por parte de entidades diversas.

El término franquicia en México es relativamente joven. La franquicia existe como figura legal en México desde 1991, sin embargo de acuerdo a la información presentada en los gráficos es posible observarse el crecimiento y tan acelerado, así como la aceptación que este tipo de negocios está teniendo en México, siendo cada vez más notoria la importancia de estas en la economía de nuestro país, ya que fomenta el empleo, la cultura empresarial de la cual carecemos tanto. Por estos planteamientos se vislumbra un panorama favorecedor para el sistema de franquicias como tal.

2.4 Franquicias: Un sector de consolidación

La economía mexicana se encontró con una gran crisis económica, la cual estalló en el mes de diciembre de 1994, mientras fungía como presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, y la cual se prolongo hacia finales de 1996.

Esto sin embargo tuvo, una menor repercusión en el sector franquicias ya que visto desde cierta perspectiva, las franquicias suelen crecer aun en tiempos de crisis económica lo que hace a este negocio más atractivo aun.

En este lapso de do años se conformaron cincuenta nuevas franquicias hecho el cual llevo a tener una cifra de 200 y generar 35,000 nuevos empleos para sumar en ese año tan solo 26,000. En cuanto a la proporción se dio un equilibrio de 50% entre extranjeras y mexicanas, pero sin duda lo mas revelador fue la forma en como se ha revertido el manejo de los insumos con tan solo el 30% de importación y el restante de origen nacional.

Dicho fenómeno de mercado demostró que toda crisis forma parte de un continuo proceso de aprendizaje, esto debido a que debido a un golpe severo que se tuvo con la crisis, pudo ser un detonante para que de esta forma se creara y generara la industria nacional la cual existe hasta nuestros días.

Una vez pasado este punto, el negocio de las franquicias creció de forma por demás interesante ya que durante el periodo de 1997-2000 el número de franquicias se duplico hasta llegar a 400, y con ello se generaron 40000 nuevos empleos.

“Este hecho trajo consigo la madurez del sector franquicias como tal, y comenzó a gestarse a partir del año 2000, y fue pauta para que comenzara a consolidarse durante los tres años siguientes. Esto debido a que durante este lapso se crearon un mayor numero de franquicias llegando a 500, los cuales tenias 35000 puntos de venta, 65 giros diferentes y un total de 400,000 empleos con lo cual podemos observar la importancia de este tipo de negocios para la creación de empleos, resaltando que un porcentaje elevado de dichas franquicias creadas eran de origen nacional mientras que los insumos nacionales comenzaron un mayor nivel de avance, logrando así un 75% en origen mexicano. Un crecimiento considerable, sostenido e irreversible por su clara tendencia a la alza.

En la primera mitad del 2004 la cifra de franquicias fue creciendo de forma vertiginosa para alcanzar cifras de proyección realmente importantes, esto debido a que se tuvo la creación de 730 a finales del año, y tan solo en ese ultimo año se generaron 76000 nuevos empleos”¹⁹.

Este panorama del desarrollo de la franquicia en nuestro país nos hace reflexionar y poner en perspectiva que desde que el sector franquicias ingreso a México las ha sido un sector de la economía que no ha dejado de crecer, cuando los primeros empresarios trajeron a nuestro país conceptos hasta entonces desconocidos por el consumidor mexicano abrieron brecha para todos aquellos emprendedores que querían tener su propio negocio o lograr la consolidación de su marca y alcanzar sus objetivos de expansión.

Si bien el inicio no fue fácil debido en gran parte a la falta de información sobre el tema solo unos cuantos tenían a su alcance datos sobre el sector aunado a la falta de legislación. Las leyes vagamente definían a la franquicia. Ante la situación prevaleciente de la década de los ochenta de graves problemas económicos y políticos, ante la era de la apertura económica y ante la inminente globalización de la economía mundial, se produjo el cambio que formalizo el concepto de "franquicia" en México dentro de la Ley de Transferencia de Tecnología promulgada en 1990.

Sin embargo no fue sino hasta 1991 cuando es promulgada la Ley de Propiedad Industrial cuando se concedió una definición legal que contribuía a generar confianza y seguridad entre aquellos que se aventuraban a entrar en un formato de negocios novedoso. Las obligaciones y derechos que marca la ley sin duda han contribuido al fortalecimiento y maduración del mercado de franquicias en México otorgando certeza jurídica tanto a franquiciantes como a franquiciatarios.

Teniendo ya un marco legal como respaldo, el sector inicio un desarrollo sostenido el cual fue puesto a prueba con la crisis económica de mediados de los años noventa en la

¹⁹ Ferenz, Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Ed. Somohano Express, Págs. 112 y 113, año 2007

cual la mayoría de las franquicias que operaban en ese momento en nuestro país compraban insumos en el exterior, teniendo que enfrentarse al aumento del valor de los mismos ya que eran cotizados en dólares y la paridad cambiaria no beneficiaba a nuestra moneda. Sin embargo una vez más el Sistema de Franquicias demostró su versatilidad al buscar insumos nacionales, creando no solo redes de distribuidores sino también fuentes de empleo que en ese momento tanto se necesitaban.

El favorable ámbito legal que fue creado aunado a la llegada de franquicias sobre todo americanas que consideraban a México como un buen lugar de expansión y la relativa facilidad con la que se adaptan al entorno, formó un gran interés entre el empresariado mexicano, quienes al tener conceptos fácilmente aplicables aprendieron el esquema y lo implementaron en sus empresas, creando así nuevos conceptos.

El crecimiento ha sido constante y así lo demuestran las Estadísticas, el número de franquicias mexicanas ha ido en aumento, sin embargo los conceptos del exterior no han dejado de entrar lo que amplía el rango de oportunidades para quienes desean adquirir una franquicia. Los giros también han experimentado cambios, al inicio las franquicias estuvieron claramente enfocadas al sector de la comida rápida, actualmente podemos encontrar franquicias de giros tan variados como la reparación de fachadas hasta aquellas que proveen servicios de Internet que tan indispensable se ha convertido para la mayoría de nosotros.

La mayor parte de las compañías franquiciantes se encuentran localizadas en el D.F. debido en gran parte a la categoría de centro de financiero y de inversión con el que cuenta la ciudad, el resto de las franquicias se encuentran localizadas en puntos clave del país como lo son Guadalajara y Monterrey.

Las compañías involucradas en este sector han comprobado su eficiencia y por ello no dudan en apostar todo en el empeño de dar a conocer sus conceptos, ya sea mediante publicidad en medios impresos y electrónicos enfocados a inversionistas, empresarios y

emprendedores, así como su participación en ferias, exposiciones y misiones comerciales alrededor del país y del mundo.

A continuación se presentan datos relevantes acerca de las franquicias a nivel mundial:

Cuadro 2.4

Datos globales
<ul style="list-style-type: none">• Alrededor de 50 asociaciones de franquicias se han formado alrededor del mundo• Existe El Consejo Mundial de Franquicias (WFC), órgano rector del Sistema de Franquicias a nivel Mundial• Se cuenta con Legislación específica para franquicias en mas de 50 países

***FUENTE:** Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 99, año 2007

Cuadro 2.5

Cifras mundiales
<ul style="list-style-type: none">• Más de 17500 empresas franquiciando• Más de 1.2 millones de franquiciatarios• Ventas globales de US\$1.5 trillones anuales• Empleo formal a mas de 13 millones de personas

***FUENTE:** Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 99, año 20

El futuro de la franquicia se presenta inmejorable con la consolidación del sector en el que actualmente compiten en un mercado cada vez más grande. Hoy en día existen múltiples áreas para el desarrollo de Sistemas de Franquicias y casi cualquier negocio que pueda estructurarse bajo un sistema de trabajo bien determinado es franquiciable.

CAPITULO III

EL MODELO DE FRANQUICIAS EN MÉXICO

3.1 Cultura empresarial en México

Como se ha visto a lo largo del presente trabajo, las franquicias han tenido un desarrollo vertiginoso, sin embargo dicho desarrollo se ha dado en mayor medida en forma regional que nacional. Solo basta revisar las graficas anteriores (Grafico 1) para observar las regiones en donde se conglomeran este tipo de negocios.

Se han puesto en marcha distintos programas para incentivar la creación de empresas (en este caso franquicias), los cuales han tenido efectos por demás positivos sin embargo un punto que se considera en esta investigación, el cual ha frenado un poco el crecimiento de las franquicias a nivel nacional es el hecho de que nuestro país carece en gran medida de una cultura empresarial que permita la creación de un mayor número de empresas de este tipo, así como una mayor expansión de las mismas. En el presente trabajo se considera que esta falta de cultura empresarial se debe principalmente a la incertidumbre o temor por parte de la gente hacia la inversión en nuevos negocios dentro del entorno de la economía mexicana, así como la falta de conocimientos por parte de las mismas personas hacia como manejar un negocio o empresa.

Es debido a estos argumentos que se decidió hacer hincapié en este tema y por tal motivo se incluye un apartado específico de la cultura empresarial en nuestro país, ya que se considera que en el momento en el cual se retiren los prejuicios y temores acerca de la cultura empresarial de México, existirán una mayor cantidad de empresas y con mejor calidad. En el caso específico de las franquicias, el cual ha sido un sistema de negocios por demás exitoso y de sólido crecimiento en nuestro país, un cambio en ese aspecto traería consigo un crecimiento mayor de ese sector así como una expansión más amplia de las mismas a lo largo y ancho del territorio nacional.

Para efectos de nuestro caso, en primera instancia debemos entender que es la cultura empresarial, la cual podemos definir como la acumulación de significados socialmente entendidos, y en la empresa los diferentes actores que intervienen configuran un proceso subjetivo de la actividad diaria, dando significado al mundo empresarial y del trabajo, legitimando los valores colectivos.²⁰

²⁰ Marcela Hernández Romo, “La Cultura empresarial en México”, Ed. Porrúa, Página 95

Otro aspecto importante acerca de la cultura empresarial en nuestro país, es que se carece de un conocimiento de visión a futuro ya que en algunos casos, las acciones se planean día a día sin tener en cuenta una estrategia a futuro en donde se tomen en cuenta posibles problemas en los cuales pueda incurrir la empresa. De igual forma en ocasiones se dejan de lado preceptos básicos dentro de una empresa como lo es el saber identificar las fortalezas con las que cuenta, y debilidades a las cuales se enfrenta el inversionista o empresario mexicano, además de un punto vital que tiene que ver con la apertura de empresa, ya que estas no existe un mercado competitivo en ese sentido al existir un reducido numero de corporaciones las cuales son dueñas de este país. Ese tipo de problemáticas son las que llevan a tener una limitada cultura empresarial en México, y esto tan solo es una pequeña prueba de tantos detalles que de impiden del todo la expansión a nivel nacional de micro, pequeñas y medianas empresas, y es ahí donde están posicionadas las franquicias (objeto de nuestra investigación)

Basándonos en el precepto social de historia en el cual es necesario conocer el pasado para de esa forma entender el presente, a continuación se presenta el contexto histórico de la cultura empresarial en nuestro país, la cual ha sufrido diversos cambios a lo largo del tiempo y el cual nos auxiliara para poder entender de mejor forma esta disyuntiva.

El estudio de la cultura empresarial en México toma una punto de inflexión en el momento en que por el nuevo papel que se le fue asignado a los empresarios en el año de 1982, consecuencia de la instauración del modelo neoliberal, estos se convierten en el centro de decisiones sobre la modernización de las empresas que se tenían y esto por consiguiente recae de igual manera en la modernización de México. Es en este punto en donde el Estado deja de ser el responsable de ser el motor o guía para hacer competitivas las empresas en nuestro país, así como de igual forma deja de tener ingerencia en la fijación de las políticas de protección al mercado interno, lo que supone que el libre mercado definirá quienes son competitivos.

En México, con el cambio del modelo económico de sustitución de importaciones al modelo neoliberal, se inicia el proceso de reestructuración productiva de nuestro país. Motivo por el cual la función del Estado tuvo un giro y cambio de rumbo, favoreciendo

con ello políticas al capital trasnacional y al gran capital local con capacidad para poder exportar.

Por consecuencia, este cambio de modelo trajo consigo diversos cambios estructurales para el país. “La función del Estado entonces, fue la de llevar a cabo este ajuste y la reforma estructural. Dentro de esta política económica podemos resaltar el papel que se les fue asignado a los empresarios, el cual tuvo por objetivo realizar a las empresas productivas. Este proceso de la reestructuración productiva, puso al empresario como el centro de sus propias decisiones, asignando de esta forma la posibilidad de reestructurar sus empresas si quisiera ser competitivo.”²¹

De esta forma el empresario esta siempre en busca de poder ser mas competitivo, ya que el mercado lo demanda en cada vez más y en mayor medida, y es por esto que el sentido empresarial será un detonante para posicionar al empresario en un mejor sitio dentro del mercado al cual pertenece. Dicho sentido empresarial implica el aspecto cultural, y esta se puede definir como la acumulación de significados socialmente entendidos y que diferentes actores, como los empresarios, emplean para configurar significados en la actividad diaria, movilizandolos estos códigos, recreando significados y legitimando valores colectivos, dando así sentido al mundo de la empresa, la economía, la familia y la sociedad; se trata de la comprensión del significado de la conducta humana. Aunque como se menciono, se da importancia al ámbito de la cultura, esta es uno de los puntos más descuidados en los estudios empresariales sin embargo, el estudio de las acciones, decisiones y estrategias de los empresarios no dependen exclusivamente de la cultura.

“Se puede decir que en México existe una heterogeneidad de empresas como de empresarios y que responden a diversos aspectos entre los cuales tenemos los siguientes: Las presiones globales o nacionales, la historia de cada región, así como su cultura e idiosincrasia. Basado en esto podemos aseverar que los empresarios u hombre de negocios en su actuación están mediados por una serie de factores (familia, cultura, presiones económicas y políticas)”²².

²¹ Marcela Hernández Romo, “La Cultura empresarial en México”, Ed. Porrúa, Página 9

²² Ibid, Págs. 50 y 51

En México, como se mencionó con anterioridad, a partir de los años ochenta, inicio un proceso de restructuración empresarial el cual evidentemente ha sido desigual, y el cual ha adquirido diversas modalidades tomando en cuenta factores como la región, el giro, el ramo en que se encuentra, el tamaño y el capital. Estudios que se han realizado muestran como en el ámbito nacional los empresarios elaboraron distintas estrategias para de esa forma modernizarse y obtener mayores rendimientos. Dicho lo anterior, la elaboración de dichas estrategias empresariales en México, son en gran parte el resultado de las presiones estructurales que existen sobre las empresas. Es por este motivo que las empresas se encuentran permanentemente en procesos de reingeniería los cuales les auxilian a replantear los procesos de trabajo buscando siempre una mayor eficiencia.

“Este proceso de una mejora continua no es nuevo, tan solo basta recordar a los precursores de la administración los cuales ya buscaban ese objetivo. Es por ello que debemos retornar un poco al pasado de las empresas, ya que es ahí donde podemos encontrar un mayor numero de estudios que ilustran en una mejor forma en que las empresas modernizadas generaron, en condiciones semejantes de mercado, estrategias diferenciadas, las cuales tuvieron como resultado rendimientos distintos, lo que hace suponer que la modernización en estas mismas condiciones, determina la productividad de las empresas y es en este momento donde inicia el proceso de la diferenciación de empresas”.²³

De manera general podemos distinguir cuatro perfiles industriales en México:

- La maquila: A este perfil corresponden empresas que son altamente exportadoras, la restructuración productiva que se ha realizado es principalmente en a organización así como en la flexibilidad del trabajo, su tecnología es de nivel medio y la fuerza laboral la componen principalmente mujeres con poca calificación (aunque el porcentaje de hombres se ha elevado en la ultima década), tienen bajos salarios y es una mano de obra muy volátil.
- En el segundo perfil, encontramos por lo general empresas grandes, reestructuradas y de alta productividad, vinculadas al mercado externo. La

²³ Marcela Hernández Romo, “La Cultura empresarial en México”, Ed. Porrúa, Página 53

tecnología que tienen es alta o intermedia; los cambios en la organización del trabajo tienen que ver con la aplicación parcial de la calidad total, el “just in time” (herramienta administrativa post-modernista la cual tiene como objetivos tener cero inventarios o la menor cantidad de los mismos), así como el control estadístico del proceso. Sus niveles de flexibilidad son intermedios, la fuerza de trabajo combina trabajadores calificados y otros con menos calificación.

- El tercer grupo lo componen aquellas empresas grandes y medianas no reestructuradas, su tecnología es más baja que la del anterior perfil, en cuanto a su organización del trabajo presenta más elementos de la corriente de Taylor, su flexibilidad es baja. La fuerza de trabajo la componen hombres de edad madura con nivel educativo bajo, especializado en el manejo de máquinas no universales.
- La mayoría de las pequeñas empresas y microempresas (PYMES) conforman el cuarto nivel, y es en este rubro en donde se encuentran las franquicias el cual es el objeto de estudio del presente trabajo. Son empresas las cuales no exportan, de baja productividad y de propiedad nacional la mayoría de ellas. Su nivel tecnológico también es bajo, su organización del trabajo es tradicional. Su fuerza de trabajo es variada.²⁴

Como se puede apreciar hay un sector el cual ha cambiado y se ha reestructurado en gran medida, sin embargo, este representa la minoría del país, frente al que no lo ha hecho, sin embargo las empresas las cuales se han modernizado planean diversas estrategias con el fin de poder crecer en una mayor magnitud, así como de insertarse en el mercado mundial y ser más competitivas en la apertura.

Dicho lo anterior se considera que al existir un número reducido de empresas las cuales representan la minoría y son las que tienen el control de nuestro país, nos encontramos dentro de un entorno carente de cultura empresarial, ya que esta tiene como uno de sus fundamentos la competitividad y apertura empresarial, los cual evidentemente no hay en México. Hecho por el cual el Estado debería sumir un

²⁴ Marcela Hernández Romo, “La Cultura empresarial en México”, Ed. Porrúa, Páginas 57 y 58

papel preponderante para alentar e incentivar dicha insipiente cultura empresarial mediante la creación y apoyo de nuevas pequeñas y medianas empresas y no solo el brindar apoyo a las grandes corporaciones de este país.

Sin embargo y de forma paulatina, el apoyo a las empresas de menor capacidad instalada comienza a ser mayor, tan solo basta mencionar al fondo PYME de la Secretaría de Economía, de la cual se han visto beneficiadas una gran cantidad de empresas y el cual tiene por objeto el “apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas”.²⁵

Las pequeñas y medianas empresas, PyME's, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, si no también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza, ya que constituyen el motor de crecimiento de de la economía. “Ellas forman el 99.8% de los negocios, aportan el 64% de la fuerza laboral, generan el 72% del empleo, y por si esto fuera poco, contribuyen en gran medida (52%) al Producto Interno Bruto en el país.”²⁶

A continuación se presentan cuadros para ilustrar con mayor claridad este hecho:

²⁵ Secretaría de Economía (Fondo PYME), Reglas de operación, año 2009. Página 3

²⁶ Revista El Inversionista, artículo “Los 7 pecados de las Pymes”, Pagina 70, febrero 2009

El contexto de las PYMES

Cuadro3.1

NÚMERO DE PYMES	4,007,100
% del total de Empresas	99.8%
Aportación al empleo	72%
Aportación al PIB	52%

FUENTE: Con base en http://www.fondopyme.gob.mx/2010/index_b.asp, INEGI-Secretaría de Economía, año 2009

Las cifras son contundentes y claras, las PYMES son la mayoría de las empresas de este país y aportan el 72% del empleo y el 52% del Producto Interno Bruto de México, por lo que es necesario el tener mayor énfasis y consideración a las PYMES.

Aportación de las PYMES a la economía mexicana

Cuadro 3.2

	NUMERO DE EMPRESAS	% DEL TOTAL DE EMPRESAS	APORTACIÓN AL EMPLEO	APORTACIÓN AL PIB
Micro	3,837,000	95.6%	40.6%	15%
Pequeñas	138,500	3.4%	14.9%	14.5
Medianas	31,600	0.8%	16.6%	22.5%
Grandes	7,900	0.2%	27.9%	48%

FUENTE: Con base en http://www.fondopyme.gob.mx/2010/index_b.asp, INEGI-Secretaría de Economía, año 2009

De acuerdo a esta información es notoria la importancia de las PYMES en el andar de la economía nacional, ya que son estas la que mayor porcentaje aportan al empleo el cual ha sido una de las grandes preocupaciones históricas del país, y aún más en la actualidad donde el empleo se ha visto severamente mermado por la crisis que ha

aquejado al país, y en donde lamentablemente no se ha sabido llevar una política correcta para poder mitigar el impacto de esta crisis en el empleo.

Un punto mas a destacar, es el hecho que tan solo un 0.2 % son empresas grandes y las que lamentablemente reciben una mayor cantidad de apoyos y concesiones por parte del gobierno, siendo se debería enfocar en mayor medida, en aquellas empresas las cuales tienen una participación importante en la economía mexicana, esto sin dejar de lado al universo de empresas que existen en México. Es decir, que existiera mayor reciprocidad en cuanto al apoyo aunque lamentablemente este hecho resulte prácticamente utópico, debido a los intereses que en este país se tienen.

Hoy día, los gobiernos de países en desarrollo como lo es el nuestro reconocen la importancia de las PYMES por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local. Sin embargo, las PyME's tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño: acceso restringido a las fuentes de financiamiento; bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos; limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico; baja penetración en mercados internacionales; bajos niveles de productividad; baja capacidad de asociación y administrativa.

A continuación se presentan los principales obstáculos de las PYMES:

- “Duplicidad y Dispersión de Programas de Apoyo
- Falta de coordinación inter-institucional al instrumentar la política empresarial
- Dispersión de Recursos
- “Burocratismo” para la ministración de recursos
- Inequidad y falta de visión prospectiva en la selección y aprobación de proyectos
- Poca capacidad de Gestión Administrativa
- Ausencia de mecanismos de evaluación integral de las políticas publicas de desarrollo empresarial
- Poca visibilidad en la piñón publica de la política de desarrollo empresarial
- Limitada y Lenta Innovación de Diseño
- Competencia Inequitativa del Sector Informal
- Altos Costos de Producción

- Financiamiento²⁷

De hecho, el acceso al financiamiento ha sido identificado como uno de los más significativos retos para su supervivencia y crecimiento, incluyendo a las más innovadoras. En contraste, las grandes empresas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento a través de medios tradicionales debido a que cuentan con mejores planes de negocios, más información financiera confiable y mayores activos.

De igual forma ocho de cada diez compañías (PYMES) fracasan antes de cumplir un año de vida, esto de acuerdo a los argumentos que fueron planteados anteriormente (véase en Grafico 6). Estos problemas aunados a que las PYMES operan de manera empírica y tienen graves errores administrativos, desconocen el mercado al que se dirigen, carecen del financiamiento, no se trazan objetivos y no existe capacitación en algunos de los casos.

Aunque diversos sectores tanto públicos como privados están iniciando el apoyo a estas empresas, la posibilidad que un negocio sobreviva más de 12 meses después de haber sido creado, es muy baja.

De acuerdo a especialistas la otra de las causas del fracaso de las empresas es la falta de preparación de sus dirigentes, ya que solo dos de cada diez empresas son capacitados formalmente para administrar su empresa, y es en este rubro de empresas que si ofrecen capacitación es en donde tienen lugar las franquicias ya que dentro del contrato de estas, se estipula que es obligatorio el “know-how”, es decir la capacitación para poder operar un negocio de estas características.

Retomando los errores que tienen las PYMES podemos mencionar que pocas veces se plantea cuales son los objetivos, no se tienen definidas sus metas, de igual forma ignoran su misión visión y valores. Adicionalmente a este problema existen un alto porcentaje que se calcula es de 4.5 millones de empresas, el cual carece de una cultura empresarial, tema el cual ha sido objeto de análisis en esta apartado. Esta insipiente cultura empresarial tiene como consecuencia que no se tenga visión a futuro, que desconozcan las fortalezas con las que se cuentan, y un desconocimiento por las debilidades que se pueden enfrentar en el momento de iniciar un negocio, ya que si

²⁷Fondo PYME (Secretaría de Economía), año 2009

estos factores se tomaran en cuenta en mayor medida, podrían auxiliar para de esa forma no cometer errores que puedan llevar al fracaso.²⁸

Es así como la cultura empresarial es un tema del cual México debe aprender, ya que aun falta un largo trecho que recorrer para poder consolidarse y ser una herramienta la cual pueda ayudar a PYMES mas sólidas y con un futuro prometedor.

A colación con esto, se presentan las principales demandas de las PYMES:

- “Procesos y Procedimientos Ágiles de Atención Todo en un solo lugar
- Mayor transparencia y eficacia del Gobierno
- Un mayor apoyo y difusión a las PYMES
- Justicia social
- Formalidad
- Enfoque y no Duplicidad
- Multiplicación de Recursos
- Aportaciones e Estados, Municipios y Sector Privado”²⁹

La clasificación de las PYMES varía dependiendo del país. En general este tipo de empresas tienden a seguir un patrón, en el cual se consideran los siguientes criterios: número de trabajadores, volumen de ventas anuales y valor de sus activos.

No obstante pese a ciertas limitaciones, el papel de las PYMES en la economía ha sido un factor que ha generado incrementos en la producción; valor agregado; aportaciones fiscales; fortalecimiento del mercado interno; aumento de exportaciones, etc., por lo que han sido motivo de diseño de políticas encaminadas a promoverlas y apoyarlas para elevar su competitividad y enfrentar la competencia de un mundo globalizado, sin olvidar el mundo de los emprendedores., donde las empresas líderes son aquellas que adoptan modelos de subcontratación y alianzas estratégicas con PyMEs, que gracias a su capacidad de adaptación y flexibilidad crecen en un mundo en

²⁸ Revista El Inversionista, artículo “Los 7 Pecados de las Pymes”, Pagina 71, febrero 2009

²⁹ Fondo PYME (Secretaría de Economía), año 2009

constante cambio, demostrando además que cuando se organizan pueden superar las aparentes limitaciones de su tamaño.

En cuanto al apoyo hacia las micro, pequeñas y medianas empresas la Secretaría de Economía y en específico el Fondo PYME, ha sido la encargada de difundir y apoyar en mayor medida este sector, debido a que se han puesto en marcha diversos programas con el fin de incentivar la creación de nuevas empresas, las cuales sean productivas y generan mas y mejores empleos. En el caso específico de las franquicias, existe un departamento para este tipo de negocios el cual auxilia en gran medida a poder consolidar este sistema de negocios mediante programas los cuales serán mencionados mas adelante.

A manera de conclusión dentro de este capítulo, es necesario el hacer hincapié en la raquítica cultura empresarial que impera en México, y las repercusiones que esta ha tenido en el país. Esto, debido principalmente a que impide que se desarrollen una mayor cantidad de PYMES en nuestro país, a consecuencia de la falta de conocimientos del mercado, se opera de manera empírica, la falta de capacitación por parte de los nuevos empresarios, y la falta de apoyos económicos, aunados a la restringida apertura de empresas dentro de ciertos mercados llevan a tener la problemática que se ha planteado en este apartado.

Esta problemática deber ser analizada y reflexionada, ya que nuestro país depende en gran medida de las PYMES como motor de la economía mexicana. Por lo tanto en la medida en que se fomente la cultura empresarial por parte del gobierno, existirán una mayor cantidad de PYMES y de mejor calidad, para efectos y como consecuencia de esto, las franquicias se verían beneficiadas ya que se incrementarían los puntos de venta y este tipo de negocios llegarían a lugares de la Republica Mexicana en donde existe cierto rezago en este sentido, lo que traería consigo una mayor creación de empleos, creación de riqueza, etc. lo cual seria un punto mas que favorable para la economía mexicana. Es, por estos motivos que la falta de cultura empresarial esta íntimamente relacionada con nuestro objeto de investigación (las franquicias), y como tal se considero pertinente el mencionar dentro de esta investigación

3.2 Principales franquicias en México

Pese a la poca cultura empresarial que existe en México y la forma en que este hecho ha golpeado a las PYMES, existen negocios comprendidos dentro de este tipo de empresas las cuales han tenido un crecimiento vertiginoso y por demás sobresaliente el cual cabe destacar.

Estos negocios que son el objeto de nuestra investigación son “las franquicias”, las cuales han sabido posicionarse dentro del territorio nacional como un sistema de negocios destacado por tener una base sólida, así como los resultados que estos han tenido a lo largo de su historia desde la instauración de las mismas.

Debido a estos argumentos es necesario el resaltar a aquellas franquicias que por su forma de operar han tenido un mayor crecimiento dentro de este sector, y por tal motivo en este apartado serán objeto de mención

Como primera instancia hay que reconocer la labor de crecimiento de las franquicias en México ya que este ha sido constante en los últimos 10 años, y esto se refleja tomando en cuenta que el número de puntos de venta paso de 20 a 70 mil establecimientos que trabajan bajo este sistema de negocios (véase en Grafico 5) el cual puede ser percibido como un esquema ideal de riesgo, ya que este existe; pero de manera calculada, medida controlada.

“Es además una formula la cual promueve y facilita la creación de negocios en diversos países alrededor del mundo y la cual facilita la creación de negocios en países como el nuestro, donde de manera paulatina se comienza a reconocer las bondades que se puede lograr con este probado modelo”.³⁰

De esta forma se puede observar como la franquicias ha pasado a ser no solo una simple moda, sino un negocio consolidado como tal ya que los datos son contundentes y Se han creado más de 700 mil empleos directos, los cuales aportan a la economía mexicana el equivalente al 6 % del Producto Interno Bruto.

A continuación se presenta un cuadro para ilustrar los argumentos mencionados:

³⁰ Ferenz, Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Ed. Somohano Express, Pág. 121, año 2007

Ranking Mundial de Franquicias

Cuadro 3.3

Número de países con mayor cantidad de franquicias de acuerdo con el Consejo Mundial de Franquicias	
1. Estados Unidos	3,000 marcas
2. Brasil	1,200 marcas
3. Canadá	1,200 marcas
4. Japón	1,200 marcas
5. Francia	1.032 marcas
6. España	960 marcas
7. México	820 marcas

FUENTE: Elaboración propia en base a El Directorio Nacional de Franquicias

Se puede observar que México ocupa el séptimo lugar en cuanto al ranking mundial de países con mayor número de marcas, lo que hace evidentes los argumentos descritos acerca de la importancia de la franquicia en México, así como de su rápido desarrollo y consolidación.

La Asociación Mexicana de Franquicias actualmente reconoce la operación de 820 franquicias, aunque solo a 300 de ellas se les clasifica como oportunidades de negocio. Debemos mencionar que cuando existe un sector el cual presenta un sinnúmero de opciones para que se tenga un crecimiento como lo es este, es necesario el prestarle mayor atención, ya que se calcula que son mas de 500 de estos conceptos franquiciables los que pueden ser considerados como de “éxito seguro” ya que como se menciono anteriormente y acorde a las estadísticas, las franquicias tienen mayores posibilidades de tener éxito a diferencia de otro tipo de negocios.

Este sector representa excelentes dividendos para sus propietarios y ha reportado un crecimiento ininterrumpido, esto independientemente de los ciclos económicos, lo cual es un punto favorable para este. Incluso este hecho lo ha llevado a ser considerado como

un factor de posibilidad u oportunidad en etapas difíciles de la economía, en donde el desempleo es una de las mayores atenuantes a nivel mundial.

Así sucedió durante la crisis de 1995, cuando comenzó a darse el movimiento y la promoción de las franquicias con mayor fuerza, y estas por consiguiente comenzaron a despuntar y posicionarse como un negocio serio y redituable.

En la actualidad el mundo y en específico nuestro país se esta enfrentando a una nueva crisis financiera, por lo que el sector de franquicias vuelve a cobrar importancia como una de las mejores opciones para el autoempleo y es de esta forma en que el sistemas de franquicias continua vigente y con mayor presencia en el mercado.³¹

Existen diversos tipos de franquicias, los cuales establecen el alcance de la concesión así como sus derechos de territorialidad. En el caso específico de México podemos distinguir cuatro categorías principales de estas, las cuales se mencionan a continuación:³²

- **Franquicia Maestra:** Este tipo se aquella que se otorga el uso de una marca fuera de su país de origen, estableciendo un territorio definido y otorgando la posibilidad de subfranquiciar en ese espacio. Si además se incluye la posibilidad de subfranquiciar en otro país, se denomina franquicia regional. Ejemplos de este tipo de franquicia tenemos a las cafeterías Starbucks, Domino's Pizza y McDonald's por mencionar a las mas importantes en este rubro.
- **Multifranquicia:** El franquiciatario puede abrir un numero determinado de franquicias en un territorio previamente delimitado
- **Franquicia Individual:** Este esquema de franquicia es aquel en donde el emprendedor obtiene la marca y el know-how del negocio. En este tipo se garantiza al franquiciatario la exclusividad de territorios, lo que elimina la posibilidad de una competencia desleal entre concesionarios de una misma marca
- **Franquicia corner:** Otorga la marca y el know-how con la posibilidad de que se localice dentro de otro negocio afín o complementario al giro de la franquicia

³¹ Revista Inversionista, artículo "Negocios a prueba de crisis", Págs. 60 y 61, febrero 2009

³² Ibid , Pág. 62

El esquema de franquicia individual es el más común en México y requiere un monto de inversión que va de \$50 mil a un millón de pesos, aunque existen algunos casos en donde puede ser de más o incluso menos de este intervalo, aunque hay que decir que es poco común que se de este ultimo.

Con este monto de inversión el franquiciatario cubre el pago por la licencia para el uso de la marca, capacitación del personal, asesoría en localización del local, asistencia en periodo operativo, software necesario para la mejor operación y administración de la franquicia, así como el manual de operaciones y administración.

Un desembolso más se refiere a la inversión total inicial, en la que se incluye el costo del equipo de trabajo, mobiliario, renta del local, insumos, sueldos, etc.³³

Debido a que el sistema de franquicia individual es el más común en nuestro país, a continuación se presentan dos cuadros con las franquicias las cuales requieren mayor y menor inversión:

Las 5 franquicias con menor inversión

Cuadro 3.4

<ul style="list-style-type: none">• MTM Soluciones Digitales: Se trata de una empresa de sistemas digitales para estampado textil, láser y sublimación. Su inversión va de \$5 mil a \$100 mil pesos.• Quequi Mágico: Es una franquicia de pastelerías la cual requiere un monto de entre \$10 mil a \$ 150 mil pesos.• Deja de fumar fumando: Ofrece ayuda contra la adicción al tabaco mediante la modificación de la conducta. Su inversión es de \$18 mil a \$38 mil pesos• Kumon Instituto de Educación: Franquicia de Centros Matemáticos cuyo monto de Inversión es de \$50 mil pesos.• Coco Express: Se dedica a la atracción y enfriamiento del agua y la carne de coco. Su cuota de inversión va de \$100 mil a \$130 mil pesos aproximadamente.

*FUENTE: Con base en la revista “Inversionista” febrero 2009

³³ Revista Inversionista, artículo “Negocios a prueba de crisis”, Págs. 62 y 63, febrero 2009

Este tipo de franquicias las cuales requieren una relativa “baja inversión” permiten ingresar al mundo de los negocios, además de ser este tipo de franquicias una gran oportunidad para contribuir al desarrollo de la escueta cultura empresarial, así como al desarrollo de nuevas oportunidades para los emprendedores, sin dejar de lado la creación de empleos.

Las 5 franquicias con mayor inversión

Cuadro 3.5

<ul style="list-style-type: none">• Prendamex: Es una casa privada de empeño, la cual pide una inversión inicial de \$301 mil dólares aproximadamente.• Laboratorios Médicos Polanco: Franquicia la cual tiene como giro los análisis clínicos, y que requiere una inversión inicial aproximada de \$480 mil dólares• La Parroquia: Este restaurante cafetería, con 200 años de historia y tradición, es famosos por su cocina y café. El monto de inversión inicial para este negocio es de alrededor de \$550 mil dólares.• Mc Donald’s: El restaurante de comida rápida mas exitoso de todo el mundo y el cual fue el pionero del sistema de franquicias en nuestro país en el año de 1985 tiene un monto aproximado de inversión inicial de \$600 mil dólares• Burguer King: Recientemente se constituyo como la cadena de restaurantes “Fast Food” con mas unidades en México. Su monto de inversión inicial es de \$1 millón de dólares
--

*FUENTE: Con base en la revista “Inversionista” febrero 2009

Aun con las ventajas que se han presentado acerca de las franquicias, elegir alguna de ellas dentro de este gran universo no es algo sencillo, ya que se deben tomar en cuenta diversos factores para de esa forma elegir un negocio que se encuentre acorde a las

posibilidades de las personas que piensan en este tipo de negocios. Es importante mencionar que el precio de una franquicia no garantiza el éxito, más bien dicho éxito puede ser alcanzado mediante la suma de diversos factores, y uno de ellos y quizás el más importante es la ubicación.

A continuación se presentan algunos factores a considerar para la elección de una franquicia, ya que esto influye directamente al desarrollo de la misma en aras de poder llegar así un modelo de negocios relevante en el ramo:

1.-El dinero: Es de vital importancia tener presente el capital disponible, ya que debido a que se habla de un negocio, es necesario el tener un respaldo económico con el cual se puedan cumplir obligaciones futuras, así como la puesta en marcha y operación del mismo. Todo ello hasta lograr tener una rentabilidad del mismo y poder llegar a “números negros”.

Una vez teniendo en cuenta el presupuesto con el que se cuenta, es necesario consultar las firmas que se encuentren dentro del rango propuesto, y por ultimo elegir un giro de franquicia, tomando en cuenta factores personales y de mercado.

Como se menciono con anterioridad, una franquicia con precio elevado no garantiza calidad, así como una empresa de baja inversión significa deficiencias, ya que esto en realidad depende del concepto y giro, de igual forma el tipo de local.

2.-Ubicación: El territorio disponible varia y depende en gran medida del plan de expansión que cada franquicia establezca, esto debido a que en algunas ocasiones las firmas ya cuentan con zonas las cuales pueden ser redituables, ya que existe demanda latente, la cual puede ser explotable.

Por otro lado, el local en donde se va a operar, es un factor fundamental de éxito o fracasa dentro de este tipo de negocios, es por esto que este factor se debe considerar en gran medida.

Se debe realizar un estudio de mercado y prefactibilidad para de esta forma estudiar y analizar el mercado para lograr un mejor funcionamiento del mismo.

3.- Gustos y preferencias: La clave del éxito de este modelo de negocios es la transferencia de conocimientos (know-how) a través de los manuales de operación, lo que permita que el inversionista no requiera de experiencia para llevar a cabo los procesos productivos del negocio. Es por ello que es necesario contar con la capacitación suficiente para el mejor funcionamiento.

Es por esto que se debe tomar en cuenta el gusto del concepto en el cual se va a invertir, ya que como se menciono anteriormente, el contrato de franquicias implica un compromiso de varios años, por lo que la actividad que se realice debe ser del agrado del dicha persona .

4.- “Consulta y apoyo: Otro aspecto importante es la accesoria que pueda ser brindada a lo largo del periodo de operación del negocio. Es por esto que existen diversas firmas o despachos los cuales pueden ser de gran utilidad para este fin, ya que pueden ofrecer información acerca de los pasos y tramites que deben llevarse a cabo.

Los consultores de este tipo constituyen la mejor guía, y resolverán dudas que el inversionista pueda tener, así como la viabilidad del negocio. Por dicha razón este tipo de ayudas debe ser considerado como un gasto el cual puede retribuir en gran medida en un futuro.

5.- Marca: Es importante que el inversionista conozca cada franquicia, ya que finalmente se debe saber que implica unirse a determinada red de franquicias, ya que existen demasiadas de ellas.”³⁴

De esta forma es importante conocer la forma de operar de estas, debido a que existen algunas las cuales ofrecen cierto apoyo en el proceso de puesta en marcha del negocio, como lo es el generar publicidad sin costos adicionales, o algunas no cobran el 100% de las regalías, esto mientras que el negocio pueda operar con cierta estabilidad.

³⁴ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Paginas 10 - 14

Si bien existen un gran número de negocios de franquicias, estos puntos deben estar presentes para poder considerar el establecer esto. Es necesaria una minucioso análisis para mediante un proceso de toma de decisiones, elegir la mas indicada.

Estos consejos pueden ser de gran utilidad y convertir al negocio de franquicias en algo exitoso, y en un futuro ser considerada como una de las mejores franquicias dentro del ramo.

A pesar de que se tiene experiencia en este tipo de negocios, es imposible negar que la crisis por la cual atraviesa el mundo pueda impactar en este. Es por ello que la elección de la mismas deber ser con cautela, ya que evidentemente existen giros como lo son los bienes y servicios, los cuales pueden caer en un futuro a corto plazo

La posibilidad de minimizar el efecto para los franquiciatarios está en manos del franquiciante.

Los franquiciantes deben revisar sus números para mantener en niveles aceptables la rentabilidad de sus franquiciatarios. Un buen inicio es revisar los modelos de inversión. Si una franquicia necesita 10 millones de pesos de inversión inicial, sería bueno analizar cómo se puede disminuir la inversión a 800,000 manteniendo los estándares de calidad y servicios

El concepto de negocio también debe ser revisado. Si un restaurante fue diseñado para 150 comensales, tal vez convendría uno de sólo 120. Un ejemplo son los modelos de Tintorerías Max, que inició la venta de unidades satélites que funcionan como recepción de prendas.

“Otro caso es el de Benedetti’s Pizza, que en unidades más pequeñas vende pizza por trozos. Son modelos creativos que pueden comercializar y así apoyar a los franquiciatarios que ya están con ellos, dice Alcázar.

Ambos conceptos son más económicos y permiten aumentar su presencia y posicionamiento en el mercado. Fortalecer alianzas con proveedores permitiría negociar precios, descuentos y patrocinios traspasables a los franquiciatarios.”³⁵

³⁵ Revista CNN Expansión, marzo de 2009

De acuerdo a los argumentos que se han mencionado en cuanto a la elección de franquicias, existen franquicias que debido a su forma de operar, han tenido gran éxito y estas posicionadas como las mejores franquicias, y al momento de referirnos como las mejores franquicias se consideran aquellas las cuales han tenido mejor rentabilidad, sus rendimientos son por arriba de la media de franquicias, y evidentemente han ganado un prestigio por todos estos motivos.

A continuación se presentan las franquicias que por lo planteado anteriormente han sido catalogadas como las 25 mejores dentro de este sector:

Las 25 mejores franquicias en México

Cuadro 3.6

Franquicia	Producto o servicio	Comentarios
5àSec	Tintorerías en una hora	Con un crecimiento promedio de ocho locales por año en México, tiene el respaldo de poco más de 40 años de historia y alrededor de 1,700 sucursales en el mundo.
Beleki Donitas	Donas	Emergió en el Tec de Monterrey como parte del proyecto programa emprendedor. Fue premiada por la AMF. Maneja esquemas desde kioskos hasta locales.
Benedetti's Pizza	Pizzas	Cadena de pizzería mexicana, creada en Colima. Llega a las 141 unidades en operación.
Berlitz	Escuela de idiomas	128 años de experiencia, presencia en 60 países con 600 centros. Tiene alianzas para el desarrollo de materiales con Harvard, Sesame Street y Time/Life.
Chem-Dry	Limpieza de alfombras y muebles	Una de las franquicias de limpieza más grandes del mundo, llegó a México en 1992 y ya está presente en 24 estados. Su método casi en seco revolucionó la industria.
El Fogoncito	Restaurante taquería	Uno de los íconos de las franquicias en México, fue la pionera en llegar a China. La AMF la reconoció como la 'Firma Más Destacada en el Extranjero'.
Electrónica Steren	Artículos electrónicos	De origen mexicano, tiene presencia en

		toda la República y 227 unidades en el país. Ha sido reconocida como la 'Mejor Marca del año PYME 2008'.
Farmacias GI	Farmacias y consultorio	En sólo 10 años logró expandir su presencia a nivel nacional con 886 franquicias y 232 unidades propias, dando empleo a 3,354 personas en el país.
Häagen-Dazs	Helados	Historia de éxito. En 1921 su fundador empezó con un carrito. Ahora la marca es conocida internacionalmente y repite su éxito en México.
Interlingua	Idiomas	Franquicia joven, apoyada con un negocio de 39 años de experiencia. Su metodología y su posicionamiento publicitario impresionan.
Laboratorio Médico Polanco	Análisis clínicos y de gabinete	Atiende a un promedio de 3,000 pacientes diariamente, la franquicia se ha preocupado de la constante innovación tecnológica y amplió su red de convenios
Los Bisquets, Bisquets Obregón	Cafetería y restaurante	La marca se beneficia de más de 60 años de tradición, busca inversionistas con compromiso a largo plazo. Su éxito incluso se estudia en escuelas de negocios.
Mail Boxes Etc.	Mensajería y paquetería	Cuenta con alianzas internacionales que le permiten ofrecer servicios innovadores. Sus franquiciatarios la califican casi con nota excelente.
María Ferré	Ropa de maternidad y tallas grandes	Franquicia de nicho y con perspectiva de género (solicita mujeres como franquiciatarios) presente mayoritariamente en estados del noroeste del país.
Nutrisa	Alimentos naturales y helados de yogur	Marca líder con 30 años de experiencia en el mercado de alimentos naturales y helados de yogur. Ofrece asesoría constante a sus franquiciatarios.
Pak Mail	Mensajería y paquetería	Franquicia estadounidense que ya cubre toda la zona del TLCAN. Su modelo multiservicios ha demostrado ser muy exitoso.
Pica Limón El Sano Antojo	Frutas aderezadas	La sana inversión. Franquicia multipremiada, miembro de la AMF, certificada por la SE y su inversión promedio es de 70,000 pesos.
Prendalana	Casa de empeño	ISO 9001:2000 y la Calmecac certifican sus procesos y su modelo de negocio, fue desarrollada por profesionales con 20 años en el sector prendario.
Prendamex	Casa de empeño	Pionera en el ramo. Con 12 años en el negocio, Prendamex es catalogada como

		la más grande del sector. Incluso prepara su presencia en el mercado de valores.
Press a Print	Artículos de impresión	Es posible operar la franquicia en medio tiempo, brinda soporte técnico y asesorías continuas vía números 800, además de un coach personal de negocios.
SpeeDee	Servicio automotriz	La AMF la ha reconocido como la mejor franquicia de servicios. La clave: valores éticos y tecnología de punta. Sus franquiciatarios tienen más de una unidad.
Subway	Sándwiches tipo sub	Saludable pronóstico. Una de las franquicias mejor evaluadas en EU, busca cerrar 2010 con 5,000 unidades a nivel mundial. Crece en México a un ritmo de 16%.
Super City	Tiendas de conveniencia	Un crecimiento exponencial. En 2008 abrió 85 locales, 62 en 2007 y 50 en 2006. Este nuevo formato de Soriana ya podría llamarse 'el minisuper mexicano'.
Sushi Itto	Restaurante japonés informal	Diseño y algo más. No sólo se preocupa del diseño de su comida y presentación. Sus locales recibieron en Madrid el premio LAUS 2008 a la mejor imagen.
Tintorerías Max	Tintorerías en una hora	Franquicia con responsabilidad social, recicla la totalidad del solvente utilizado para la limpieza. Seis veces elegida como la de mayor crecimiento en su ramo.

36

Para que una franquicia sea exitosa, es necesario el empeño, y responsabilidad de los inversionistas, ya que las franquicias mencionadas han adquirido un prestigio y nombre, hecho por el cual son consideradas como las mejores franquicias debido a su rápida expansión y desarrollo, así como la gran rentabilidad con que estas cuentan.

Otro aspecto a destacar siguiendo la misma línea de las mejores franquicias de México, es aquella en donde anualmente la Asociación Mexicana de Franquicias reconoce las franquicias más destacadas del país tomando en cuenta distintos puntos entre los cuales podemos destacar el crecimiento, expansión, puntos de venta, margen de rentabilidad, etc. Este reconocimiento se hace mediante el Premio Nacional de Franquicias, el cual reconoce principalmente a aquellas las cuales han tenido un mayor crecimiento a nivel nacional.

³⁶ Revista CNN Expansión, marzo 2009

Evidentemente existen franquicias las cuales requieren una mayor inversión y por tal motivo se destacan las mejores franquicias de cada monto de inversión, con el fin de promover la equidad en ese aspecto y hacer diferencia e hincapié en aquellas las cuales son consideradas como las mejores franquicias del país.

A continuación se presentan las franquicias mas destacadas de acuerdo a la Asociación Mexicana de Franquicias:

1.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

Menos de \$250 mil pesos es para:

- **Press a Print (tintorerias)**

2.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

De \$500 mil a \$1 Millón de pesos:

- **Super City**

3.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

De \$1 millón a \$1.5 Millones de pesos:

- **Engine Power Shop (servicio automotriz)**

4.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

De \$1.5 Millones a \$2 Millones de pesos:

- **Max (tintorerias)**

5.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

De \$3 millones a \$5 Millones de pesos:

- **Prenda Mex (Casa de empeño)**

6.- Premio a la Franquicia de Mayor Crecimiento Nacional, en la modalidad:

Más de 10 Millones de pesos:

- **Holiday Inn Express (hotelería)**

7.- Premio Nacional de la Franquicia con la participación más destacada, a la Franquicia de Alimentos y Bebidas, es para:

- **Spoletto**

8.- Premio Nacional de la Franquicia con la participación más destacada, a la Franquicia de Servicios, es para:

- **Max (tintorerías)**

9.- Premio Nacional de la Franquicia con la participación más destacada, a la Franquicia de Innovaciones Tecnológicas, es para:

- **Kidzania (la ciudad de los niños)**

10.- Premio Nacional de la Franquicia con la participación, a la Franquicia Nacional destacada en el Extranjero, es para:

- **Kidzania (la ciudad de los niños)**³⁷

Dentro de este capítulo fue posible ver las distintas modalidades que existen de franquicias en México y distintos puntos que se deben tomar en cuenta para poder lograr el crecimiento en una franquicia. De igual forma se presentaron las franquicias más destacadas de México, las cuales tienen un prestigio ganado en base a trabajo, esfuerzo y planeación. Sin embargo hay que recalcar que una franquicia no es exitosa únicamente por contar con el respaldo de un nombre o marca, sino que el empresario mexicano debe tomar en cuenta que eso no es sinónimo de éxito, por tal motivo es importante que exista un plan de trabajo establecido, así como metas y una visión a futuro de los objetivos que se desean alcanzar.

³⁷ Asociación Mexicana de Franquicias, Año 2009

3.3 Las Franquicias como generadoras de empleos

Como se ha podido observar a lo largo del desarrollo del presente trabajo, el sistema de franquicias en México ha tenido un desarrollo exitoso ya que cada vez se ven una mayor cantidad de este tipo de negocios en nuestro país. Dejando un poco de lado el desarrollo del cual se ha hablado, es necesario hablar acerca de los efectos positivos que se han dado desde la instauración del modelo de franquicias en nuestro país, y en este capítulo se hablara de uno en específico que es la creación de empleos (punto medular de este trabajo), ya que hay q observar no solo los beneficios que esto ha traído al sistema como tal, sino los beneficios que se han generado en la economía mexicana con la llegada de las franquicias a México

Para este análisis, es indispensable crear un entorno histórico del empleo en México, para una vez visto esto, observar los beneficios que la economía mexicana ha obtenido mediante la inserción de las franquicias.

Dentro de este contexto es evidente mencionar que el desempleo ha sido un problema constante en la historia de nuestro país, y el cual se acentuado aun mas por la actual crisis económica que se vive a nivel mundial, ya que la economía mundial vive la mayor contracción de la actividad económica (producción, empleo, consumo y comercio) en siete u ocho décadas. El bienestar de las familias esta pasando por un proceso sumamente difícil y con expectativas poco alentadoras en cuanto a los diversos indicadores macroeconómicos, incluyendo la creación de empleos.³⁸

Actualmente nuestro país vive tiempos vitales en cuanto a la transición demográfica, ya que cuenta con una oferta de trabajo abundante. El 68% de la población se encuentra entre los 14 y 64 años de edad. Por lo tanto es en este tiempo, cuando nuestro país tiene ante si lo que se ha dado en llamar el “bono demográfico”.

Es en estas primeras dos décadas del siglo XXI que México debe saber aprovechar la oportunidad que tiene la composición demográfica del país, y por ende es necesario que obtenga el mayor provecho de la composición de su pirámide poblacional.

³⁸ Rolando Cordera Campos, Carlos Heredia Zubieta, Jorge Eduardo Navarrete López, “México y la crisis economía internacional: un diagnóstico síntesis”, Página 3

Uno de los elementos que se deberían priorizar sería el generar mayores empleos, esto con el fin que la población activa, la cual sin duda es un número a considerar, pueda aportar riqueza al país, ya que de lo contrario el bono demográfico con el que cuenta el país será desaprovechado y pasará a ser un pasivo demográfico

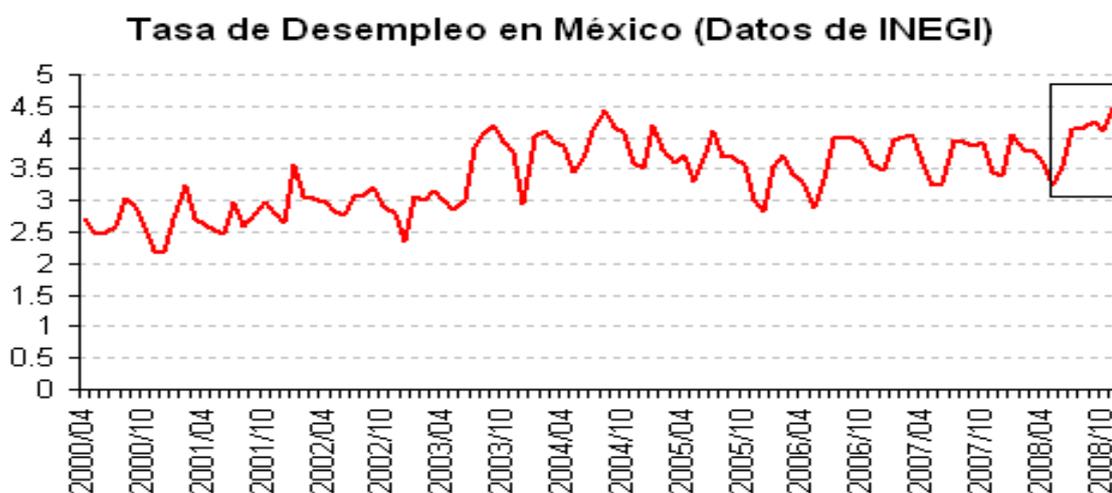
La población activa suele dividirse en cuatro grandes grupos que son los siguientes:

- Actividad agropecuaria
- Empleo formal
- Ocupación informal
- Desempleada

Al inicio de la década de los noventa el grueso de la población ocupada era formal, sin embargo esta situación cambió y se revirtió, y la informalidad pasó a ser casi el doble en nuestros días. Además un hecho del cual se debería tomar consciencia es aquel en donde el desempleo se ha triplicado en términos absolutos, al pasar de 0.7 millones en 1991 a 2.3 en el 2009. En consecuencia, las últimas dos décadas se han caracterizado por una fuerte incapacidad por parte del gobierno para generar empleos (ocupación formal), esto por el auge cada más mayor de actividad informal que impera en México y, recientemente por la aceleración del desempleo.

A continuación se presenta una gráfica de la evolución del desempleo en nuestro país.

Grafico 8



FUENTE: Con base en <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>, año 2008

En esta gráfica se hacen más evidentes los argumentos mencionados anteriormente, y es posible observar como el desempleo ha tenido un crecimiento sostenido desde el año 2000, pasando de un 2.8 a un casi 4.5 en octubre de 2008, aunque esta cifra lamentablemente se ha incrementado para el año 2009, y las expectativas de este indicador macroeconómico para el año 2010 no son del todo alentadoras. Es por ello que el desempleo debe priorizarse en los problemas que el país enfrenta.

México muestra así, como pocos países, un desequilibrio estructural en el mercado de trabajo que hace que el bono demográfico que se encuentra en nuestro país se desperdicie, por la incapacidad de crear ocupaciones formales.

La incapacidad estructural para generar empleos la cual afecta a México, desde hace años se ha visto agravada como se menciona, por la crisis económica mundial, hecho aunado a que el país no cuenta con sistemas públicos de protección al desempleo que pueda servir como estabilizadores automáticos en momentos de recesión, como actualmente se viven.

La crisis en México está siendo, de forma muy preocupante, una crisis la cual esta afectando en mayor medida al empleo, traduciéndose esto en un deterioro mayor al bienestar de las familias.

La pérdida de más de 600 mil empleos formales en lo que va del año 2009 evidencia que en nuestro país existe una gran falta de flexibilidad laboral en cuanto a despidos o conclusión de las relaciones de trabajo.

El empleo formal en México se ha visto agravado por una serie de factores como lo son la alta dependencia de nuestro país con respecto a Estados Unidos.³⁹

No hay elementos que puedan ser favorables en cuanto a la creación de empleos sin embargo existen algunos sistemas de negocios los cuales son una excelente opción para autoemplearse como lo son las franquicias, ya que se ha comprobado que en nuestro país existe un gran número de personas desempleadas las cuales podrían costear la adquisición de una franquicia.

³⁹ Rolando Cordera Campos, Carlos Heredia Zubieta, Jorge Eduardo Navarrete López, “México y la crisis económica internacional: un diagnóstico síntesis”, Páginas 11 y 12

Tan solo hay que tomar como ejemplo la extinción de la Compañía Luz y Fuerza del Centro, en donde personas las cuales tuvieron en infortunio de perder el empleo, están optando por adquirir este tipo de negocios, teniendo resultados en corto plazo según palabras de los involucrados.

La franquicia por este motivo se ha convertido en una excelente forma para autoemplearse, ya que este modelo ofrece grandes oportunidades de crecimiento y ofrece la flexibilidad de manejar y operar un negocio propio, y esto ha tomado mayor auge frente al desalentador panorama que se vive en cuanto al entorno económico actual.

“Las franquicias se han convertido en una opción real y sólida para generar empleos en México, tanto que en el año 2008 el sector creció en un 14% y a la fecha existen en el país 500 marcas de franquicias, las cuales generan 600 mil empleos con un capital de 95000 millones de pesos, lo que supone a la franquicia como una opción paulatinamente mayor acogida y aceptada en cuanto a los gustos, preferencias de las personas que optan por emprender un negocio independiente, sin embargo estas sobreviven en condiciones difíciles, principalmente por la falta de capital para inyectarle a estos negocios, o simplemente porque no se tiene la liquidez suficiente para hacer frente a obligaciones futuras”.⁴⁰

El entorno actual ha llevado a que se tengan y buscan nuevas formas de obtener ingresos y las micro pequeñas y medianas empresas se han convertido en una opción viable y sólida para obtener estos ingresos.

Como se mencionó anteriormente, el fondo PYME de la Secretaría de Economía apoya este tipo de negocios ya que representan al mayor número de empresas en el país y dan empleo a una gran cantidad de personas

⁴⁰ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Página 20

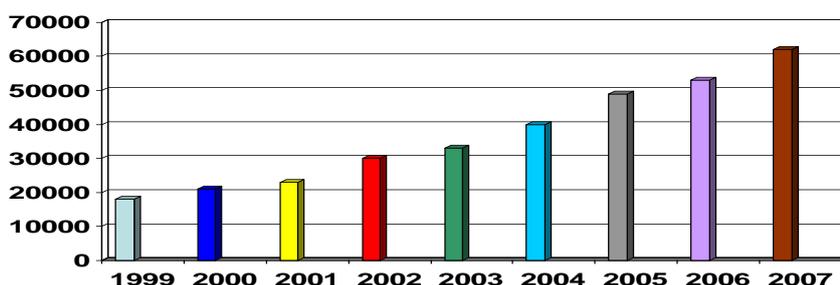
“En base a esta importancia y al poder multiplicador y generador de empleos que tienen, se han diseñado múltiples programas para apoyar a los emprendedores que desean iniciar su empresa, muchos de ellos con mucho éxito.”⁴¹

Un vehículo por medio del cual los emprendedores mexicanos pudieran tener una mayor probabilidad de éxito fue la franquicia. Por este motivo se crea en noviembre del 2007 El Programa Nacional de Franquicias.

La creación del Programa Nacional de Franquicias ha convertido a este tipo de negocios como una de las principales formas para el autoempleo, que genera cada vez más, un mayor número de empleos a pesar de la crisis.

Grafica 7

Empleos totales generados



*FUENTE: Con base en el sitio web <http://www.franquiciasdemexico.org/> año 2008

Se consideró pertinente el retomar la grafica 7 para de esa forma ilustrar de mejor forma los argumentos acerca de como se han incrementado la creación de empleos año con año vía franquicias, hecho que se ha visto beneficiado con el Programa Nacional de Franquicias instaurado en el año 2007, ya que este año es el que contempla una mayor creación de empleos, y en este año esperan se tenga una mayor creación de empleos

⁴¹ Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

Dicho Programa ha sido un detonante en el apoyo a las franquicias, el cual ha permitido rebasar las expectativas iniciales en cuanto a la creación de empleos, dato que será proporcionado en el desarrollo del trabajo.

Dicho Programa Nacional de Franquicias como tal, es un programa que pone al alcance de más mexicanos la posibilidad de emprender un nuevo negocio con el apoyo y experiencia de una empresa franquiciante, aumentando sus probabilidades de éxito y apoyando la creación permanente de nuevos puestos de trabajo.

Asimismo, apoya la evolución de negocios exitosos independientes a ser empresas franquiciantes.

“Este programa tiene como objetivos primordiales multiplicar los puntos de venta de franquicias ya existentes e impulsar la creación de 1, 000,000 de empleos en el período 2006-2012”.⁴²

Por medio de este programa, se han destinado alrededor de \$135 millones de pesos para financiar hasta el 50% de la cuota inicial de las franquicias, en el cual tenido participación de bancos como HSBC y BBVA Bancomer. Para el recién culminado año 2009 se incorporan Banamex y Banorte, y esto por consiguiente tuvo resultados favorables, ya que se comenzó en mayor medida la expansión, dado que la gran parte de las marcas se ubican en e sector servicios, ya que este sector esta resintiendo en menor medida el efecto de la contracción económica que actualmente se vive, a comparación del sector manufacturero.

Un punto más a destacar en cuanto al acelerada expansión de apertura de franquicias, es el incremento de la demanda de las personas las cuales por diversos motivos perdieron el empleo, y están apostando por este tipo de negocios, lo cual había sido mencionado anteriormente, ya que estos utilizan el pago de la liquidación para inmiscuirse e invertir en un esquema de negocios seguro.

Así el PNF se ha puesto como metas primordiales, que para el 2012 se tengan 2000 marcas, con 150 mil puntos de venta en operación, e incluso se han rebasado las expectativas que se tenían acerca de la creación de empleos, ya que para el termino del

⁴² Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

2012 se espera puedan crearse 1, 500,000 empleos a diferencia del millones de empleos que se tenia contemplado al momento de la creación del programa, lo cual hace evidente los excelentes resultados que el programa esta dando. Por este motivo el presupuesto con el que cuenta el fondo de garantía del PNF es de 1,700 millones de pesos para los próximos 3 años, de los cuales se espera que entre 300 y 350 millones puedan ser utilizados este año.⁴³

Sin embargo hay que mencionar que la apertura de un negocio nuevo no se torna del todo sencillo, y mas aun cuando el crecimiento de la economía es muy bajo o prácticamente nulo. No obstante, existen giros dentro de las franquicias los cuales tienen un excelente porvenir, a pesar del panorama económico, ya que las franquicias son negocios flexibles e innovadores, y además tienen la capacidad de adaptarse a las condiciones del mercado.

En contraparte existen giros de franquicias los cuales en un periodo no mayor a 18 meses sufrirán los efectos de la recesión, pero esto no implica que dejen de ser excelentes nichos de negocio, una vez que puedan superar los efectos de la crisis.⁴⁴

Dada la importancia de las franquicias en la economía mexicana con respecto al sector generador de empleos, el PNF da respaldo y apoyo para el financiamiento, crecimiento, expansión y modernización de este tipo de negocios.

El Programa esta enfocado en cumplir lo siguiente:

1.-“Desarrollo de nuevas franquicias: Pretende que negocios exitosos se conviertan en franquicias, ha apoyado a 303 empresas por un total de 56.9 millones de pesos. En esta vertiente de programa apoya con recursos a las firmas para que a través de despachos especializados que los asesore, desarrollen nuevas franquicias.”⁴⁵Tiene las siguientes características:

- Monto de apoyo: hasta \$250,000.00 sin rebasar el 50% del costo total del desarrollo del nuevo modelo.

⁴³ Revista Inversionista , articulo “Negocios a prueba de crisis”, Pág. 63 , febrero 2009

⁴⁴Ibid, Pág. 64 , febrero 2009

⁴⁵ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Página 21

- Plazo: a 36 meses.
- Las primeras 18 mensualidades el beneficiario pagará al Consultor el 50% del costo total del Desarrollo. Asimismo, el beneficiario devolverá a FUNDES el apoyo otorgado a partir de la mensualidad 19 a la 36.
- Tasa de interés: tasa cero.
- Garantía: sin garantía.
- Pagos anticipados: se podrán realizar pagos anticipados sin cargo alguno, siempre y cuando sean equivalentes al menos a una mensualidad completa.

De igual forma la creación de nuevas franquicias se da mediante negocios independientes que sean exitosos, y para ser objeto de ayuda se deben cumplir las siguientes características:

- “Tener 2 años de experiencia y al menos una sucursal adicional a la matriz.
- Reporte de Buró de Crédito
- Entregar su propuesta por un consultor autorizado en los términos de las reglas de operación del programa.
- Ficha de descripción del negocio a evaluar y para ser franquicia.
- La documentación soporte como persona física o persona moral (RFC, acta constitutiva, poderes, comprobante de domicilio, etc.)⁴⁶

En cuanto a los despachos y consultores especializados en franquicias para el desarrollo de las mismas, las características son las siguientes:

⁴⁶ Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

- “Ficha técnica.
- Presentación del despacho (antecedentes, antigüedad, currículum de director general, domicilio, infraestructura, red de sucursales, servicios que presta y alcances, metodología, descripción de entregables y número de desarrollos realizados).
- Demostrar experiencia de al menos 3 años en el desarrollo de nuevas franquicias
- Diez desarrollos realizados con al menos 3 puntos de venta.
- Cotización tipo.
- Cédula Profesional del Director General.
- Cartera de clientes y prospectos.
- Cartas de recomendación de los de 10 desarrollos realizados.
- La documentación soporte como persona física o persona moral (RFC, acta constitutiva, poderes, comprobante de domicilio, etc.).”⁴⁷

2.- Transferencia de modelo: Es la segunda vertiente que el Programa, y comprende los recursos destinados a la inversión inicial que realiza el emprendedor al adquirir un modelo de franquicia, esto también es conocido en el medio como el canon de la franquicia. Tiene las siguientes características:

- Monto de apoyo: hasta \$250,000.00 sin rebasar el 50% del valor costo total del canon de la franquicia.
- Plazo: a 36 meses
- El beneficiario devolverá a FUNDES el primer año el 20% del apoyo, 40% el segundo año y el restante 40% el tercer año.
- Tasa de interés: tasa cero.
- Garantía: sin garantía.

⁴⁷ Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

- Pagos anticipados: se podrán realizar pagos anticipados sin cargo alguno, siempre y cuando sean equivalentes al menos a una mensualidad completa.

La transferencia de modelo tiene diversas características tanto para franquiciantes como para franquiciatarios. A continuación se presentan en primera instancia las características con las que deben contar los franquiciantes:

- Tener 3 años de experiencia y 2 establecimientos franquiciados o tener 2 años de experiencia y 3 establecimientos franquiciados.
- Entregar su Circular de Oferta de Franquicia (COF).
- Detalle de aperturas, cierres y reubicaciones (fechas y razones).
- Carta recomendación del despacho que desarrollo su negocio en franquicia.
- Plan de expansión de su red de franquicias.
- La documentación soporte como persona física o persona moral (RFC, acta constitutiva, poderes, comprobante de domicilio, etc.).
- Entrega del flujo de caja de la franquicia tipo

En el caso de los franquiciatarios las características con las que deben contar son las siguientes:

- “Carta de Aceptación del franquiciante.
- Reporte de Buró de Crédito
- Comprobante de Domicilio (teléfono, luz, predial no mayor a 3 meses).
- RFC y/o CURP
- Alta SHC
- Acta constitutiva en caso de ser Persona Moral.

- Poderes del representante legal”⁴⁸.

3.- Actualización de Modelo: Con esto se pretende apoyar el pago de consultaría para la actualización de modelos que necesiten mejorar la comunicación, soporte, capacitación y asistencia a su red de franquiciatarios, así como adecuar un sistema de comercialización y marco legal.⁴⁹ Tiene las siguientes características:

- Monto de apoyo por hasta 50% del costo total de la actualización del modelo, sin rebasar 125,000 pesos
- A plazo de 36 meses
- Tasa de interés: tasa cero

4.-Financiamiento para equipo e infraestructura: La cuarta y última vertiente que comprende el PNF tiene como objeto recursos destinados para la adquisición de equipamiento, remodelación o adaptación de instalaciones para franquiciatarios de empresas franquiciantes acreditadas. Tiene las siguientes características:

- “Monto del apoyo: Hasta el 50% del costo total de la inversión en equipamiento o remodelación, sin rebasar \$ 1, 000,000.
- Plazo: En función del retorno de inversión de cada empresa franquiciante.
- Tasa de Interés: En función del historial operativo del franquiciante, sin rebasar el 18% anual”⁵⁰.

⁴⁸ Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

⁴⁹ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Página 21

⁵⁰ Programa Nacional de Franquicias, Secretaría de Economía, año 2009

A continuación se presentan cuadros en donde se puede observar la participación que el PNF ha tenido a lo largo del territorio nacional:

Cuadro 3.7

Empresas, por Estado apoyados

ESTADO	EMPRESAS FRANQUICIANTES	PORCENTAJE
D.F.	57	44%
Jalisco	13	10%
Edo. Mex.	10	8%
Nuevo León	10	8%
Guanajuato	5	4%
Sinaloa	5	4%
Coahuila	4	3%
Durango	4	3%
Sonora	4	3%
Aguascalientes	3	2%

*FUENTE: Con datos del sitio web: http://www.fondopyme.gob.mx/2010/index_b.asp, año 2008

Son cada vez un mayor número de estados lo que tienen participación activa en el sistema de franquicias, y con este cuadro puede observarse tal hecho. Es interesante observar como el 44% de las empresas franquiciates se encuentran en el Distrito Federal, sin embargo es necesario un mayor trabajo en este aspecto, para que en un futuro a mediano y largo plazo las empresas franquiciantes no estén concentradas solo en el D.F. sino que estado que incluso no figuran dentro de este rubro, sean considerados y las franquicias sean algo general y no tan particular.

Cuadro 3.8

Beneficiados a través del programa, por estado de la República

ESTADO	PUNTOS DE VENTA	EMPLEOS	APOYO SE	%
Distrito Federal	157	706	27.513.962	26.7
Estado de México	79	528	12.459.153	12.1
Jalisco	35	171	6.163.114	6
Coahuila	25	156	5.129.950	5
Chihuahua	25	845	4.967.489	4.8
Sinaloa	22	250	4.323.325	4.2
Veracruz	24	96	4.226.013	4.1
Nuevo León	23	103	4.093.459	4
Guanajuato	19	135	2.959.050	2.9
Puebla	22	89	2,727.435	2.7

***FUENTE:** Con datos del sitio web: http://www.fondopyme.gob.mx/2010/index_b.asp, año 2008

Es así como el Programa Nacional de franquicias apoya emprendedores con nula experiencia en el ramo empresaria, pero que sin embargo cuentan con el capital para poder emprender uno de estos negocios. Así mismo se apoya a personas las cuales operan establecimientos exitosos los cuales tengan un par de años , y que estén dispuestos a que su negocio pueda ser conocido en distintos lares de la Republica Mexicana, para de esta forma buscar el hacer mas exitoso aun mediante las franquicias.

“Adicionalmente al Programa existen distintos bancos los cuales están ofreciendo ayuda, como es el caso de BBVA Bancomer, el cual esta financiando hasta el 50% de la inversión inicial para este tipo de negocios, adicionalmente ofrecerá cuentas de

cheques, servicios de banca en línea, punto de venta etc. (todos, servicios enfocados a facilitar el manejo y control de las franquicias)”⁵¹

De acuerdo a los datos de apoyo a empresas mediante el PNF, se debe destacar la imperiosa necesidad de ayudar a las PYMES y en nuestro caso a las franquicias ya que se considera que son estas las que generan una mayor cantidad de empleos en México. De acuerdo a la grafica de empleos generados anualmente y a los cuadros presentados es evidente que el sistema de franquicias ha generado empleos que benefician a la gente y en consecuencia a la economía mexicana, y es por este motivo que la franquicias (que están constituidas dentro de las PYMES) deben ser consideradas como empresas que benefician la creación de empleos y generan riqueza a México, esto por el hecho de ser negocios probados, que cuentan con el respaldo de un nombre y una marca lo que los hace menos vulnerables a la quiebra, y por si estos fuera poco, han sido capaces de soportar crisis económicas. Sin embargo aun falta mayor apoyo para que las franquicias se expandan a toda la Republica, lo cual evidentemente traerá consigo una mayor creación de empleos, problemática que ha sido constante en la historia de México desafortunadamente.

⁵¹ Revista Inversionista , articulo “Negocios a prueba de crisis”, Pág. 64 , febrero 2009

3.4 Crecimiento Económico

El crecimiento económico es un tema que siempre ha dado de que hablar, debido a la incapacidad del país para lograr que este pueda ser sostenido y en buenas proporciones. En otras palabras, México ha adolecido de un crecimiento económico sostenible y fuerte, esto debido a políticas las cuales no han tratado de favorecer o mitigar los problemas sociales como desempleo y pobreza.

Por este motivo es necesario el hacer una reflexión acerca de la falta de crecimiento económico en nuestro país, y las implicaciones que esto ha tenido en distintos ámbitos económicos.

La economía mexicana no ha tenido el crecimiento de manera sostenida debido a que como se menciona con anterioridad, los modelos económicos que se han instrumentado a lo largo de su historia no fomentan el desarrollo continuo de las verdaderas fuentes del crecimiento económico: acumulación de capital, innovación y competitividad sistemática, creación de empleos y la falta de apoyo al sector de la industria.

El crecimiento sostenido y sustentable no puede darse sin la apertura comercial, y con monopolios coludidos los cuales imposibilitan el desarrollo del mercado interno mediante la creación de nuevas empresas, las cuales generen mayores empleos. Por otro lado este tipo de problemática impedirá el incrementar la inversión, el ahorro y la actividad económica en general.

Por este motivo a continuación se presentan algunos argumentos por los cuales México no puede tener un crecimiento óptimo para nuestro país:

- **Baja acumulación de capital.** La inversión interna de México se ha estancado desde principios de la década de los años noventa y ha perdido progresivamente participación dentro del Producto Interno Bruto del país.
- **Baja capacidad de innovación:** El crecimiento de las economías depende en mayor medida del desarrollo de nuevas tecnologías, las cuales auxiliarían en gran medida a la creación de productos con mayor valor agregado, y a reforzar y facilitar los

procesos de producción, esto ya que cada vez más de la capacidad científica y tecnológica se emplea en distintas partes del mundo

- **“Baja competitividad sistemática.** La competitividad sistemática se define como la formación y el desarrollo de los capitales de la competitividad que hacen posible un crecimiento sostenido a mediano y largo plazo del PIB per cápita; depende del grado de desarrollo alcanzado en seis subsistemas:”⁵²
 - el internacional,
 - el macroeconómico
 - el mesoeconómico (Se refiere al nivel intermedio entre macroeconomía y microeconomía, donde las personas e instituciones interactúan con el fin de fomentar el desarrollo, desde la región, teniendo en cuenta que dentro de un país existen diversas regiones con diferentes necesidades y grados de desarrollo, por tanto es muy importante la interacción y articulación entre todos los actores sociales, con el fin de lograr que el país sea competitivo a nivel internacional)
 - el institucional-gubernamental
 - el político social
 - el micro-empresarial (En el cual se hará más énfasis debido a que el tema del presente trabajo está relacionado con las PYMES, y en donde evidentemente tienen lugar las franquicias)

Por los motivos que se han planteado, es necesario el lograr un crecimiento sostenido que sea a largo plazo, basado en el apoyo a sectores fundamentales de la economía, los cuales

⁵²Rene Villareal , “Industrialización, Competitividad y Desequilibrio Externo en México: Un enfoque Macroindustrial y Financiero (1929-2010)”, FCE, Octubre 2005

tendrán beneficios mayúsculos en todos los aspectos de este país, y tendrán de igual forma cambios benéficos tanto en el aspecto micro como macroeconómico.

Para lograr este crecimiento sostenible, se requiere sustituir el actual modelo macro estabilizador anticompetitivo por otro que establezca como objetivo central el crecimiento sostenido con generación de empleo productivos y bien remunerados, cuyo sustento principal sea el fortalecimiento de las fuentes del crecimiento y la instrumentación de una estrategia de competitividad sistémica, para lo cual se requiere de lo siguiente:

- 1. Crecimiento a capacidad plena con equilibrio interno y externo:** El gran reto consiste en mantener un tipo de cambio real competitivo, el fortalecimiento de las cadenas productivas internas y su correcta vinculación con el sector exportador. En cuanto al crecimiento de las exportaciones, se requiere de la maduración de los lazos comerciales.
- 2. Fomento de las fuentes del crecimiento:** Dentro de este punto, es necesario el incrementar la eficiencia en la producción, a través de la realización de proyectos rentables, realizados en un marco institucional sólido. Será también necesario fomentar la integración de las cadenas productivas internas y el capital intelectual se tendrá que convertir en el eje promotor del desarrollo y del aumento de la productividad, con lo que buscare la incursión de inversionistas en actividades productivas de mayor valor agregado.
- 3. La estrategia de competitividad sistemática:** El crecimiento de los coeficientes de ahorro, inversión y tributario es indispensable para el crecimiento sostenido que México requiere para salir del estancamiento económico y del elevado desempleo; sin embargo, dada la apertura de nuestra economía a la globalización, el crecimiento sostenido y sustentable establece un nuevo requisito: que una economía abierta a la globalización no se puede incrementar la inversión, el ahorro y la actividad económica en general, si la economía no es competitiva, es decir, en la actualidad no existe un crecimiento

económico que se pueda sostener a lo largo del tiempo si la economía no es competitiva.⁵³

De igual forma es necesario el crear una estrategia de apoyo a la industria en México que pueda fomentar la exportación de las mismas y que proteja a la industria nacional y que esta tome el papel de motor del crecimiento a través de fortalecer el aparato interno de las mismas, esto debido a que existen un gran número de empresas extranjeras dentro del territorio nacional lo cual. En este punto se resaltan argumentos comentados acerca del apoyo específico de las franquicias de origen nacional, ya que estas forman parte del sistema de industrialización de nuestro país.

Es por este motivo que la creación de una política empresarial competitiva que beneficie a las empresas mexicanas y que tenga como base de crecimiento a las PYMES en donde se encuentran ubicadas las franquicias, debe estar sujeta a los siguientes puntos:

- **El desarrollo de la competitividad empresarial:** Es necesario el reconocer que para que existan empresas competitivas en nuestro país, no depende exclusivamente de las empresas como tal, sino del entorno, ya que esto influirá de manera positiva o negativa dentro de estas , y es por ello que debe existir un trabajo conjuntos de áreas como micro, macro, internacional, y evidentemente gubernamentales
- **La articulación productiva entre la gran empresa y las PYMES:** Debe existir una unión entre industrias para la formación de conglomerados o clusters los cuales aprovechen las ventajas de aglomeración sobre las que desarrollen verdaderos polos de economías regionales de innovación y crecimiento.
- **El empleo productivo, permanente y bien remunerado:** Este hecho implica contar con un sistema nacional de educación y capacitación que promueva la mano de obra calificada y la formación de capital intelectual al interior de la empresa.

⁵³ VIDE

La competitividad empresarial será pilar para sustentar el crecimiento pleno de PIB y del PIB per cápita.

Es importante cambiar el enfoque del papel del Estado en cuanto a protección y subsidios y ahora incentivar a los empresarios para mejorar sus niveles de productividad. Los frentes de la política de competitividad industrial deben de ser por un lado los empresarios y por el otro el Estado.⁵⁴

Las PYMES son en mayor número de industria en nuestro país, hecho el cual justifica que el apoyo a las mismas sea un pilar para el crecimiento económico, debido a que son una gran fuente de empleos.

La PYME deberá tener un carácter regional y deberá velar por la conservación de los recursos naturales.

La articulación productiva se da a nivel sectorial e implica esfuerzos específicos de organización empresarial y de promoción gubernamental:

- a) las cadenas empresariales se generan vía articulación productiva entre las empresas
- b) los conglomerados productivos (clusters) se generan vía articulación productiva entre los sectores
- c) los polos regionales se generan vía articulación productiva entre comunidades, ciudades, estados y países.

Como fue mencionado, el crecimiento económico de un país depende de la conjunción en el trabajo en distintos ámbitos, entre los cuales están el apoyo a las PYMES y empresas en general, y la creación de empleos entre otros. Evidentemente el apoyo a las PYMES (las cuales desde una perspectiva personal y de acuerdo al capítulo anterior, son el motor económico de nuestro país por el hecho de que constituye el grueso del sector industrial) tiene como consecuencia la creación de empleos. Es por ello que las franquicias contribuyen al crecimiento económico del país, por el hecho de ser empresas las cuales generan empleos, y de esta forma y mediante la reestructuración del sector industrial que fue mencionado antes, es posible lograr un mayor crecimiento económico.

⁵⁴VIDE

El empleo es un punto clave para el crecimiento económico, el cual puede ser apuntalado si se apoya al sector industrial en México, y en específico a las PYMES.

Por tal motivo es posible apreciarse como las franquicias son una opción real que contribuye al crecimiento económico del país por ser una gran fuente de nuevos empleos.

3.5 Futuro y expectativas del modelo de franquicias

Así como en el capítulo pasado se abordó el tema de la reestructuración del sector industrial, en este caso las franquicias deben estar de igual manera en constante cambio y reestructuración continua para de esta forma afrontar los constantes cambios del mercado. Por tal motivo en este capítulo se tocan temas tales como las tendencias, nuevos giros y las demandas del mercado, para que las franquicias puedan seguir siendo consideradas empresas innovadoras. Una vez que fueron mencionados los impactos de las franquicias en la economía mexicana y como último punto del presente trabajo, es importante hacer mención acerca de las expectativas y el futuro de este exitoso sistema de negocios para poder apreciar hacia donde va y los cambios que pueden presentarse en un futuro.

Por si fuera poco, el negocio de las franquicias ha superado un año (2009) el cual fue severamente golpeado por la crisis económica así como por el brote de influenza que aquejó al país, hecho por el cual negocios independientes lamentablemente se vieron forzados a declararse en quiebra, ya que en la mayoría de estos se reportó una baja significativa de las ventas, sin embargo las franquicias se mantienen dentro de su punto de equilibrio por lo que resultan altamente rentables y atractivas.

Es debido a estos argumentos que considero son los negocios del futuro y en algunas ocasiones han sido llamadas como los “Negocios a prueba de crisis”. Esto debido a la rápida adaptación que tienen al mercado, cuentan con el respaldo y el prestigio de una marca, y por último son negocios flexibles que tienden a la innovación tecnológica.

Esto a diferencia de los negocios independientes que operan de forma empírica y es ahí donde radica la principal diferencia entre estos dos tipos de negocios. Las franquicias son negocios con preparación y asesoría para lograr buenos resultados.

Estos argumentos convierten a las franquicias como uno de los sectores más dinámicos hacia el futuro, el cual ha tenido grandes retos a lo largo de su historia, sin olvidar el

mas reciente (la crisis económica) y los ha sabido superar, lo que denota que no es solo una moda, sino que estamos en presencia de un negocio consolidado con un futuro promisorio.

Los negocios deben buscar ser innovadores y diferentes para sus clientes, pero también deben ser rápidos acorde a la realidad actual.

El futuro inmediato de las franquicias en nuestro continente y en específico en el país, debe estar en dos sectores los cuales deben abordarse con mayor agresividad, debido a que es ahí en donde se encuentra concentrado la demanda latente.

El primero de estos de estos son los nuevos giros de negocio que van a ser franquicia dos por primera vez en estas latitudes. La segunda y a la que debe prestarse una atención especial, es la exportación de las franquicias nacionales hacia otros países, ya que existen franquicias mexicanas las cuales traerían excelentes resultados en diversos latitudes del globo.

Tan solo hay que observar la popularidad que tienen algunos restaurantes de comida mexicana de Estados Unidos, y recientemente franquicias de este mismo giro están tendido gran aceptación y éxito en el oriente.

Es por esto que se debe arriesgar y apostar a la franquicia mexicana, puesto que la expansión de esta a nivel mundial traerá consigo grandes beneficios como el reconocimiento a nivel mundial, lo que dará la pauta para la apertura de otras franquicias nacionales en el extranjero.

Es indispensable el comprender que a 17 años de la entrada de este sistema de negocios en la economía de nuestro país, actualmente vivimos en un parte aguas, esto porque el sector “se encuentra en una etapa de franca maduración como resultado del tiempo transcurrido el cual ha dejado un sinfín de experiencias positivas y negativas y que, evidentemente han hecho crecer el sector franquicia. Por este motivo es que en estos momentos, México ha aprendido el negocio y es considerado uno de los países con el mayor número de franquicias, sin embargo el desarrollo de nuevas franquicias es el

aspecto a pulir, ya que debe ser trabajado para que existan una mayor cantidad de negocios mexicanos.”⁵⁵

Actualmente los tiempos por los cuales estamos atravesando son muy distintos, y difieren en gran medida de nuestros orígenes en este tipo de negocios, y esto debido entre otras cosas a factores tales como la expansión interna de algunas marcas; el crecimiento de los mercados urbanos; otra aspecto importante es la importancia y conciencia acerca de lo que esta sucediendo con las franquicias a nivel mundial; la fluidez de la información sobre este tema así como la importancia que este tema esta cobrando en el sistema universitario, lo cual tiene como consecuencia una mayor difusión y conocimiento del mismo; los diversos foros nacionales e internacionales que se llevan a cabo, tan solo recordemos las distintas ferias de franquicias que tienen como sede nuestro país sin dejar d lado aquellas las cuales tienen aforo en distintas partes del planeta, los cuales evidentemente hace a esto un tópico global el cual ha ganado grandes adeptos dentro de los negocios internacionales. Estos son algunos de los hechos más trascendentales, los cuales nos dan un panorama que nos permite entender en mejor medida lo que estos negocios están causando a nivel mundial y en específico en Latinoamérica

Tendencias y nuevos giros

El futuro y las expectativas de las franquicias están relacionadas en gran medida por le hecho que en el mundo de este tipo de negocios es indispensable estar al tanto de lo que sucede en nuestro entorno ya que le éxito de las franquicias depende en gran medida como se menciono anteriormente por le flexibilidad que tienen, y es por este motivo que cuentan con un gran conocimiento sobre el mercado. Por otro lado se caracterizan por estar al tanto de los gustos y preferencias actuales de los consumidores lo que los hacen aun más competitivos. Esto ha llevado a que ahora se este abierto a nuevas ideas y visualizar lo que en el pasado se creía no franquiciable y que en la actualidad es una

⁵⁵ Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 115, año 2007

realidad y es posible debido a la diversidad cultural y al constante cambios de los gustos y preferencias de los consumidores.⁵⁶

Es imprescindible el entender que el cambio que se ha suscitado tanto en el país como en el resto del mundo, es un proceso globalizador del cual es posible estar exentos, ya que es dentro de este donde se encuentran nuestras propias necesidades. “Este cambio de igual forma es la manera en como se conciben los negocios, en la forma tan vertiginosa con que las cosas han cambiado a lo largo del tiempo y se han transformado en distintos aspectos como lo son la creatividad, el cambio cultural, la mentalidad e incluso la creatividad de los empresarios, cambios los cuales han llevado a tener un mundo de negocios con una mayor variedad de productos y servicios así como mayor diversificación de los mismos”.⁵⁷

Es por este motivo que se ha registrado un crecimiento significativo en cuanto a los giros de los negocios de franquicias, lo que confirma este argumento y hace pensar que los aspectos mencionados tendrán como consecuencias futuras un aumento cada vez mayor en este aspecto.

Tomando en cuenta los factores descritos así como la realidad en la que se enfrenta el mercado, el cual exige cambios constantes por el hecho de que existe una gran competencia en el mismo.

Las tendencias y los nuevos giros en este caso, juegan un papel esencial para así adquirir un mayor nicho de mercado, lo que permite ampliarse y desarrollarse. Estas tendencias evidentemente cambian, ya que el demandante de productos actual tiene características distintas a aquel de 10 años atrás, es por ello la importancia de reinventarse y plantearse reingenierías (precepto administrativo el cual tiene como objetivo primordial el cambio constante y el replanteo de los métodos de trabajo, para de esta forma lograr mejores resultados en el futuro) en este aspecto.

A continuación se presentan los giros en los cuales se puede encontrar un mayor crecimiento y mercado para este tipo de negocios, ya que estos son las tendencias en

⁵⁶ Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 116 año 2007

⁵⁷ Ibid. Pág. 117 año 2007

donde las franquicias van a encontrar el futuro, lo cual las posicionara aun más en el mercado mediante el gusto de los demandantes de bienes y servicios:

- **Atención infantil:** El ritmo de vida de la actualidad ha llevado a que las madres de familia se encuentren en la necesidad de laborar y por este motivo los negocios o franquicias las cuales se encuentren destinadas a cumplir las necesidades de dichas personas mediante el cuidado, atención de los niños, o simplemente una mejor educación así los mismos, serán recompensadas en gran medida por este nicho de mercado el cual esta en crecimiento constante. De acuerdo a esto los giros que pueden tener mayor oportunidad en este aspecto son aquellos como: la estimulación temprana, la educación, los deportes, los servicios de niñeras así como las guarderías
- **Negocios veloces:** Los tiempos como se menciono, han cambiado ya que años atrás los requerimientos de las personas implicaban servicios los cuales operaran a una velocidad mediana, sin embargo hoy en día esto ha cambiado radicalmente, volviéndose así en una forma de operar vertiginosa. Este hecho debido a las exigencias de los consumidores y del mercado el cual siempre busca reducir el tiempo, además de mejorar los procesos de trabajo. Por este motivo las franquicias de hoy deben operar a ritmos cada vez mayores para cumplir con esa demanda de la gente, ya que de lo contrario no puede augurarse el éxito.
- **Servicios a domicilio:** Otros negocios los cuales con toda seguridad tendrán un mayor crecimiento son aquellos los cuales sean capaces de cumplir o satisfacer los múltiples requerimientos de personas las cuales por diversos motivos no cuentan con el tiempo necesario para así poder desarrollar ciertas actividades. Es aquí donde los servicios a domicilio aparecen mediante los alimentos o artículos del supermercado, tintorerías, santerías o simplemente una tienda de conveniencia
- **Servicios de belleza:** El cuidado del físico se ha convertido en una tema por demás importante en todo el mundo tanto e personas del sexo femenino como

del masculino, es por esto que las soluciones integrales se han convertido en grandes ofertas del mercad de hoy. Esto debido a que se ha acrecentado el número de personas las cuales tienen por objeto el imitar costumbre o modas impuestos por el supuesto prototipo de belleza de personas anglosajonas. De este tipo de servicios podemos distinguir los siguientes: Los centros de depilación con láser, centros de bronceado, centros en los cuales se ofrecen tratamientos faciales y masajes y gimnasios.⁵⁸

- **Tercera edad:** Anteriormente la pirámide poblacional en México se encontraba constituida principalmente por personas jóvenes, sin embargo esta esto cambiando ya que se pronostica que en un futuro no lejano, las personas adultas y de edad avanzada ocuparan la base de esta pirámide. De acuerdo con este argumento los negocios con características especiales para la atención de este segmento de mercado se vera beneficiado. Estas necesidades van desde el entretenimiento, la alimentación hasta aquellos más complejos como los servicios médicos y cuidados intensivos.
- **Negocios de diversión:** El ocio y entretenimiento es un factor de mucho peso en la sociedad mexicana y es por este motivo que este tipo de negocios se esta consolidando como una opción por demás lucrativa. Para esto tomemos en cuenta algunos datos en donde en el año 2004 las familias mexicanas destinaron 75,166 millones de pesos trimestrales a este tipo de negocios, mediante actividades como el esparcimiento lo que incluye paseos, el consumo en bares o centros nocturnos, así como la compra de artículos para reuniones o fiestas.⁵⁹
- **Ciencias de la salud:** Es evidente el observar como se han acrecentado el número de enfermedades a nivel mundial, y existe la imperiosa necesidad de los consumidores de contar con servicios de salud estables y con que cumplan requisitos de estos, ya que es claro que los servicios de salud tienen demasiadas

⁵⁸ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Página 16

⁵⁹ Ibid, Página 17, año 2009

carencias. Este hace obvio el hecho que los negocios los cuales se enfoquen a este tipo de servicio mediante la buena atención al cliente y adelantos tecnológicos con respecto a la salud tendrán asegurado el éxito. Los negocios de acuerdo a esta información la componen los consultorios dentales y de especialidades, bancos de células madre, clínicas de adelgazamiento, laboratorios médicos y atención medica en general

- **Educación:** Debido a la alta competencia que existe en el mercado laboral, la educación se ha convertido en una de las principales educaciones por parte de los padres de familia, los cuales buscan el que sus hijos cuenten con una mejor preparación para de esa forma afrontar el futuro. Es por ese motivo que se han incorporado a las franquicias las matemáticas, computación, diseño grafico, informática, centros de idiomas. Se prevé que estas tengan un gran desarrollo en el futuro a corto plazo ya que las exigencias del mercado laboral van en aumento lo que hace necesario una mejor preparación por parte de las personas.
- **Venta al detalle:** La venta al detalle es un sector que ha crecido en forma vertiginosa en los últimos años, y actualmente es considerada como la segunda industria mas grande de todo el mundo, debido a la gran cantidad de negocios que la conforman y están relacionados con este sector, así como el numero de trabajadores que ahí laboran. La venta al detalle esta conformada por negocios tales como productos para el cuidado personal, juguetería, utensilios de cocina y ferretería entre otros, y este éxito se ha debido en gran parte a que estos bienes o servicios son de uso común y periódicamente se están reinventando ofreciendo servicios innovadores.
- **Turismo:** El turismo como es bien sabido, es un sector primordial en la economía de México ya que es el tercer generador de divisas del país, así como el receptor de siete por ciento de la Inversión Extranjera Directa (IED), hecho por el cual las franquicias dirigidas hacia este sector tienen y tendrán un gran potencial de crecimiento. Otro factor que ha venido a reforzar aun mas esto es el apoyo que esta ofreciendo la Secretaria de Turismo con programas en donde lo promueve y, ofrece financiamiento dirigido a pequeñas y medianas empresas turísticas las cuales necesitan profesionalizarse, expandirse o modernizarse para

continuar brindando servicios de calidad a los usuarios. Este, esta integrado por giros como la hotelería, gastronomía, agencias de viajes y guías turísticos, entre otros.⁶⁰

- **Inversiones verdes:** El medio ambiente, la ecología y en general el cuidado del planeta son temas los cuales han cobrado gran relevancia en todo el mundo. Esto ha pasado de ser una simple moda a ser una preocupación real por parte de los habitantes del globo, debido al gran deterioro que ha tenido el mismo por parte de empresas contaminantes o por la misma gente. Los mexicanos no están exentos de esto ya que se ha comprobado que se han cambiado algunos malos hábitos hacia el medio ambiente, incluso se han incrementado las ventas de productos amigables con el mismo. Siguiendo esta línea, existen franquicias dirigidas a este tipo de personas, en donde se pueden encontrar productos como son máquinas para purificar agua o generar energía, etc. Dicho por lo cual las franquicias de este tipo verán incrementadas sus ventas ya que lamentablemente el medio ambiente por su deterioro, día con día necesita más de estos productos.⁶¹
- **Franquicias innovadoras:** En este segmento puede haber desde aquellas empresas inmobiliarias que transmitan sistemas de operación, construcción, clínicas; se caracterizan por ser franquicias las cuales tendrán una forma de operar basada principalmente en la reducción significativa de los costos de operación, así como también una reducción significativa hacia los gastos de los clientes. Es por este motivo que las franquicias que logren llevar a cabo estos preceptos de reducciones de gastos tanto propios como de los consumidores, indudablemente tendrán una gran aceptación.⁶²
- **Franquicias de bajo costo:** Evidentemente el grueso de la población no está en posibilidades de adquirir franquicias tales como Burger King o Mc Donald's, sin embargo existen franquicias que requieren inversiones menores a 50,000 pesos, las cuales se han caracterizado por tener un margen de rentabilidad alto

⁶⁰ Directorio Nacional de Franquicias, Año 4, Numero 7, Página 19

⁶¹VIDE

⁶² Ferenz Feher Tocatli, "Franquicias éxito, motivos y razones", Pág. 117 año 2007

por lo que la inversión es recuperada entre 1 año y año y medio. Por este motivo este tipo de negocios se esta convirtiendo en opción muy atractiva para personas desempleadas o que simplemente tienen el afán de tener una fuente alterna de ingresos, el cual se ha incrementado aun mas con el Programa Nacional de Franquicias que se menciona. Se caracterizan por ser franquicias que solo invierten en la remodelación del local, dado que tanto la mercancía como los bienes esta en consignación. Incluso podrá verse una franquicia la cual tenga coparticipación entre franquiciante y franquiciatario.

- **Servicios en general:** Día con día los consumidores tienden a ser personas mas exigentes que demandan mejores servicios, es por esto que la gente busca servicios mejores y mas veloces, ya que los consumidores cuentan con menor tiempo para comprar productos sin embargo la velocidad debe estar ligado con la calidad. El ritmo de vida de las grandes urbes ha llevado a generar dichas expectativas, y serán exitosas aquellas franquicias que puedan cumplir cabalmente con las peticiones de los consumidores en un mundo con un ritmo de vida cada vez mayor.⁶³

De acuerdo a lo que se esta planteando es importante hacer mención a que en el cierre del año 2009 los giros mas dinámicos, fueron los de comercio especializados, y los del cuidado personal y de la salud, los cuales tuvieron un crecimiento del 5% y se espera que para el año 2010 el crecimiento se incremente llegando a tocar cifras del 8%.

Por otro lado el sector de alimentos y bebidas se sigue consolidando como el segmento más fuerte de las franquicias con una participación del 40% total de los giros, y se prevé que este año esta tendencia continúe y sea el giro que en mayor grado se desarrolle tanto a nivel nacional como internacional.

“En cuanto a los sectores que tendrán mayor crecimiento en el año 2010 están el comercio especializado y los servicios de limpieza, contabilidad o contratación de personal son los que se perfilan como los más sólidos”⁶⁴

⁶³ Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 117 año 2007

⁶⁴ Revista Entrepreneur, Artículo “Negocios contra tiempos difíciles”, Pág. 39, Año 2010 enero

El futuro inminente de la franquicia mexicana es la exportación para que pueda crecer y desarrollarse.

Mucho se ha hablado sobre la incapacidad que tiene nuestro país para poder generar y exportar nuevos conceptos de franquicias. Sin embargo paulatinamente se están dando casos de franquicias mexicanas con gran aceptación y éxito en el extranjero, tal es el caso del “Fogoncito” el cual opera en países como Costa Rica, Honduras, Nicaragua, y sorpresivamente en China, país en el cual se ha tenido una gran respuesta y aceptación por la comida mexicana, resaltando que es la primer franquicia mexicana en dicho país.

Sin embargo, son muy pocas las franquicias mexicanas operando en el extranjero, por lo que es imprescindible el alentar la exportación de las mismas ya que es el futuro para este tipo de negocios.

Las franquicias en nuestro país se han consolidado y han aprendido de errores pasados, por lo que considero, el momento actual es inmejorable para lograr la expansión comercial a nivel mundial, ya que los empresarios mexicanos se están interesando por expandir sus negocios hacia otros territorios, tienen un mayor apoyo como lo es el Fondo Pyme de la Secretaría de Economía que esta impulsando esta medida; se cuenta con una mayor conciencia de las posibilidades de crecimiento de estas empresas, y existe un conocimiento mas grande tomando en cuenta experiencias pasadas. Todo esto aunado a consultorías de Franquicias las cuales tienen planes estructurados y confiables para poder llevar a la franquicia mexicana a lugares del mundo los cuales en el pasado hubiera sido impensable.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, a continuación se presentan algunos puntos importantes para poder llevar a la franquicia a otros rumbos, tomando en cuenta la preparación que el empresario debe tener para poder de esta forma llevar las franquicias mexicanas mas allá de nuestras fronteras:

- Es básico el probar el sistema de negocios primeramente en México, y una vez consolidados los resultados y la forma de operar, dará la pauta para que este tipo de negocios pueda salir del país, ya que de otra forma será prácticamente imposible el lograr esto. Tomando en cuenta que se parte del precepto de lo particular para llegar a lo general

- Es indispensable tener una estructura económica capaz de sostener este tipo de decisión, esto debido a que en el momento de exportar hay que tomar en cuenta gastos como la exportación de insumos los cuales sean exclusivos de nuestro país. De ahí la importancia de tener una estructura económica capaz de costear la salida del país.
- Realizar estudios acerca del mercado al que se piensa incursionar, con el afán de reducir el riesgo al fracaso.
- El estudio del mercado es básico por lo que es fundamental conocer los riesgos y ventajas propias al incursionar a otro mercado, así como conocer los competidores tomando en cuenta las ventajas que se pueden tener así como las desventajas. Esto podría realizarse mediante un arduo y bien estructurado análisis SWOT, el cual es un estudio que toma todos estos factores en cuenta para de esta forma tener una mayor probabilidad de éxito.
- Es necesario el tener en cuenta factores culturales, ya que estos son determinantes por el hecho que si son conocidos, puede determinarse la aceptación o rechazo que el producto tendrá.
- Un consultor de franquicias es básico, ya que auxiliaran en gran medida al empresario para conocer mejor el mercado y dará la viabilidad del proyecto a emprender.
- “La publicidad juegan un papel importante, ya que una campaña mercadológica bien estructurada dará a conocer el producto y podría posicionarlo dentro del mercado como una buena opción para el consumidor.
- Establecer relaciones con asociaciones internacionales de franquicias, esto a través de las asociaciones locales evidentemente.”⁶⁵

⁶⁵ Ferenz Feher Tocatli, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Pág. 120 año 2007

Dentro de este apartado se analizó el futuro y las tendencias de los nuevos giros los cual hay que tener muy presente.

Acorde con la Asociación Mexicana de Franquicias, en un inicio las expectativas de crecimiento para las Franquicias para este año era del 10%, sin embargo y aun frente a la crisis que se ha vivido, las franquicias han demostrado ser una vía sólida de negocio y expansión, incluso llegando a rebasar las expectativas que se habían planteado en el inicio ya que se estima que la nueva cifra de crecimiento se sitúa en un 12%. Asimismo se plantea una mayor expansión de este tipo de negocios en el 2013 en donde se le dará prioridad al crecimiento en el extranjero

La Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) prevé un alza de 12% tanto en ventas como en el número de unidades, debido a la cautela de los inversionistas ante un escenario de crisis.

Pese la caída de 6.5% en el PIB la AMF ha resaltado q que en 2009 la industria creció 10%, ya que la probabilidad de que un nuevo negocio tenga éxito bajo el modelo de franquicia es mucho mayor al de uno convencional.

“De acuerdo con las estadísticas, 50 % de los nuevos negocios desaparecen al segundo año de vida, pero si es una franquicia la probabilidad de sobrevivir al quinto año se incrementa a más del 90%”, agregó el ejecutivo. Las franquicias también implican un riesgo, como todo negocio. Por eso, la AMF brinda capacitación a todos sus asociados. “Lo básico es hacer el plan de negocios para definir la ubicación, el tamaño y el giro del negocio; y así estimar en cuanto tiempo llegarán las utilidades”.⁶⁶

Además, uno de los proyectos de la institución, es duplicar el número franquicias en un máximo de tres años. Hoy en día la organización tiene entre 25 y 30 unidades operando en el extranjero. Eso debido a que las franquicias mexicanas en Estados Unidos están cobrando mayor fuerza y esto sigue en aumento, sin embargo se prevé un ingreso con mayor fuerza en el mercado Latinoamericano, principalmente en Colombia.

⁶⁶ Asociación Mexicana de Franquicias, año 2010

La AMF cuenta con 300 afiliados, que van desde Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) hasta grandes cadenas comerciales como Subway, Prendamex y Mr. Sushi. Actualmente el sector representa el 6% del PIB nacional y genera alrededor de 600,000 empleos.

A manera de conclusión en cuanto a los nuevos giros, los alimentos y los servicios de cuidado personal, darán la pauta para el futuro, así como los servicios que puedan adaptarse en mayor medida al vertiginoso ritmo de vida y ofrecer mejores productos a un menor tiempo alcanzaran el éxito.

Por otro lado hay que tener en cuenta que el futuro de las franquicias esta en la exportación, es decir es necesario el “exportar para crecer”.

Esto tendrá consecuencias más que positivas para nuestro país ya que el lograr la expansión de la franquicia mexicana a nivel mundial, traerá consigo beneficios como el reconocimiento de otros países, la apertura de puntos de venta en distintas partes del mundo, se ganara prestigio.

Indudablemente este hecho se traducirán en mas empresas mexicanas a lo largo y ancho del globo, y se incrementara la demanda por parte de personas extranjeras en cuanto a las franquicias mexicanas, lo cual nos llevara a posicionarnos en el ranking mundial como un país fundamental en este tipo de negocios.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones que dicha investigación arrojó con el fin de conocer las determinaciones a las que se llegaron, después de la investigación y argumentaron de esta tesis.

De acuerdo a lo expuesto en capítulos anteriores es posible aseverar que el modelo de negocios que opera bajo el formato de franquicias, el cual puede ser visto como algo relativamente nuevo, está siendo considerado en mayor medida como una opción dentro de la población mexicana, y esto se hace notar por hechos como son el crecimiento de los puntos de venta en la República Mexicana, el incremento por demás significativo en la afluencia de visitantes a exposiciones o ferias relacionadas con las franquicias. Estos incrementos se han debido a que son negocios probados dentro del mercado internacional y nacional, por la forma de operar en donde son transmitidos los conocimientos (know how) o capacitación, pero principalmente porque tienen una mucho mayor probabilidad de éxito en comparación de negocios independientes, ya que la mayoría de estos no supera el segundo año de vida.

Sin embargo, pese al vertiginoso crecimiento de estos negocios, aun existen regiones de la República Mexicana en donde las franquicias no son tan comunes ya que la mayoría se concentra en el Distrito Federal y las zonas metropolitanas. Es por esto que se debe trabajar aun más en este aspecto, con el fin de hacer a la franquicia un sistema de negocios nacional, aunque es importante decir que de forma paulatina y aun más en los últimos dos años, el apoyo a las franquicias ha sido mucho mayor.

La expansión de las franquicias en la República Mexicana, se debe también al hecho de que se carece una cultura empresarial en nuestro país, lo que ocasiona desconocimiento, temor y poca capacitación de los empresarios mexicanos para poder emprender nuevos retos en ese aspecto, y frena el crecimiento en ese rubro.

Por otro lado, esa misma falta de cultura empresarial se debe a las políticas empresariales no están bien orientadas, ya que el apoyo a las PYMES debe ser un aspecto a considerar, ya que estas empresas son las que imperan en mayor cantidad en México, las que generan mayor cantidad de empleos, y que como tal deben de ser apoyadas. Es por ellos que una política orientada al apoyo de las PYMES traería consigo grandes beneficios, como lo es una mayor creación de empleos, recordando que en este tipo de empresas están contempladas las franquicias. Aunque es necesario mencionar que se comienzan a tener ciertas mejoras en ese sentido con la implementación de algunos programas encaminados a favorecer esto

A pesar de que aun falta un mayor apoyo en ese sentido, las franquicias son negocios que han destacado en mayor medida dentro de las PYMES, debido a los argumentos mencionados anteriormente.

Recientemente se dio la creación del fondo PYME de la Secretaria de Economía, que tiene la finalidad de apoyar a este tipo de negocios, y en donde existe un departamento especialmente enfocado en ayudar y fomentar las franquicias, lo que nos habla de importancia de estos negocios.

La creación del Programa Nacional de Franquicias tiene como objetivos primordiales la ayuda para adquirir y crear nuevas franquicias, lo que se ha traducido en una gran creación de empleos, llegando a superar las expectativas iniciales, motivo por el cual se tiene a esta área como una de las primordiales dentro de Fondo, y que se esta buscando desarrollar aun mas en el futuro, debido al éxito en la creación de empleos

La falta de empleos en nuestro país es un tema que puede tener distintos puntos de vista, sin embargo siempre ha sido una constante en el actuar económicos de México, que se ha acentuado aun mas en estos tiempos, producto de distintas cosas como lo son la crisis económico, pero principalmente por erróneas políticas económicas instauradas a lo largo de nuestra historia, en donde no se ha dado la debida atención a esta falta de empleos, aun sabiendo que esto es un punto muy importante para el crecimiento de la actividad económica en nuestro país.

Es debido a la forma de operar de la franquicia como tal y la instauración de programas como el Programa Nacional de Franquicias, que es muy factible el hecho de generar una

cantidad considerable de empleos tomando como base las franquicias. Este hecho mejorara en menor o mayor medida la actividad económica de nuestro país.

Es por estos motivos, que existe una opción real y con bases sólidas de considerar a las franquicias como empresas generadoras de empleos ya que sus expectativas son promisorias.

Las expectativas futuras de las franquicias en México son por demás alentadoras, ya que se espera continúen en franco crecimiento por los apoyos que están recibiendo cada vez en mayor medida, además de que estas empresas serán capaces de cumplir con la demandas futuras del mercado y de las nuevas tendencias. Estas demandas futuras del mercado son principalmente de empresas que puedan cumplir con requerimientos de ofrecer bienes y servicios de forma veloz y con buena calidad, ya que el ritmo de vida de las personas es cada vez mas ajetreado. La esencia misma de las franquicias es ofrecer productos de excelente calidad debido a los estándares de trabajo, y en tiempos muy cortos, lo que evidentemente tiene a la franquicia como una de las mejores opciones para el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Alba Aldave María Cristina , “Las Franquicias en México: una nueva visión”, Ed. UNAM, Facultad de Contaduría y Administración, México 2002
- 2) Alba Aldave María Cristina, “Franquicias: una perspectiva mundial” , Ed. UNAM, Facultad de Contaduría y Administración, México 2005
- 3) Campos Cordera Rolando, López Navarrete José Eduardo, Zubieta Heredia Carlos, “México y la crisis internacional: un diagnóstico síntesis” México, Septiembre 2009
- 4) Colón Laura Silvana, Revista Inversionista, “Los 7 pecados de las PYMES”, México, Febrero 2009
- 5) De María Barbadilla Santiago, “La franquicia paso a paso” , Ed. Barbadillo Asociados , España 2000
- 6) Flores Matiana, Revista Inversionista , “Negocios a prueba de crisis”, México, Febrero 2009
- 7) González Calvillo Enrique, González Calvillo Rodrigo, “Franquicias: la revolución de los 90’s”, Ed. Mc. Graw Hill, México 1994
- 8) Hernández Néstor, “Director Nacional de Franquicias 2009”, Año 4, Número 7, México 2009
- 9) Hernández Romo Marcela , “La Cultura empresarial en México”, Ed. Miguel Ángel Porrúa, México 2004

- 10) Hernández Sánchez Germán Revista Entrepreneur, “Negocios contra tiempos difíciles”, Volumen 18, Número 01, Enero 2010
- 11) Isef Grupo, “Agenda Mercantil 2007”, Ed. Ediciones Fiscales Isef, 21ª Edición, México 2007
- 12) Secretaría de Economía, Fondo PYME, “Reglas de Operación”, México 2009
- 13) Tocatli Ferenz Feher, “Franquicias a la mexicana: hablemos de franquicias con franqueza”, Ed. Mc. Graw Hill, México 1999
- 14) Tocatli Ferenz Feher, “Franquicias éxito, motivos y razones”, Ed. Somohano Express, 1ª Edición, ,México 2007
- 15) Villareal Rene, “Industrialización, competitividad y desequilibrio en México: un enfoque macroindustrial y financiero (1929-2010)”, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, Octubre 2005

REFERENCIAS WEB

- 1) <http://www.franquiciasdemexico.org/>
- 2) <http://www.franquicia.org.mx/>
- 3) <http://www.cnnexpansion.com/>
- 4) http://www.fondopyme.gob.mx/2010/index_b.asp
- 5) <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>