

# Franquicias En Palabras Simples

## Bienvenidos



FORMANDO  
ORGANIZACIONES  
LEGENDARIAS



# PARTE 1: MI FRANQUICIA

# Algunos temas que veremos

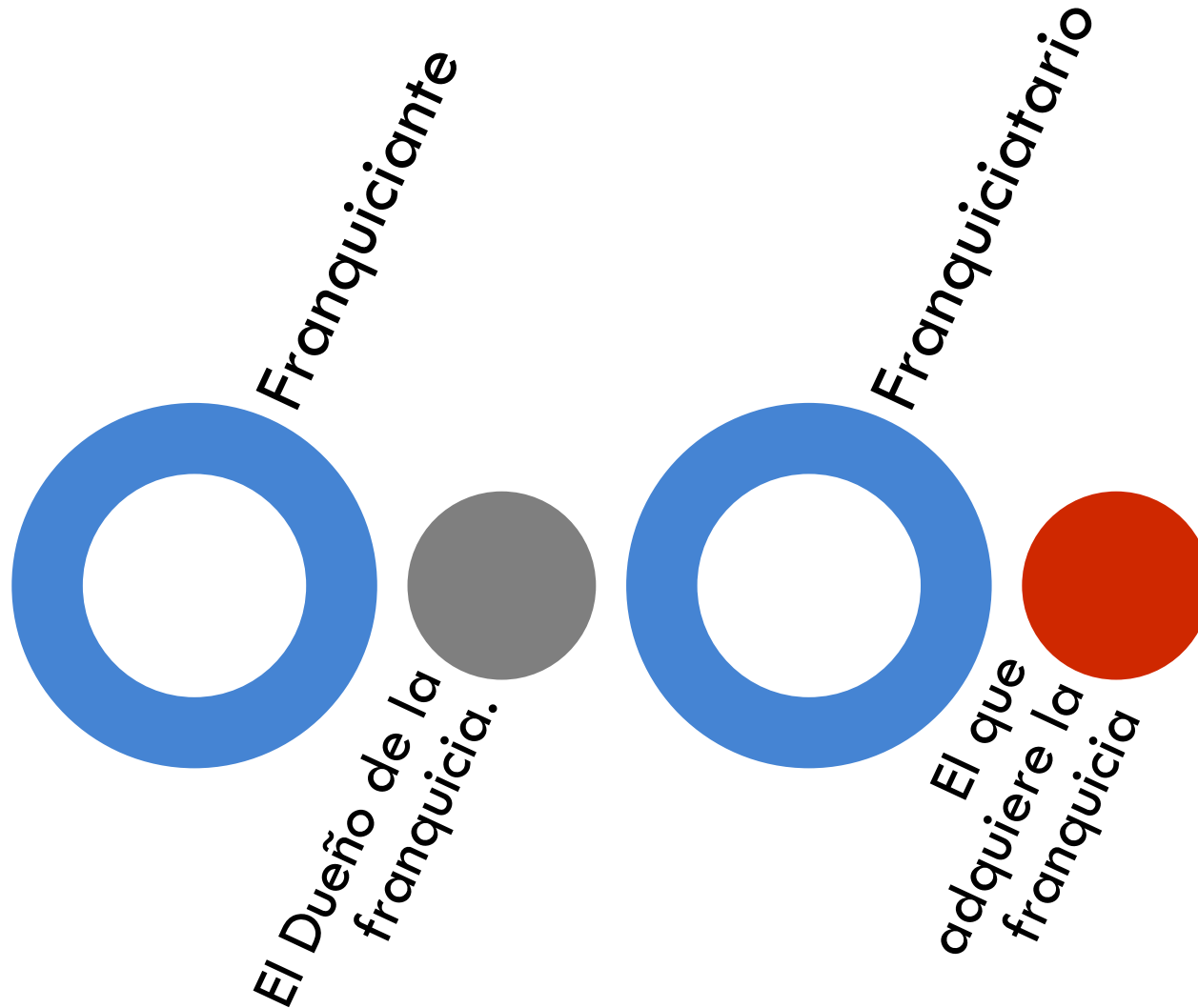
- ☐ ¿Qué es una franquicia?
- ☐ ¿Por que franquiciar?
- ☐ ¿Es mi negocio franquiciable?
- ☐ ¿Como franquicio y que necesito para hacerlo?
- ☐ Checklist para desarrollar una franquicia.
- ☐ ¿Como escojo una franquicia?
- ☐ Checklist para escoger una franquicia

# ¿Qué es una Franquicia?

# Antecedentes ¿Qué es una Franquicia?

- 1990:
  - ▣ Entró en vigor la Ley de Transferencia de Tecnología
- 1991:
  - ▣ La Ley de Propiedad Industrial incluyó por primera vez la palabra “Franquicia.”
  - ▣ Sin embargo no establecía nada en relación a lo que debía contener un Contrato de Franquicia.
- A la Fecha:
  - ▣ En estas fechas no ha cambiado en mucho.

# Definiciones



# Legalmente, ¿Qué es una Franquicia?

- Legalmente una franquicia se distingue por estos 3 elementos:
  1. El otorgamiento de la Licencia de Uso de una Marca por parte del Franquiciante al Franquiciatario.
    - Si la marca no esta registrada no tendrá exclusividad, por lo que faltará objeto y por consiguiente no habrá Franquicia.
  2. La transmisión de conocimientos técnicos o la proporción de conocimientos técnicos del Franquiciante al Franquiciatario.
    - Si el Franquiciante no proporciona la asistencia técnica, es decir aquello que hace exitosa a la Franquicia entonces no existe Contrato de Franquicia.
  3. Para que exista un franquicia debe haber un contrato (artículo 142 de la Ley de Propiedad Industrial)
    - Contrato debe ser por escrito, por lo que si no hay Contrato firmado no hay Franquicia.

# Legalmente, ¿Qué es una Franquicia?

**En  
esencia:**

- Marca registrada
- Asistencia técnica
- Contrato firmado de franquicia



# Administrativamente

## ¿Qué es una Franquicia?

Además de lo anterior, Administrativamente una franquicia se distingue por estos elementos:

Legalmente:

- Marca registrada
- Asistencia técnica
- Contrato firmado de franquicia

Administrativamente

- Tiene la experiencia necesaria y comprobable de éxito en el negocio.
- Esta dispuesta a compartir estos conocimientos a terceros para su explotación.
- Tiene un mercado dispuesto a comprarle estos conocimientos ("Know-how") y por ello cobrará cuotas, regalías, mark-ups u otros.

# ¿Qué es una franquicia?

---

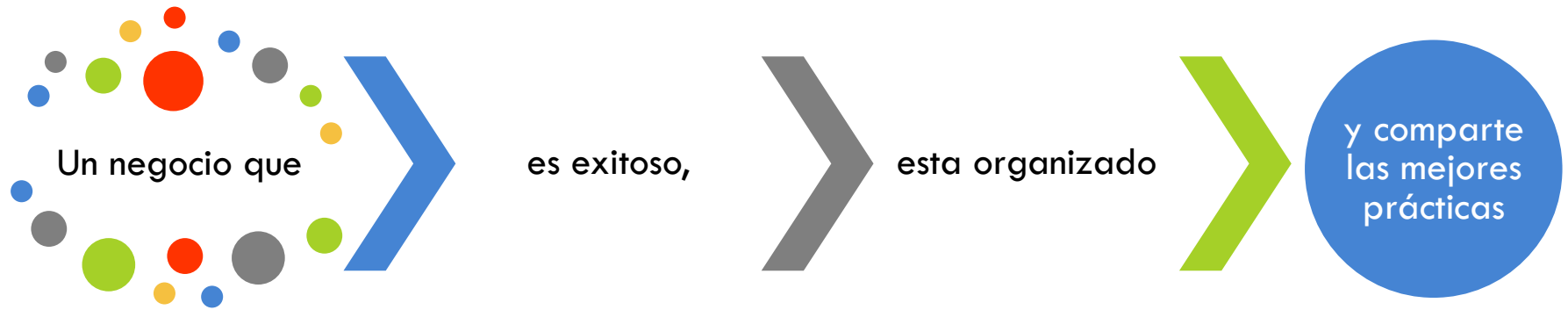


Es uno de muchos  
modelos de crecimiento

# Algunos otros modelos

	Esquema de crecimiento	Características	Ejemplo
1	Ampliación de líneas de productos	Incremento del numero de productos sin despegarse mucho del negocio principal.	Gillette: navajas - rastrillos
2	Absorción de la competencia	Compra de empresas de la competencia	Northrop - TRW
3	Integración vertical (hacia abajo)	Compra, adquisición o nuevo negocio relacionado con las actividades actuales y futuras de los clientes actuales del negocio principal. Adelante de la cadena de valor del consumidor final.	Nike stores /Levy's outlets
4	Integración vertical (hacia arriba)	Compra, adquisición o nuevo negocio relacionado con la proveeduría actual de insumos utilizados por el negocio principal. Atrás de la cadena de valor de consumidor actual.	GM
5	Diversificación de negocios	Entrar en nuevos proyectos "operacionalmente paralelos" en donde parte del know-how actual del negocio pueda transmitirse al nuevo por que cuentan con ciertas características similares.	Refaccionarias - papelerías - farmacias
6	Socio- operador	Participar junto con un socio en el desarrollo de Unidades de negocio similares a las actuales de tal manera que este nuevo socio opera la nueva unidad o unidades de negocio en las cuales participe con una inversión. Muchas de las veces el socio-operador fue empleado de la empresa.	Regis, Wendys
7	Inversionista	Socio capitalista que invierte dinero en el negocio con la esperanza de obtener un rendimiento esperado por su participación.	Acciones de compañías publicas o privadas
8	Financiamiento	Apalancamiento del negocio utilizando fuentes de financiamiento mediante la adquisición de deuda o dinero similar.	Créditos bancarios, leasing, emisión de bonos, etc.
9	Fusión	Integración negociada con competidores para crear un nueva empresa que aproveche las fortalezas de escala.	JP Morgan Chase / Exxon Mobil
10	Desprendimiento	Separar las diferentes UN y manejarlas independientemente. Generalmente se eliminan o venden las UN de mal rendimiento o las que "distraen" por su complejidad las funciones principales del negocio. Las buenas se administran de manera separada de tal manera que se concentran los ejecutivos de cada UN a incrementar sus beneficios de acuerdo al mercado que atienden.	Wal-Mart- Sam's / GM Delphi
11	Innovación	Crecimiento por innovación de nuevas fuentes de ingresos, formas de hacer negocio, estructura de costos, formas de operación, nichos descubiertos o de competir.	Amazon, dell
12	Alianzas estratégicas cadena de valor	Alianzas estratégicas desde el fabricante o explotador de la materia prima hasta el consumidor final.	CalTv / Microsoft

# ¿Qué es una franquicia?



# Ventajas y Desventajas de una franquicia

## Ventajas

Riesgos menores pues se invierte en algo conocido.

Experiencia adquirida

Menor curva de aprendizaje

Menos errores de gestión

Economías de escala

Poco control sobre el dominio de la franquicia, ya que está predeterminado.

Es necesario incorporar estructuras más sofisticadas para atender a las necesidades de la franquicia

## Desventajas



# Ventajas y Desventajas de un negocio independiente

## Ventajas

Es más innovador y adaptable a las cambiantes exigencias de los clientes

Brinda autonomía y satisfacción a aquellos emprendedores con poca capacidad financiera para iniciar su propio negocio

Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades

Comenzar un negocio suele ser duro ya que deben hacer uso de sus ahorros e incurrir en variados préstamos

Suelen cerrar sus negocios muy pronto debido, principalmente, a la falta de recursos económicos, capacidad técnica o falta de clientes por poca o mala publicidad.

Este tipo de empresas suelen tener menor acceso a financiamiento, o mayor dificultad para obtenerlo.

## Desventajas



# Sin embargo



# Algunas estadísticas mexicanas

mas de 1,200  
Franquicias  
66% mexicanas

México esta en  
7mo lugar en el  
mundo en cuanto  
a número de  
franquicias

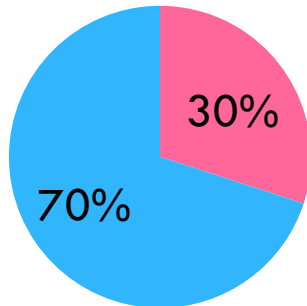
44% de  
las marcas  
son del DF

**650,000** *empleos*

15 centavos de cada peso es  
gastado en una **franquicia**

La tasa de fracaso  
es de 4%, en el  
independiente 80%

■ Mujeres ■ Hombres



25% son de  
Servicios, 9%  
cuidado y  
belleza, 14%  
educación y  
5% en el  
sector  
espectáculos

**6,000** *puntos de venta*

25.000  
franquiciatarios



# ¿Por qué franquiciar?

# ¿Por qué Franquiciar?

- Razones de Capital.
  - ▣ Si desea aumentar su capital, franquiciar provee un mecanismo en donde lo que usted esta vendiendo es su ‘know-how’, no solo instalaciones, mobiliario, productos, etc.
- Disponibilidad de “administradores” altamente motivados.
  - ▣ Hay un grupo de Personas que están motivadas en buscar su independencia económica y que siempre están interesadas en ser emprendedores o hacer algo diferente.
- Velocidad de crecimiento.
  - ▣ Es mas rápido crecer con una franquicia pues la disponibilidad de capital es mas frecuente que el crecimiento orgánico.

# ¿Por qué Franquiciar?

- Reducción de riesgo.
  - ▣ Al repartir su capital en mas unidades de negocio su riesgo general disminuye.
  - ▣ Además hay riesgos latentes que se eliminan o reducen como el riesgo laboral, civil, penal, etc.
- Reducción de preocupaciones en las operaciones día a día.
  - ▣ La responsabilidad total de la administración, operación, ventas, etc. recae en los franquiciatarios.
  - ▣ Al contar con franquiciatarios con intereses económicos invertidos cuidará mejor el negocio que cualquier empleado que usted pueda tener.

# ¿Es mi negocio Franquiciable?

# ¿Es mi negocio franquiciable?



## Debe estar establecido y debe ser rentable

- Se aconseja que al menos tenga dos años de operación y 2 unidades abiertas.
- Marca registrada.



## Debe ser único, diferente

- Concepto e negocio diferente, no solo el producto o servicio.



## Debe estar listo para enseñarse, el ¿como se hace?

- Debe tener un know-how bien definido, claro, procesos fáciles de replicar.
- Debe estar documentado y listo para transmitirlos a terceros.



## Debe tener una inversión razonable

- No debe exagerarse lo que vale el know-how



## Debe ser mercadeable

- Que este en un sector de mercado en donde haya campo para la expansión, que sea estable.



## Debe proveer tanto al Franquiciante como al franquiciatarios un adecuado retorno

- Utilidades, retorno de inversión, flujo de efectivo y márgenes atractivos para el franquiciatarios y para el Franquiciante.

¿Como franquicio y que necesito para hacerlo?

# ¿Como franquicio y que necesito para hacerlo?

¿Qué  
tengo  
y que  
no  
tengo?

# ¿Como franquicio y que necesito para hacerlo?

Plan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolla un plan de implementación</li></ul>
Aspecto Legal	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolle los documentos requeridos por ley</li></ul>
Manuales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolla los manuales de operación, de imagen, layouts, etc.</li></ul>
Calidad	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolla los mecanismos de control de calidad</li></ul>
Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realiza un plan de mercadotecnia y ventas</li></ul>
WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolla tu sitio de internet</li></ul>
Venta de franquicia	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrolla los materiales para vender tus franquicias</li><li>• Estrategia de ventas de franquicias</li><li>• Publicita tu franquicia</li></ul>



# Ruta Crítica de Desarrollo de Franquicias



Registro de  
Marca



Desarrollo de  
manuales



Desarrollo de  
la Circular de  
Oferta de  
Franquicia  
(COF)



Desarrollo de  
contrato de  
franquicia

# Registro de Marca


El gran reto es Lograr el  
TOP OF MIND



# Marcas



# La competencia de marcas es despiadada



Cada día los productos y servicios tienden a la comoditización, es decir, cada vez tienden a ser semejantes

Al carecer de una estrategia de Branding (marca) nos “defendemos” mediante estrategias de precio de tal manera que vendemos mas barato y a la larga erosionamos el valor del mercado

# El verdadero valor de la marca

- Cuando las marcas logran tener un posicionamiento y sumar valor en su organización, facilitan el desempeño en diferentes áreas cómo:
  - La interpretación de información entre el cliente y la organización
  - Seguridad en los procesos en dónde en ellas interactúan
  - Efectividad y eficiencia de marketing
  - La lealtad de marca se incrementa
  - Provee una más sólida plataforma de crecimiento
  - Mayor incremento en participación de mercado
  - Incrementa su poder de apalancamiento de mercado
  - Mayores márgenes al poder cobrar precios o cuotas “premium”.

# El verdadero valor de la marca

Asegúrese de  
que tiene una  
buena marca, ya  
que de ello  
dependerá  
mucho del éxito  
de su franquicia

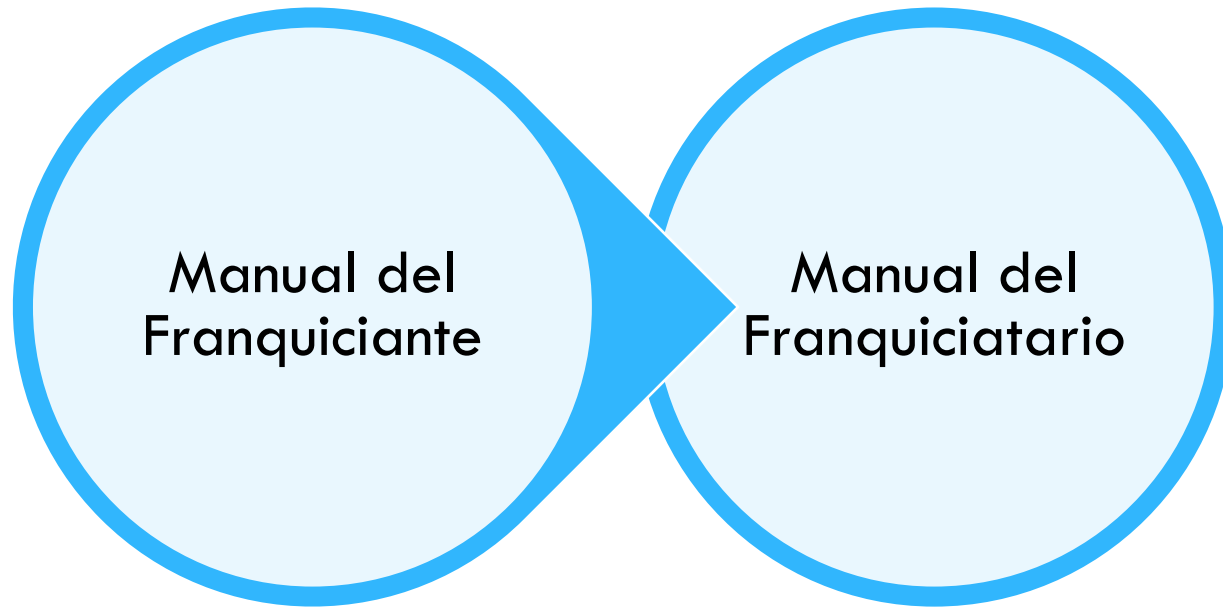
# Registro de Marcas

- El registro de marcas en México se hace ante el IMPI, Instituto Mexicano de Protección Industrial.
  - [http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/marcas\\_2](http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/marcas_2)
- Existe también una guía:
  - [http://www.impi.gob.mx/work/sites/IMPI/resources/LocalContent/536/8/guia\\_signos\\_2011.pdf](http://www.impi.gob.mx/work/sites/IMPI/resources/LocalContent/536/8/guia_signos_2011.pdf)
- Si la franquicia tendrá alcance internacional, conviene también registrarla en el país donde operaría.
  - Para EUA en el The United States Patent and Trademark Office:
    - <http://www.uspto.gov/trademarks/index.jsp>



# Desarrollo del Manuales

# Desarrollo de Manuales



# Manual del Franquiciante

- ❑ El manual que usted como dueño de la franquicia utilizará para desarrollarla.
- ❑ Es la base para el manual del Franquiciatario.
- ❑ Es la base para la Circular de Oferta de Franquicia.
- ❑ [Checklist de manual de franquicias.](#)

# Manual del Franquiciatario

- El manual que usted como dueño de la franquicia le dará a su Franquiciatario para operar exitosamente la franquicia.
- Checklist de manual de franquicias.

# Circular de Oferta de Franquicia

# Circular de Oferta de Franquicia (COF)

La C.O.F. es un documento que establece la ley (y su reglamento) de la propiedad Industrial para que el futuro inversionista de una franquicia esté enterado de los alcances del negocio en que va a invertir.

## Art 65. del

Reglamento de la ley de la propiedad industrial

# Art. 65 del REGLAMENTO DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

- Artículo 65.- Para los efectos del artículo 142 de la Ley, el titular de la franquicia deberá proporcionar a los interesados previa celebración del convenio respectivo, por lo menos, la siguiente información técnica, económica y financiera:
  - I.- Nombre, denominación o razón social, domicilio y nacionalidad del Franquiciante;
  - II.- Descripción de la franquicia;
  - III.- Antigüedad de la empresa Franquiciante de origen y, en su caso, Franquiciante maestro en el negocio objeto de la franquicia;
  - IV.- Derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia;
  - V.- Montos y conceptos de los pagos que el franquiciatarios debe cubrir al Franquiciante;
  - VI.- Tipos de asistencia técnica y servicios que el Franquiciante debe proporcionar al franquiciatarios;
  - VII.- Definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia;
  - VIII.- Derecho del franquiciatarios a conceder o no subfranquicias a terceros y, en su caso, los requisitos que deba cubrir para hacerlo;
  - IX.- Obligaciones del franquiciatarios respecto de la información de tipo confidencial que le proporcione el Franquiciante, y
  - X.- En general las obligaciones y derechos del franquiciatarios que deriven de la celebración del contrato de franquicia.

# Circular de Oferta de Franquicia (COF)

La COF debe ser entregada con anterioridad a la firma del contrato de franquicia.

Es considerada un documento público por lo que la franquicia solo podría exigir discreción para no revelar la información ahí contenida, pero no puede obligar.

Si después de su análisis, el inversionista decide no firmar el contrato, la franquicia no puede hacer exigible ninguna obligación por parte del candidato.

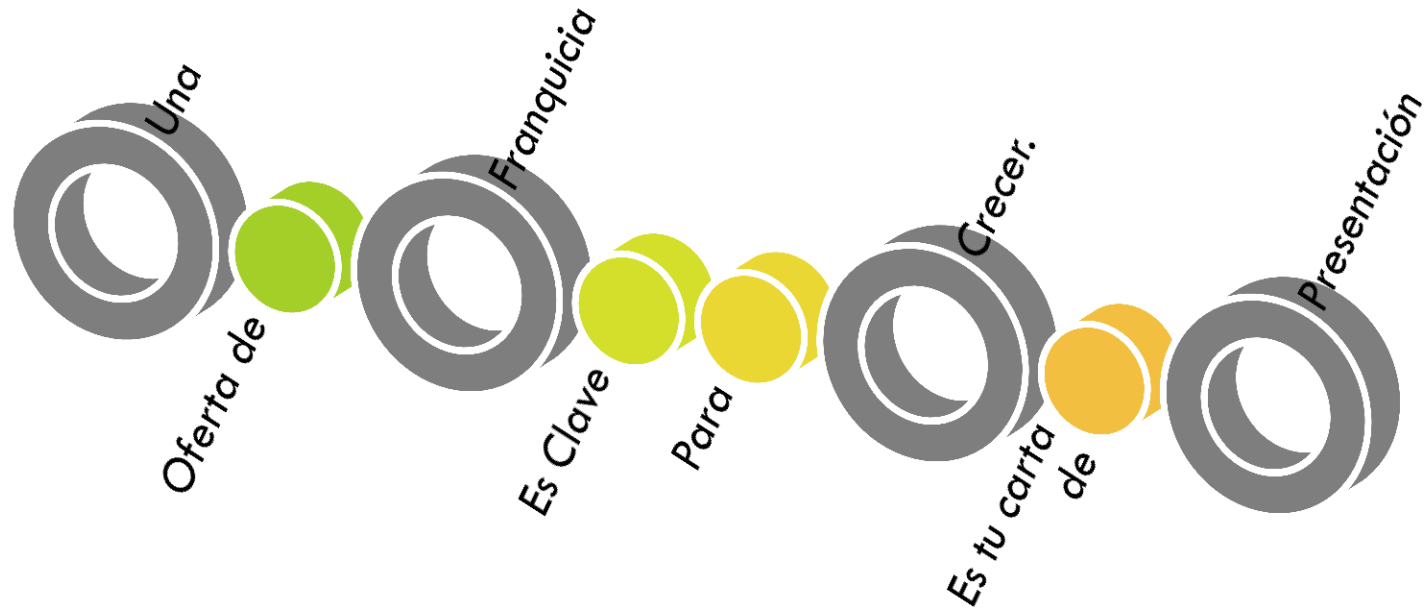
La Circular de Oferta de Franquicia refleja las condiciones mínimas de la franquicia, pagos que se deben hacer (cuota inicial de franquicia, regalías, fondo de publicidad, etc.), la forma en que se asigna el territorio, los manuales que se entregarán y los servicios o asistencia técnica que se tendrá durante la franquicia, proyección de ganancias, etc..



# Circular de Oferta de Franquicia (COF)



# Circular de Oferta de Franquicia (COF)



COF:

[Checklist de manual de franquicias.](#)

# Contrato de franquicia

# Contrato de franquicia



Es el documento mas importante una vez que el futuro Franquiciatario esta convencido de la misma.

- Asegúrate que en realidad este convencido



Asegúrese de tener los manuales actualizados e implementados. También asegúrese de tener la COF antes de hacer el contrato, ya que estos documentos contienen toda la información para elaborar un buen contrato.



Recuerde que el contrato es su “garantía” de que tanto usted como su prospecto cumplirán.

# Contrato de franquicia

- El contrato debe incluir entre otras cosas:
  - ▣ Plazo o vigencia del contrato.
  - ▣ Territorio.
  - ▣ Obligaciones de Franquiciante
  - ▣ Contraprestaciones y regalías
  - ▣ Obligaciones de franquiciatarios
  - ▣ Información confidencial (contrato)- ¿qué es y que no?
  - ▣ Responsabilidad laboral
  - ▣ Proveeduría- compra a distribuidora – detallar artículos
  - ▣ Responsabilidad ante terceros
  - ▣ Publicidad
  - ▣ Contabilidad y archivos
  - ▣ Seguros y fianzas- garantías que avales cumplimiento contrato, apego

# Contrato de franquicia

- ▣ Trasmisiones y gravámenes (Transferencia de franquicia)
- ▣ Incumplimiento y terminación (causas)
- ▣ Obligaciones en caso de terminación o vencimiento
- ▣ Causales de rescisión y penas convencionales
- ▣ No competencia
- ▣ Impuestos
- ▣ Permisos
- ▣ Independencia de los contratantes e indemnización (acciones a ejecutar libremente)
- ▣ Causas de fuerza mayor
- ▣ Cláusula de integridad del contrato.
- ▣ Modificaciones (condiciones de modificación del contrato)

# Contrato de franquicia



Contrate a un  
buen abogado  
con experiencia  
en franquicias

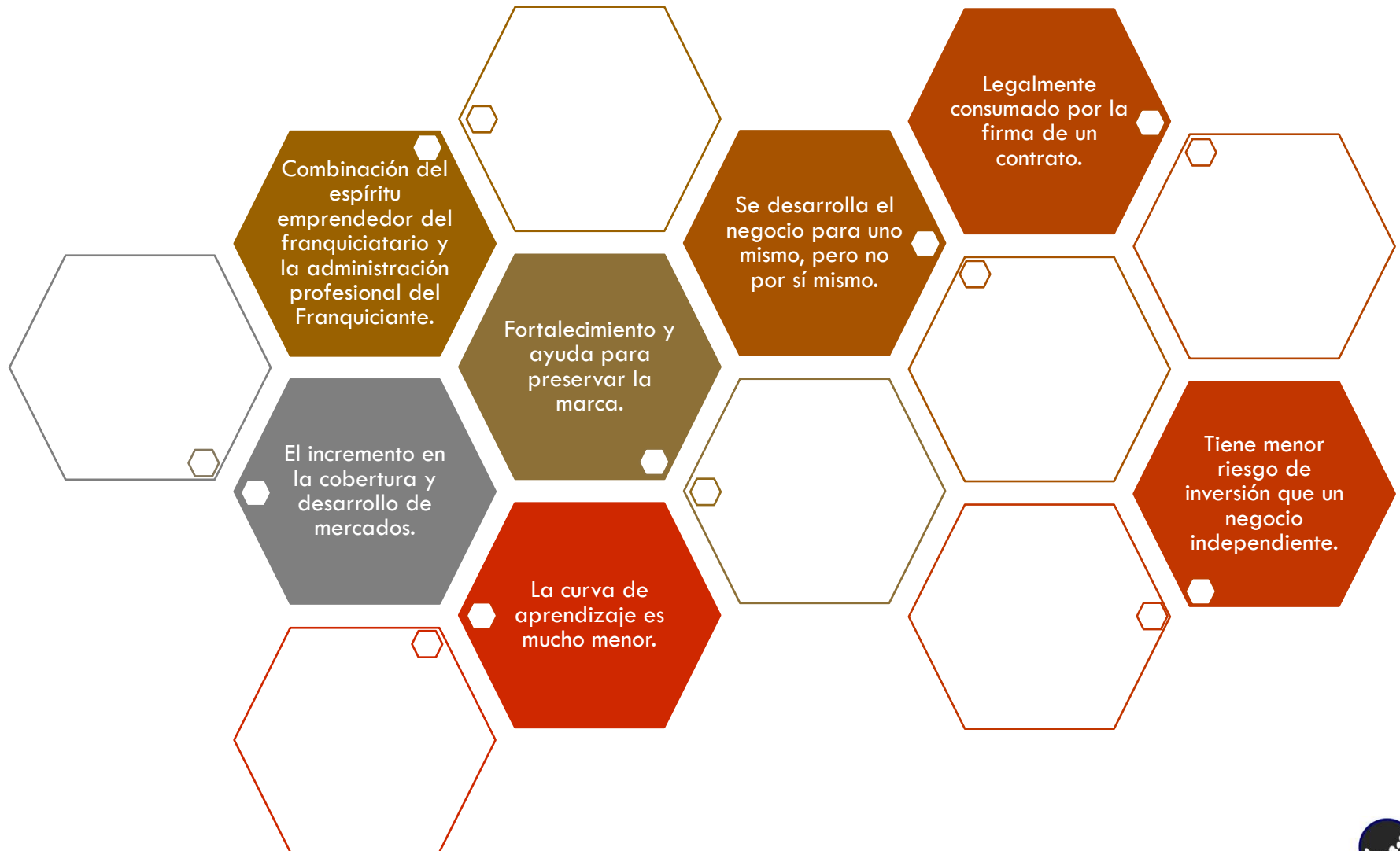
# PARTE 2: QUIERO UNA FRANQUICIA



# ¿Cómo elijo una Franquicia?

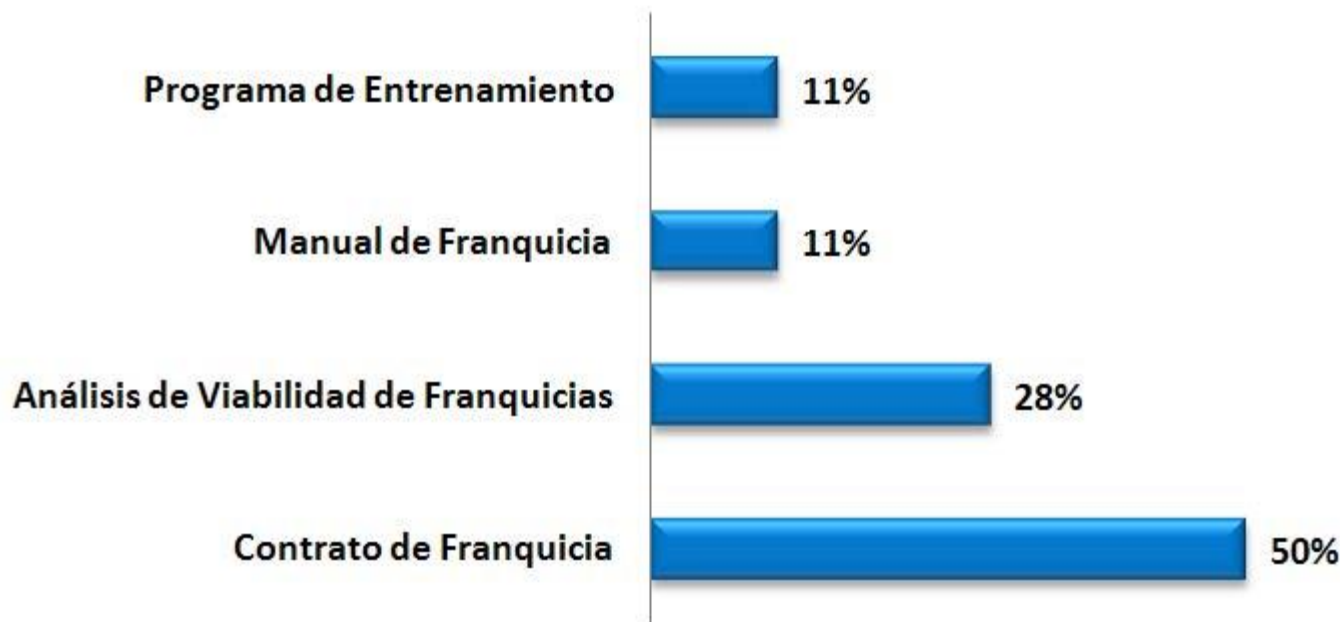
Las **franquicias** son oportunidades para quienes buscan desarrollarse exitosamente en un negocio donde la posibilidad de fracasar es menor frente una inversión independiente.

# Ventajas que ofrece una Franquicia



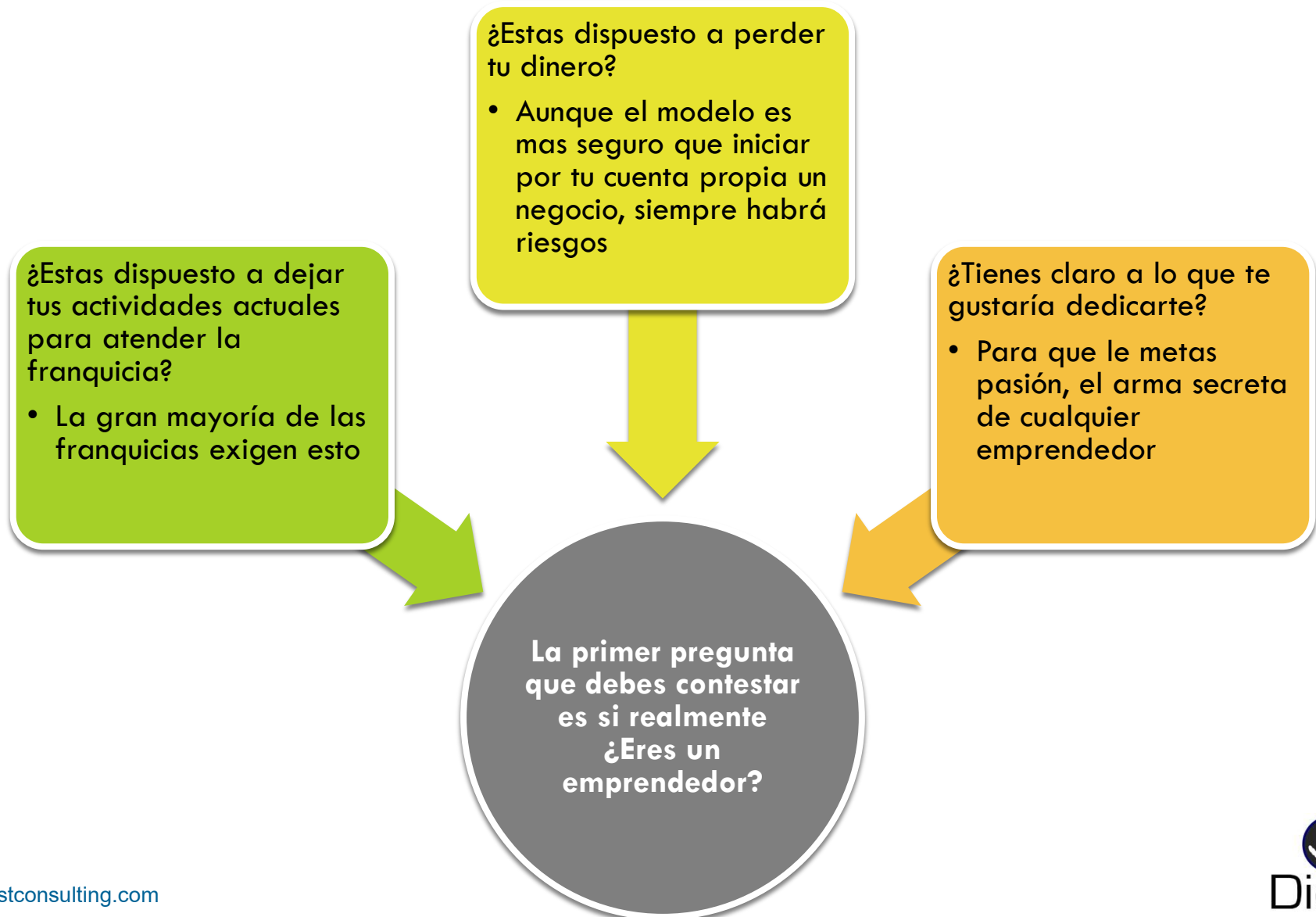
# ¿Cómo elijo una Franquicia?

Si usted está en busca de una franquicia, ¿Cuál de los siguientes puntos es de mayor importancia?



Fuente: mas franquicias

# ¿Cómo elijo una Franquicia?



# ¿Cómo elijo una Franquicia?

**La decisión de  
adquirir una  
franquicia se  
parece mucho al  
de comprar una  
casa**

**Es una decisión  
que puede  
llevarnos a  
mejorar o  
empeorar  
nuestra vida.**

**En ambas  
debemos tomar  
las máximas  
precauciones  
posibles para  
minimizar los  
riesgos.**

# ¿Cómo elijo una Franquicia?

- ❑ Con miles de sistemas de franquicias operando en cientos de industrias se puede llegar a sufrir “parálisis por análisis”.
- ❑ Esto representa un reto dado que el dinero que disponga es limitado.
- ❑ Deberá entonces realizar un proceso de síntesis:

# Fase 1: ¿Qué quiero?



# Fase 2: ¿De Cuánto dinero dispongo?



¿Cuanto  
dinero  
dispones?

- ¿Cuanto dinero piensas arriesgar?



# Fase 3: ¿Cuanto dinero requieres para obtener el nivel de vida que esperas?

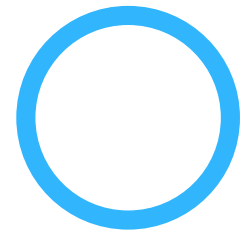


[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) - 00258217

¿Cuanto dinero requieres  
para obtener el nivel de  
vida que esperas?

# Fase 4: ¿En cuanto tiempo esperas recuperar tu inversión?

¿En cuanto tiempo esperas recuperar tu inversión?



# Matriz

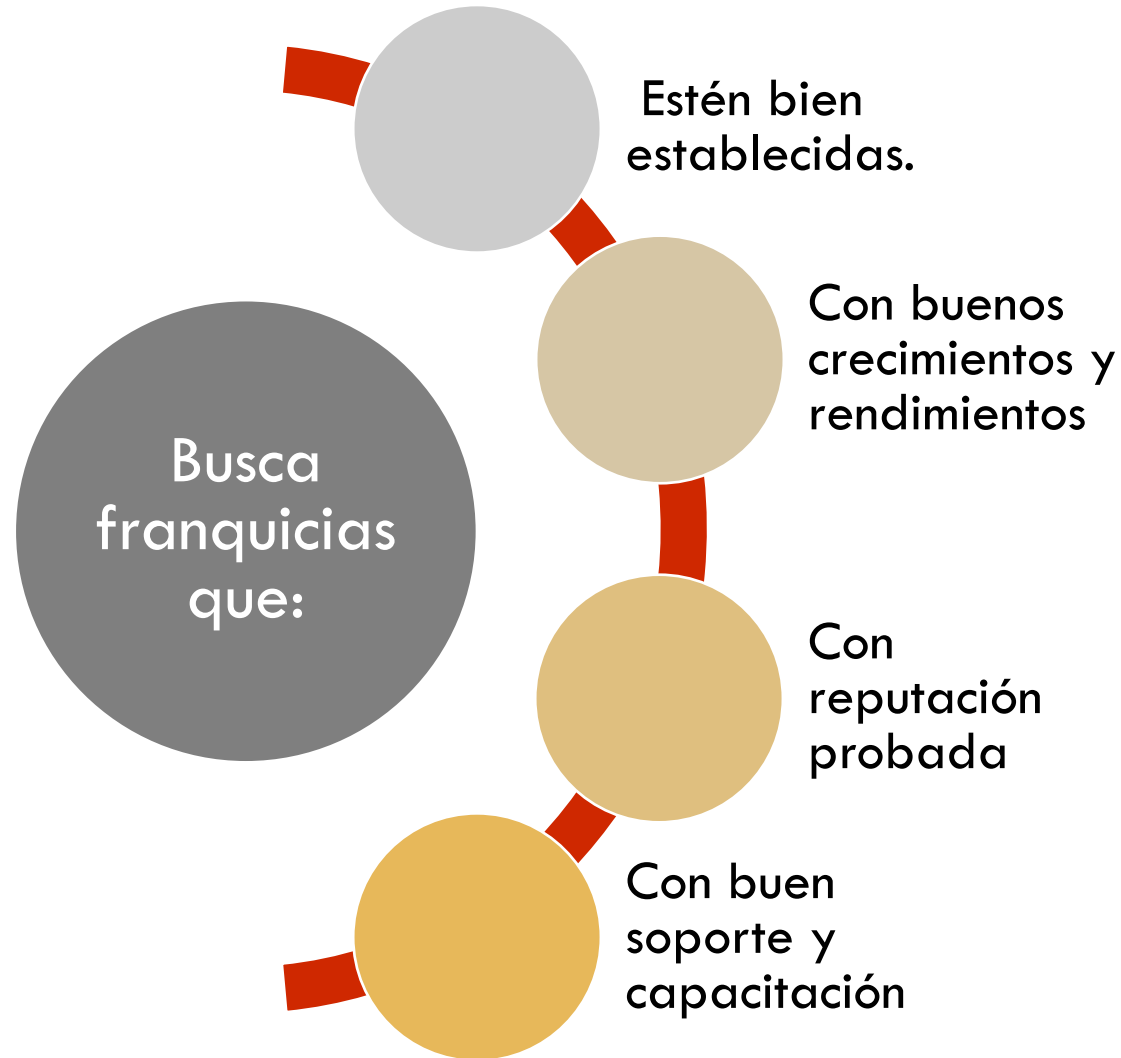
¿Qué quiero?	¿De Cuánto dinero dispongo?
¿Cuanto dinero necesito ganar?	¿En cuanto tiempo esperas recuperar tu inversión?



# Fase 5: Búsqueda de franquicias

Nombre de la franquicia	¿cumple con lo que quiero?	¿Cumple con mi inversión estimada?	¿Cumple con el parámetro de ganancia?	¿Cumple con mi expectativa de recuperación de inversión?
ABC				
XYX				
AZK				
RFT				

# Fase 6: Análisis exhaustivo de franquicias seleccionadas



# Fase 6: Análisis exhaustivo de franquicias seleccionadas



## Análisis cualitativo

- Solicita información de la franquicia y COF. ¿Que tan profesional fue su servicio? ¿Quiénes dirigen la franquicia?
- Solicita nombres, datos y teléfonos de los franquiciatarios. Llámales y entrevista a los franquiciatarios sobre su experiencia.
- Historia de la franquicia, cuantas han cerrado, como ha crecido.
- Revisa blogs, web, noticias etc. sobre la franquicia.
- Habla con los clientes de la franquicia.

# Fase 6: Análisis exhaustivo de franquicias seleccionadas



## Análisis cuantitativo

- Revisa datos de inversión y activos
- Revisa relación de ingresos y gastos – coméntalo con los franquiciatarios
- Revisa precios si están dentro de mercado
- Revisa que incluye la franquicia y si la cuota lo vale
- Compara varias franquicias

# Fase 6: Análisis exhaustivo de franquicias seleccionadas



- ¿Cuánta competencia tiene?
- ¿Cuántos competidores hay en mi región?
- ¿Qué tanto estimo que podré vender?
- ¿Los gastos de mi zona se asemejan a los de la COF?
- ¿El mercado está saturado o no? ¿Cuál ha sido el crecimiento anual?



# Fase 6: Análisis exhaustivo de franquicias seleccionadas



## Análisis Legal

- ¿Tiene la COF suficiente información sobre mis obligaciones??
- ¿Tiene la COF suficiente información sobre las obligaciones del Franquiciante?
- ¿Qué dice el contrato? ¿es justo?
- ¿Qué dice mi asesor, abogado y contador?

# PARTE 3: REGLAS UNIVERSALES DE LAS FRANQUICIAS

# Reglas Universales de Franquicias

- Regla de Oro: "Identificar cuando un negocio es franquiciable".
- En el gran mercado de la oferta de Franquicias podemos encontrar negocios que ni siquiera son franquiciables y que sin embargo se han valido de diversos medios para intentar convencer al público de que su negocio es exitoso.
- El 90% de los negocios que están al público no son franquiciables.
- Teoría de la Franquiciabilidad del **Lic. Rafael Giménez Camacho** establece que cualquier negocio que desee ser franquiciado debe contar por lo menos con una de las siguientes características:
  - Historia: El negocio debe tener un tiempo considerable en su mercado que compruebe su éxito;
  - Novedad: El negocio debe ser tan novedoso que esta característica se pueda ver reflejada en sus utilidades;
  - Monopolio: Que el producto o servicio que comercializa la Franquicia sea un monopolio legal, esto elimina la competencia y facilita el éxito del negocio."

# Reglas Universales de Franquicias

- Primer Regla: "El éxito no es garantizado en ningún caso"
  - ▣ Las franquicias son negocios y como todo negocio tiene riesgos.
  - ▣ Las Franquicias no garantizan el éxito.
  - ▣ La idea principal es que son negocios ya comprobados que tratan de reproducir su éxito con la inversión de un tercer (el Franquiciatario), sin embargo en ningún momento se ha reportado el caso de que el Franquiciante garantice las utilidades.
  - ▣ Las Franquicias no son el negocio perfecto.
- Segunda Regla: "El Franquiciante es el empresario. El Franquiciatario es el inversionista"
  - ▣ El Franquiciatario deberá seguir las reglas y lineamientos del Franquiciante.
  - ▣ Las opiniones y experiencias de los Franquiciatarios deben ser tomadas en cuenta para el mejoramiento del negocio pero la voluntad que se debe seguir es la del Franquiciante, ya que él es el experto en hacer funcionar el negocio y llevarlo al éxito.

# Reglas Universales de Franquicias

- Tercer Regla: "Cada Sucursal franquiciada forma parte de un todo"
  - Las Franquicias son sistemas formados por unidades y cada una depende directamente de la otra.
  - Si una sucursal fracasa la especulación sobre el éxito del negocio disminuye, así como las acciones y el valor de cada franquicia para su traslado.
  - Por ello, los Franquiciatarios deben hacer frente común para exigir lo pertinente al Franquiciante.

# Reglas Universales de Franquicias

- Cuarta Regla: "El arte es copiar el éxito"
  - Las cualidades y características que crearon la fórmula perfecta para alcanzar el éxito deben ser reproducidas de la manera más fiel posible, sobre todo cuando la Franquicia comienza.
  - La idea principal en la que se basa cualquier sistema de Franquicias es la repetición del éxito para sumar utilidades y en muchos de los casos presencia en sus mercados, pues cada sucursal que se apertura es una medalla mas al éxito de la franquicia y una excelente publicidad para su venta y presencia al consumidor.
- Quinta Regla: "El negocio del Franquiciante es vender Franquicias"
  - Esta regla debe ser útil para ambas partes Franquiciatario y Franquiciante.
  - El que desea adquirir una Franquicia debe cerciorarse de que posterior a la venta de la Franquicia deberá ser provisto de asistencia de parte del Franquiciante.
  - Las Franquicias fracasadas dejan a la deriva a los franquiciatarios.
  - En el caso del Franquiciante su negocio es la venta de negocios exitosos.

# Reglas Universales de Franquicias

- Sexta Regla: "Las Franquicias no son para todos"
  - No todos están invitados a la fiesta. El Franquiciante selecciona a aquellos inversionistas que cuenten con el perfil que requiere, en algunos casos requieren experiencia previa y en otros dan mayor preferencia a la inversión que puedan hacer mas que a su experiencia, un error común.
- Séptima Regla: "Asegúrese de contar con un buen abogado en franquicias"
  - Las Franquicias en México son una rama intermedia entre el Derecho Corporativo y el Derecho de Propiedad Industrial.
  - Por lo que es importante que usted se asesore de un buen abogado que domine ambas áreas.

# La Franquicia Buena

La que te apasione



La que puedas invertir y arriesgar



La que puedas ganar



La que tenga buen record



La que tenga buenos manuales, detallados



La que tenga un concepto único



La que pueda tener un amplio atractivo territorial



La que es Fácil de operar



La que provea un verdadero soporte profesional



La que tenga potencial de crecimiento





# MUCHAS GRACIAS



Hugo A. Becerra Espinoza  
Director General

Cel: 044 (656) 199.89.76

Teléfono: (656) 627.1672

Email: [hugo@diestconsulting.com](mailto:hugo@diestconsulting.com)

[www.diestconsulting.com](http://www.diestconsulting.com)

# Fuentes

- ❑ Soy entrepreneur
- ❑ Franquicias hoy
- ❑ Metodología Diest de desarrollo de franquicias