



La franquicia vs el negocio independiente: ¿cuáles son los riesgos?

Muchas veces nos hemos preguntado ¿qué ventaja tengo al invertir en una franquicia? ¿Para qué pagar una cuota de franquicia y regalías mensuales, si puedo crear un negocio independiente similar? La respuesta a estas preguntas pueden estar a un clic de distancia.

Si bien es cierto que una Franquicia no garantiza el éxito, ni debe ser considerada como un concepto de negocio que como con una “varita mágica” solucionará o incrementará inmediatamente su situación financiera, definitivamente la posibilidad de fracaso es mucho menor a lo que representa el abrir y operar un negocio independiente, aunque las características del concepto sean muy similares a la estructura operativa de una Franquicia determinada, o se cuente con los medios y proveedores suficientes para competirle.

La explicación es muy sencilla; debemos recordar que una Franquicia no es sólo un modelo de negocio o una estrategia de comercialización y expansión, sino también es el resultado de pruebas, éxitos, tropiezos, investigaciones de mercado y de competencia, de experiencia y posicionamiento o reconocimiento de una marca que se ha ganado por medio de una lucha persistente por conseguir un nombre y prestigio.

No existe duda alguna de que una persona preparada, emprendedora, creativa, llena de excelentes ideas y con muchas ganas de tener un negocio propio logre conseguir sus objetivos; además, de que un negocio independiente de ninguna manera implica un fracaso seguro.

Sin embargo, debemos recordar que todos los negocios franquiciados que hoy por hoy son altamente reconocidos, han recorrido ese camino y han aprendido con base a altas y bajas a superar obstáculos y consolidar una estructura operativa y administrativa sólida y probada.

**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

Por esta razón y en el transcurso de ese largo camino que recorrer, la falta de una marca posicionada, la falta de experiencia, la falta de apoyo por parte de un corporativo que administre y brinde asistencia técnica a una red de unidades, así como la curva de aprendizaje, significan la diferencia y un factor de riesgo importante.

El por qué de las cuotas

Precisamente una cuota de franquicia se traduce en el derecho de uso de una marca, la transmisión de conocimientos (know-how), asistencia en la localización y/o aprobación de la ubicación adecuada, entrega de Manuales Operativos y Administrativos, inducción y capacitación Inicial y en asistencia técnica general en la preapertura. Mientras que las regalías se traducen en apoyo y soporte continuo (visitas de asesoría, capacitación y actualización constante, nuevas estrategias, procedimientos o tecnologías, proveeduría con las mejores condiciones del mercado, etc.), teniendo siempre en cuenta la filosofía de Ganar-Ganar-Ganar (Cliente-Franquiciante-Franquiciatario).

Además, existen aportaciones que el Franquiciatario debe realizar para el desarrollo y la implantación de estrategias de mercadotecnia y publicitarias a nivel local e institucional, con el objeto de posicionar e incrementar la presencia e imagen de la red ante el mercado.

La realidad es que el contar con una marca sólida y reconocida en el mercado, hace la gran diferencia desde el día uno. Cuando una marca reconocida apertura una nueva sucursal, el mercado ya está familiarizado con la marca; conocen los productos y/o servicios con los que esta cuenta así como sus precios. No hay sorpresas desagradables. Este fenómeno agiliza la captación de nuevos clientes e incrementa notablemente los resultados al corto plazo, acortando los tiempos de retorno de la inversión.

