
III. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

III.1 DEFINICION DE FRANQUICIA.

Una franquicia es un sistema de comercialización, un método para distribuir bienes o servicios a los consumidores. El sistema de las franquicias es un método de mercado de operación único, homogéneo, que estandariza todas las fases del proceso de comercialización de un producto o servicio determinado, por lo que en diversos puntos de venta se puede ofrecer exactamente el mismo producto, el mismo servicio, con idéntica calidad e igual presentación. Una franquicia concierne a dos tipos de personas:

El Franquiciador, quien es el que desarrolla el sistema y le presta su nombre o marca registrada a un franquiciatario.

El Franquiciatario, es quien adquiere el derecho de operar un negocio bajo el nombre o la marca registrada del franquiciador.

De acuerdo con lo anterior, las franquicias pueden tener dos objetivos:

- Para el franquiciador la expansión de su negocio, y
- Para el franquiciatario ser dueño de un negocio.

III.2 TIPOS DE FRANQUICIAS.

Existen tres tipos de franquicias y otro derivado del tercero:

A) DE PRODUCTO (O DISTRIBUCION EXCLUSIVA):

En las que el franquiciatario actúa como concesionario de la distribución de los productos del franquiciador, y utiliza la marca o nombre comercial. La finalidad es desplazar un producto a través de canales de distribución. En este tipo de franquicias no hay regalías para el franquiciador, quien obtiene sus ganancias de la venta de sus productos al franquiciatario.

B) FRANQUICIAS DE PRODUCTOS O DE MARCAS REGISTRADAS O DE PROCESAMIENTO O MANUFACTURA:

Esta es una forma de franquicia muy antigua que se usó por primera vez en la década de 1800 y que aún siguen empleando los distribuidores de automóviles, las gasolineras, la industria de los refrescos embotellados y varios más. Bajo una franquicia de producto, el nombre del negocio y del producto es el mismo, y el consumidor lo percibe de esa forma. Por ejemplo Coca-Cola vende concesiones a franquiciatarios que mezclan azúcar, agua gaseosa y concentrado, lo embotellan y lo distribuyen dentro de ciertas áreas específicas. El nombre del producto final se refiere tanto al refresco como al negocio.

C) FRANQUICIAS CON FORMATO DE NEGOCIOS:

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

todas las partes de ese sistema o método. Por ejemplo, el nombre de Wendy's no identifica un platillo particular del menú de esa cadena de restaurantes. No existen ni la hamburguesa, ni las papas fritas Wendy's.

El nombre identifica, más que nada, la forma en que Wendy's proporciona el servicio de comidas rápidas.

En este caso los franquiciadores obtienen sus utilidades por medio de las regalías de sus franquiciatarios.

Los tres elementos básicos que determinan si un negocio es una franquicia son: El empleo de una marca o de un nombre registrado, el pago de derechos o regalías y el suministro de servicios. Analizaremos a detalle cada elemento:

1. El empleo de una marca o nombre registrado:

Para ser una franquicia, un grupo de restaurantes, de dentistas o de gimnasios debe operar conjuntamente bajo un mismo nombre que lo distinga. Ese nombre lo alquila el franquiciatario al franquiciador durante un período específico. Los nombres y las marcas registradas son el activo principal de las compañías franquiciadoras y son un elemento básico de una franquicia.

2. Pago de derechos o regalías:

El segundo elemento que define a una franquicia es el pago de una cuota por el derecho de vender los productos o servicios. Este cargo puede ser una cuota inicial de entrada, unas regalías pagaderas mensualmente, cierta aportación para la publicidad, el costo de la capacitación,

una cuota mínima de compras del producto , o cualquier otra serie de pagos obligatorios.

3. Suministro de Servicios:

La Comisión Federal del Comercio de Estados Unidos considera que un negocio es una franquicia si un sistema de negocios se opera bajo un nombre o marca registrada compartida y pagan al franquiciador por el derecho de operar bajo ese nombre o marca, que funcionan conforme a un método o formato de negocio específico y controlado, o que también reciben asesoría o servicios importantes por parte del franquiciador.

D) FRANQUICIAS POR CONVERSION:

Una derivación de la franquicia con formato de negocio es la franquicia por conversión. Estos negocios parecen ser idénticos a las compañías con formato de negocio, pero difieren en un aspecto muy importante: su objetivo son los negocios independientes que ya se encuentran en operación. Century 21 es el ejemplo más palpable. Esta cadena dedicada a los bienes raíces y con sede en California, empezó a contratar corredores (franquiciatarios) en cuanto se formó en 1971. Sus fundadores pensaron que los pequeños corredores locales de bienes raíces pagarían bien si se les diese la oportunidad de competir en igualdad de condiciones contra las empresas de bienes raíces más grandes y conocidas.

Ambos idearon un sistema de subfranquicias donde los franquiciatarios hacían un solo desembolso por el derecho a

la licencia y pagos continuos por regalías. De esa forma obtenían publicidad nacional y un nombre de todos conocido, una administración de alta calidad y un sistema nacional de referencias.

III.3 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.

Las franquicias o concesiones nacieron en la década de los años 50's aproximadamente cuando grandes cadenas como JC Penney, Montgomery Ward y Sears entre otras se dieron cuenta que necesitaban mayor capital para crecer y tuvieron que buscar inversionistas que estuvieran igual de interesados en los negocios.

Estas tiendas se dieron cuenta que no era posible crecer con los recursos propios ante el dinamismo del mercado estadounidense y el creciente número de consumidores.

Fué así como nació un nuevo modelo de tienda en donde el franquiciador otorgaba al concesionario su tecnología en la forma de hacer los negocios, conceptos con éxito garantizado y en donde el franquiciante o concesionario paga una parte de sus ganancias a su franquiciador.

Aunque se dice que las franquicias nacieron en la década de los años 50's, la empresa I.M. Singer otorgó franquicias para la venta de sus productos (máquinas de coser) en la década de 1850. Las compañías petroleras y automovilísticas argumentan que sus distribuidores trabajan por medio de franquicias desde principios del presente siglo. Pero en realidad las franquicias no obtuvieron el apoyo y el

reconocimiento públicos hasta la década de 1950, cuando las tiendas departamentales, restaurantes y hoteles empezaron a aparecer a través de todo Estados Unidos.

III.4 ANTECEDENTES NACIONALES.

En México las franquicias iniciaron su "boom" con la derogación de la Ley de Transferencia Tecnológica la cual no daba ninguna garantía en el respeto a la propiedad industrial y de marcas.

En lugar de ella, nació la Ley de Propiedad Industrial, la cual permite mayor seguridad al dueño de la franquicia.

Una de las primeras franquicias en México lo fué precisamente McDonald's, estableciéndose en 1985 con dos tiendas una en la Ciudad de México y la otra en Monterrey, y en 1987 se inició lo que sería en 1990, el "boom" de las franquicias extranjeras.