



La importancia de las franquicias

La franquicia comprende por lo menos:

1. El uso de una denominación o rótulo común;
2. Una presentación uniforme de los locales o de los medios de transporte objeto del contrato;
3. La comunicación por el franquiciador al franquiciado de un saber hacer o know how;
4. La prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo.

De esta manera, el franquiciador no solo debe pensar en la expansión comercial de su empresa, sino que también debe prestar atención a aspectos tan importantes como la debida gestión de sus derechos de Propiedad Industrial.

Un contrato de franquicia, por lo menos debe incluir la licencia de la marca o del nombre comercial de la empresa. Sin embargo, puede implicar aspectos más complejos como por ejemplo, el uso de patentes, modelos de utilidad, diseños industriales propiedad del franquiciador, por lo que tales derechos deben estar registrados o debe ser de conocimiento del franquiciado en el caso de que aún no lo estén. Igualmente, el franquiciador debe comprometerse a mantener vigentes y defender sus derechos de propiedad industrial, a fin de que no exista problema alguno para el uso que les pretenda dar el franquiciado.

En caso de que el contrato autorice el uso de diversos derechos de propiedad industrial, se deberá detallar adecuadamente la forma de usarlos. Igualmente, el franquiciado en ningún caso podrá autorizar a un tercero sin previo consentimiento del franquiciador a utilizarlos o reproducirlos, salvo que sea por escrito.

**CONTADORES PÚBLICOS, CONSULTORES EN ADMINISTRACIÓN, CONSULTORES EN NEGOCIOS
Y FRANQUICIAS Y ABOGADOS.**

Calle 22 N° 37, Col. San Pedro de los Pinos, 03800 México, D. F. Tel. 55 98 98 01, E-mail: info@gonzalez-lazarini.com

Asimismo, se debe establecer adecuadamente la presentación que deberán tener los locales, las medidas mínimas, decoración interior y exterior, presentación de los empleados, así como las características de acomodo de los productos y del mobiliario interior del local. Las características anteriores son el reflejo de la marca que ostenta el producto o servicio, y es lo que aumentará gradualmente el valor comercial de ésta en el mercado y su posible grado de notoriedad.

El franquiciado también debe mantener la confidencialidad de la información y de los conocimientos técnicos o comerciales que el franquiciador le proporciona, y éste último se obliga a mantener informado al franquiciado del método comercial que éste debe seguir. Existe la posibilidad de reservar estos derechos en un contrato específico, detallando más la información si ésta es de suma importancia para el franquiciador y desea preservarla a salvo durante o después de la vigencia del contrato de franquicia.

Este sistema comercial de franquicias, es por lo tanto aplicable en prácticamente todo tipo de empresas de productos o servicios. Además, reportará algunos de los siguientes beneficios para el franquiciador y franquiciado:

- Adquisición rápida de valor de la marca o nombre comercial de la empresa origen de la franquicia.
- Eliminación de los gastos e inversiones derivados de la puesta en marcha de nuevos establecimientos.
- Reducción de gastos de personal.
- Incentivación de la persona a cargo del establecimiento que obtiene su remuneración por vía de beneficios.
- Incremento de la velocidad de expansión en el mercado.
- Reducción de los costes de supervisión.
- Rápido acceso a las economías de escala.

El sector de la perfumería no se ha quedado rezagado, debido a que distintas perfumerías han implementado el sistema de franquicias con lo cual han logrado extender su mercado no solo a nivel nacional sino también en el ámbito internacional, lo que ha dado como resultado la expansión comercial de estas empresas y la ampliación del grado de conocimiento de sus marcas.

De esta forma, es claro el cúmulo de ventajas que tiene para ambas partes el sistema de franquicias, el cual incrementará de manera potencial principalmente el valor de la marca o nombre comercial asociado al franquiciador, así como las ganancias que repercutirán a favor del franquiciado de utilizar una marca con prestigio en el mercado.