



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el
emprendimiento de la población económicamente activa en la
Ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico - Trabajo de Graduación)

Sergio Francisco Tobar López

Guatemala, agosto 2020

**Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el
emprendimiento de la población económicamente activa en la
Ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Sergio Francisco Tobar López

Lic. Marvin Arturo Pérez Estrada (**Asesor**)

M. Sc. Silda Iliana Miranda Medina (**Revisora**)

Guatemala, agosto 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cóbar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Licenciado Fernando Ajanel

Coordinador

Guatemala 15 de marzo de 2020

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presentes

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo científico titulado **“Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la Ciudad de Guatemala”** y confirmo que respete los derechos de autoría de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad por la publicación del presente estudio y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.



Sergio Francisco Tobar López
Administración de Empresas
No ID.: 000007455

REF.: C.C.E.E.LIC.ADMON.A03-PS.005.2020

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 1 DE JULIO DE 2020**

DICTAMEN

Tutor: Licenciado Marvin Arturo Pérez Estrada
Revisor: Licenciada Maricruz Barillas
Carrera: Licenciatura En Administración de Empresas

En el Artículo Científico titulado: "Adquisición de franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la ciudad de Guatemala,"

Presentada por: Sergio Francisco Tobar López.
Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado

M.A. Romaldo Antonio Guzmán Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 24 de marzo de 2020

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo científico titulado: **"Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la Ciudad de Guatemala"**, realizado por Sergio Francisco Tobar López, carné 000007455, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



Lic. Marvin Arturo Pérez Estrada
Colegiado Activo 17,774

Guatemala, 10 de abril 2020

Señores

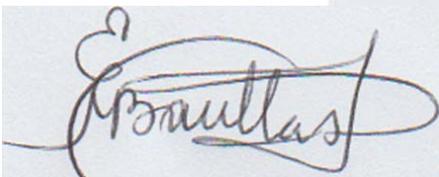
Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al artículo científico titulado: **“Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la ciudad de Guatemala”**, realizado por Sergio Francisco Tobar López, carné 000007455, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lcda. Maricruz Barillas

Colegiado No. 059

Dedicatoria

- A Dios** A quien dedico mi carrera y título universitario, por permitirme la dicha de estar con salud y vida y poner en mi interior el deseo de realizarme como profesional, por recordarme cada día que sus planes siempre son de bien, a mi Padre sea siempre sea el poder, honor y la gloria.
- A mi familia:** Por apoyarme en todo momento, por alentarme siempre para ser mejor cada día, porque sus consejos y su compañía me llenan de energía y del anhelo para alcanzar mis metas y mis sueños.
- A mis catedráticos:** Por toda su dedicación y profesionalismo por su valiosa enseñanza, que hoy forman parte de mí, y que sin lugar a dudas se verán reflejadas en el ejercicio de mi profesión.
- A mis amigos:** con los que he compartido y me han apoyado y me han animado a seguir adelante, por mostrarme que con esfuerzo es posible alcanzar las metas, Dios los bendiga.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Pregunta de investigación	2
1.3. Objetivos de investigación	2
1.3.1. Objetivo general	2
1.3.2. Objetivos específicos	3
1.4. Investigación Descriptiva	3
1.5. Sujetos de investigación	3
1.6. Alcance de la investigación	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7. Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo de muestra finita	5
1.8. Definición de los instrumentos de investigación	6
1.9. Recolección de datos	7
1.10. Procesamiento y análisis de datos	7
Capítulo 2	7
Presentación de Resultados	8
2.1 Presentación de Resultados	8

Capítulo 3	25
Discusión	25
3.1 Extrapolación	25
3.2 Hallazgos y Análisis General	29
3.3 Conclusiones	31
Referencias	32
Anexos	33

Abstract

La franquicia es un sistema de colaboración contractual entre dos empresas jurídicas y económicamente independientes en virtud de la cual, una de ellas franquiciador cede a la otra franquiciado, a cambio de determinadas contraprestaciones económicas, el derecho a utilizar una marca y a comercializar.

La falta de regulación de contratos de Franquicias en Guatemala ocasiona que el clausulado del contrato quede a voluntad del franquiciante o franquiciado. El presente artículo plantea un análisis de la adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la Ciudad de Guatemala.

Para la obtención de datos se utilizó la encuesta como herramienta en la recopilación de información y así determinar los procedimientos de la adquisición de franquicias, los resultados indicaron cuáles son los modelos y el impacto de franquicias en Guatemala.

Introducción

El desarrollo de sistemas de franquicias, ha tomado importancia en el sector comercial, específicamente en la creación de nuevos conceptos que operen efectivamente, tanto en los mercados locales como internacionales.

La franquicia funciona como una oportunidad de distribución y expansión de marcas, En Guatemala existe desconocimiento del manejo de franquicias, sin embargo muchos emprendedores y personas económicamente activas, cuando piensan en crear un negocio optan por una franquicia y no en la creación de una empresa propia, en principio por el atractivo que ofrece comercializar productos bajo una marca reconocida, pero en muchas ocasiones el desconocimiento del mercado, la falta de conocimiento técnico, no contar con el suficiente capital para realizar la inversión requerida y la recuperación a largo plazo, constituyen una debilidad en los emprendimientos basados en franquicias.

En el primer capítulo se menciona la metodología utilizada para esa investigación se utiliza la investigación descriptiva porque solo busca poner de manifiesto información relevante que las empresas para la optimización de los recursos humanos, recursos tecnológicos y recursos financieros, es primordial que las empresas estén constantemente a la vanguardia de la tecnología, la forma de elegir a la muestra representativa, se indica el instrumento de investigación y la forma de recolección y presentación de resultados.

En el capítulo dos, se muestran los principales resultados a través de gráficas de pie para facilitar la interpretación de datos que incluyen los resultados numérico y porcentuales de la investigación; en el capítulo tres se muestran los resultados y hallazgos relevantes del trabajo de campo, incluye análisis, extrapolación de información sobre las franquicias, para finalizar con las conclusiones que dan respuesta al tema de la adquisición de franquicias en la Ciudad de Guatemala.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Una franquicia constituye un sistema de venta de productos o servicios de una marca determinada, dentro de una tienda o centro de comercialización de otro propietario; esta relación surge de un vínculo jurídico, entre el dueño de un determinado producto y un individuo o empresa que utiliza la marca, características, diseños y demás elementos con fines comerciales, dentro de un marco de condiciones y derechos.

En Guatemala existe desconocimiento del manejo de franquicias, sin embargo muchos emprendedores y personas económicamente activas, cuando piensan en crear un negocio optan por una franquicia y no en la creación de una empresa propia, en principio por el atractivo que ofrece comercializar productos bajo una marca reconocida, pero en muchas ocasiones el desconocimiento del mercado, la falta de conocimiento técnico, no contar con el suficiente capital para realizar la inversión requerida y la recuperación a largo plazo, constituyen una debilidad en los emprendimientos basados en franquicias.

Para lograr ejecutar los recursos tecnológicos es primordial que las empresas estén constantemente a la vanguardia de la tecnología. A través de un adecuado uso, las franquicias pueden lograr una presencia y posicionamiento de marca con menos costo y menos esfuerzo; las tareas de control de inventarios, finanzas y recursos humanos, mejoran notablemente; la calidad de los procesos productivos aumenta; se diversifican los esquemas de consumo y crecen estrategias de multiplicidad e internacionalización de un negocio.

La investigación y creación de diversas estrategias tecnológicas produce un acercamiento al consumidor de una forma novedosa la cual permite al cliente una percepción de ésta como una firma de vanguardia, creatividad de punta y sobre todo que tiene visión a futuro, lo cual puede ser una herramienta muy útil para la expansión y crecimiento de una franquicia.

Al emprender con una franquicia se comienza con un negocio donde la marca está acreditada, esta razón constituye el factor principal en la decisión de adquirir una franquicia y firmar un contrato por varios años, sin embargo, el franquiciatario, en la mayoría de ocasiones, incursiona en un negocio en el que desconoce cómo afrontar el reto en la economía guatemalteca.

Otro aspecto que aumenta la complejidad del manejo de franquicias, es la falta de conocimiento para posicionar la marca de la empresa en el mercado local, careciendo de recursos de marketing, lo que conlleva altos costos. Estos son los principales problemas para el emprendimiento de un negocio de Franquicias.

De acuerdo al artículo Contrato de franquicias, conoce las gestiones que merecen tu atención; indica Wayne Maillet, autor del libro Franchising Demystified, The Definitive Franchise Handbook, el contrato de franquicia puede transformarse en un documento extenso y complejo, debiendo tomar en cuenta lo siguiente: El valor inicial para iniciar la franquicia, las tasas en curso, como derechos de autor y fondo de propaganda, la duración o plazo del contrato, las obligaciones acerca del sistema operacional de la franquicia, que obligaciones de marketing y publicidad, las obligaciones del franquiciador, los derechos de renovar o vender el contrato de la franquicia.

Maillet explica que el franquiciado tiene el derecho de usar la marca y el sistema operacional del franquiciador, pero estas también son obligaciones firmadas en el contrato. Con eso, el franquiciador garantiza que la marca mantendrá su unidad y que los procesos, que ya se comprobaron exitosos, serán repetidos de forma fiel.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Es la adquisición de Franquicias una herramienta efectiva para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la ciudad de Guatemala?

1.3 Objetivos de Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar si la adquisición de franquicias representa una herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la ciudad de Guatemala.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Describir las ventajas y beneficios de los franquiciados.
- Identificar los retos de los franquiciados.
- Definir las principales necesidades de conocimiento de un franquiciado para el manejo exitoso de un negocio.

1.4. Definición del tipo de investigación

El tipo de investigación se presenta es de tipo descriptivo pues busca evaluar el registro general de la situación de las franquicias, donde el interés primordial es generar una bitácora que relate con detalle técnico el fenómeno investigado, la sociedad guatemalteca no tiene un conocimiento amplio de las franquicias. Pero muchas personas económicamente activas en Guatemala las confunden con distribuidor o concesión comercial, o creen que es un método para traer a nuestro mercado negocios de los países más desarrollados.

Pocos guatemaltecos saben que las franquicias pueden nacer en cualquier país, y llegar a cualquier país. Casi nadie se imagina que la franquicia podría ser el medio idóneo para expandir y mejorar su propia empresa.

1.5 Sujetos de investigación

La segmentación de franquicias fue estudiada por medio de variables geográficas, que es a donde irán dirigidos los servicios o productos de las franquicias del sector operativo en la ciudad de Guatemala, también se utilizó la variable demográfica enfocada en recopilar información respecto al sexo, religión y escolaridad de los involucrados para el estudio de sus comportamientos.

Esta población segmentada forma parte del mercado de consumidores. Son clientes potenciales, posibles compradores de productos y servicios que las marcas tratan de identificar como su target idóneo.

En cuanto al estudio psicográfico se pretende definir como son las personalidades, estilos de vida, valores, actitudes e intereses de las personas; todo esto con el fin de entender su forma de pensar y sus anhelos de vida. Así pues, se aplica la variable conductual para estudiar los hábitos de las

personas en cuanto a jornadas de trabajo, horarios, comportamiento, entre otros factores. Se entrevistarán hombres y mujeres entre los 25 y 60 años, emprendedores, con capacidad económica, que adquirieron una franquicia en Guatemala.

1.6 Alcance de la Investigación

1.6.1 Investigación Temporal

En cuanto al estudio de investigación está comprende desde el 15 de octubre del año 2,019 al 20 de abril de año 2,020, un tiempo de siete meses y cinco días, está investigación basada sobre la adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económica activa en la ciudad de Guatemala.

1.6.2 Investigación Geográfica

El estudio se realizará en tres zonas de la ciudad capital de Guatemala, las cuales son: zona 10, zona 13 y zona 14, en donde se pasarán las encuestas.

1.7 Definición de la Muestra

1.7.1 Muestra finita

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra, solo podrán referirse a la población en referencia.

La expresión población se usa para indicar el conjunto de elementos del cual se extrae la muestra y las poblaciones por su tamaño pueden definirse en infinitas o finitas, para este estudio la muestra será finita y la se define con la formula reflejada en la imagen no 1.

Gráfica no. 1: Fórmula para el cálculo de la muestra finita

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Fuente: Elaboración propia, 2020

De acuerdo a la Asociación Guatemalteca de Franquicias, en Guatemala operan al año 2,019, existen 384 franquicias registradas en Guatemala en el área de investigación.

No fue empleada una prueba piloto por lo que se ha determinado el utilizar valores de 0.5 para las probabilidades de éxito y las probabilidades de fracaso, las cuales están representadas por las letras p y q.

El nivel de confianza utilizado en la muestra asciende al 0.93 que de acuerdo a la tabla de valores de Z este porcentaje de confianza se representa en 1.81; se estableció también un error muestral de 0.08.

Ya con la información obtenida se procede a calcular el tamaño de la muestra a continuación:

La fórmula a utilizar es

N = Población (384)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = probabilidad de fracaso (0.5)

z = Nivel de confianza (1.81)

e = Error de muestra (0.08)

Gráfica no. 2: Cálculo para la obtención de la muestra

$$n = \frac{1.81^2 * 384 * 0.5 * 0.05}{0.08^2 * (384 - 1) + (1.81^2 * 0.5 * 1)}$$
$$n = 76$$

Fuente: Elaboración propia, 2020

El resultado reflejado es de 76 personas siendo esta la muestra para la investigación

1.8 Instrumentos de investigación

La encuesta es una técnica aplicada en la investigación que favorecen a la obtención de datos necesarios para el correcto análisis de un grupo de personas que son objeto de estudio. Este tipo de herramienta sin duda genera confiabilidad y hace que el procedimiento para obtenerla información sea más rápido y eficaz.

La instrumentación consiste en el diseño de un cuestionario o de una cédula de entrevista elaborados para medir opiniones sobre eventos o hechos específicos. Los dos anteriores instrumentos se basan en una serie de preguntas. En el cuestionario las preguntas son administradas por escrito a unidades de análisis numerosas. En una entrevista las respuestas a las cuestiones pueden escribirse en la cédula de entrevista o puede llevarse en una interacción cara a cara.

1.9 Recolección de Datos

La recolección de datos se refirió al uso de diversidad de técnicas y herramientas que se utilizaron para desarrollar los sistemas de información, los cuales utilizamos una encuesta.

Este consiste en las visitas a la zona 10, zona 13 y zona 14, es donde realizamos el trabajo de campo.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Posteriormente al aplicar las encuestas para la recopilación de datos se procedió a tabular por medio de una hoja electrónica en Excel, para posteriormente presentar las gráficas de tipo circular para la discusión y análisis de resultados estableciendo las conclusiones de la información procesada.

Capítulo 2

Presentación de Resultados

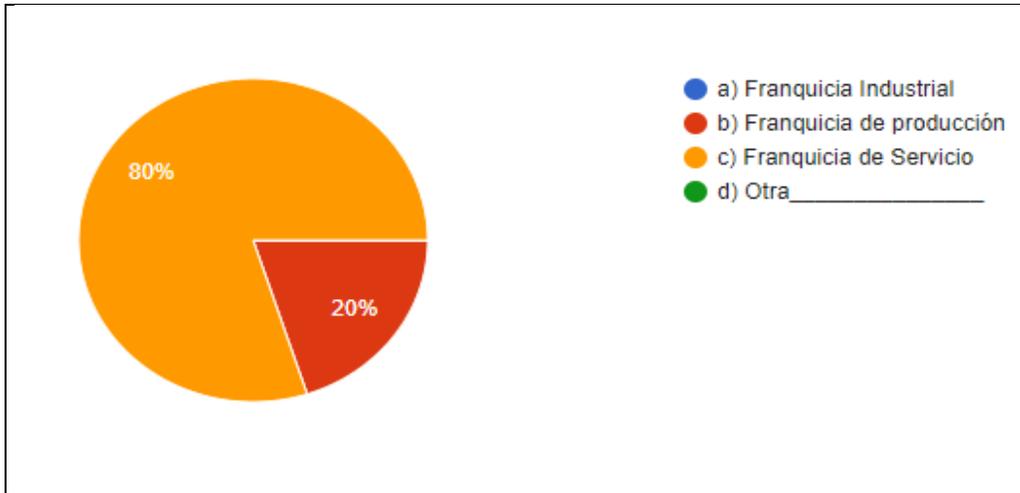
2.1 Presentación de resultados

En este capítulo se da a conocer los resultados obtenidos por medio del instrumento de investigación, éste consistió en una encuesta de 16 preguntas las cuales van relacionadas al objeto de estudio y se pretende procesar la información obtenida para el análisis de la gestión del talento humano como herramienta para incrementar la motivación en las empresas que cuentan con personal operativo en las zonas 10, 13 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

A continuación se presentan los gráficos de los resultados obtenidos con una muestra de 76 franquiciados de las zonas de estudio:

Gráfica No.1

¿Cuál es el modelo de Franquicia que usted adquirió en Guatemala?

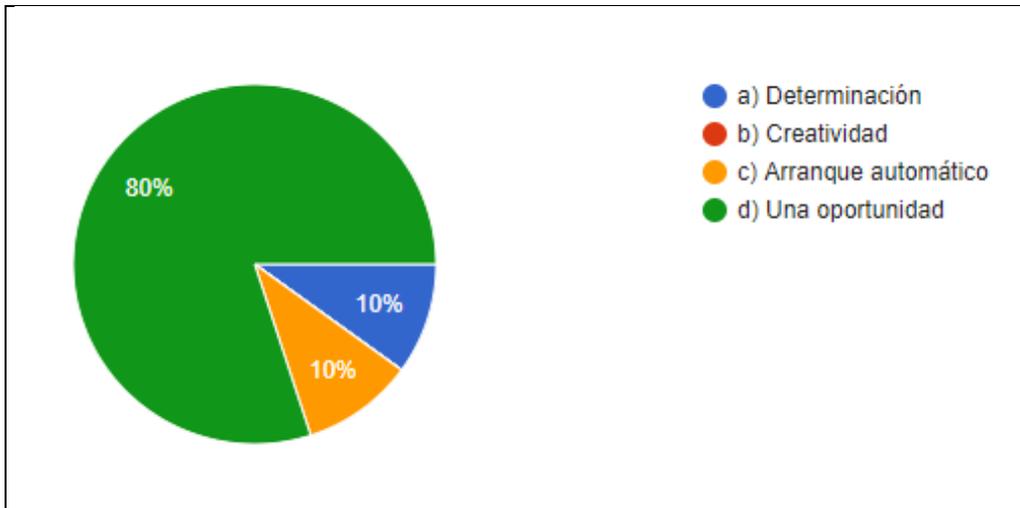


Fuente: elaboración propia, año 2020

El 80% de Franquiciados indicó que en Guatemala el modelo de servicio, es el óptimo para trabajar Franquicias, mientras que el 20% indicó que la franquicia de producción es la ideal.

Gráfica No.2

¿Qué cualidad hizo que usted se hiciera un franquiciado?

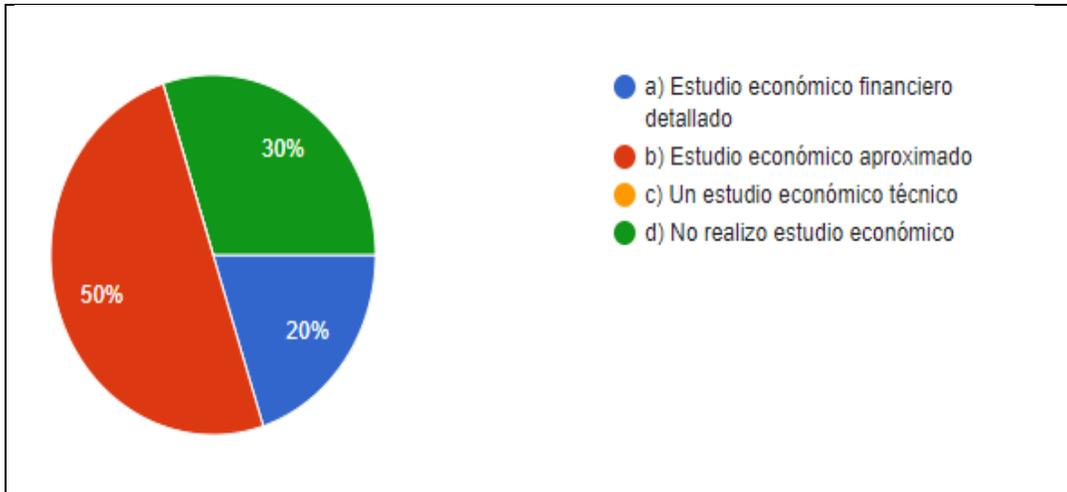


Fuente: elaboración propia, año 2020

El 80% de Franquiciados indicó que en Guatemala, tuvieron como cualidad una oportunidad para adquirir la franquicia, el 10% indicó que obtuvieron la Franquicia por determinación propia, y el 10% final obtuvo la Franquicia por un arranque automático.

Gráfica No.3

¿Qué tipo de estudio económico financiero realizo previo a la adquisición de la Franquicia?

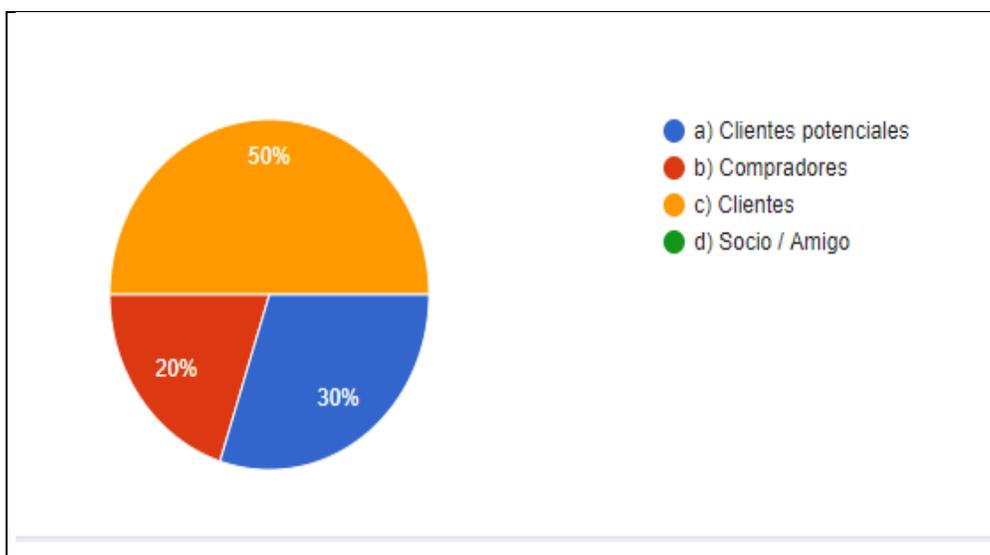


Fuente: elaboración propia, año 2020

El 50% de Franquiciados indicó que para adquirir una franquicia realizaron un estudio económico financiero aproximado, el 30% de franquiciados no realizo estudio económico, y el 20% final realizo estudio económico financiero detallado.

Gráfica No.4

¿En la franquicia que adquirió que tipo de clientes son los que le visitan con más frecuencia

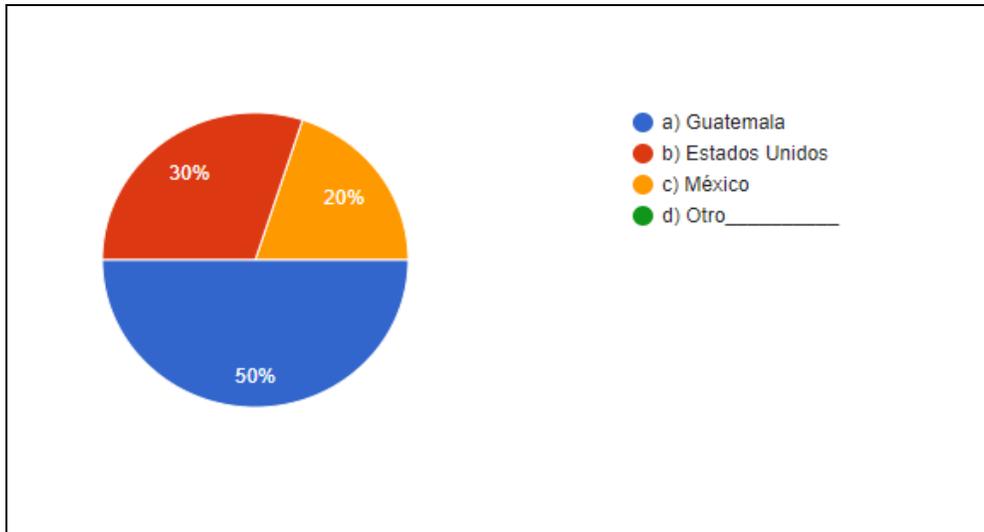


Fuente: elaboración propia, año 2020

El 50% de Clientes que visitan la Franquicia con más frecuencia son clientes que tienen fidelidad con la marca, el 30% de los clientes que visitan son clientes potenciales, y el 20% final son compradores.

Gráfica No.5

¿La Franquicia que usted opera de que País es originaria?

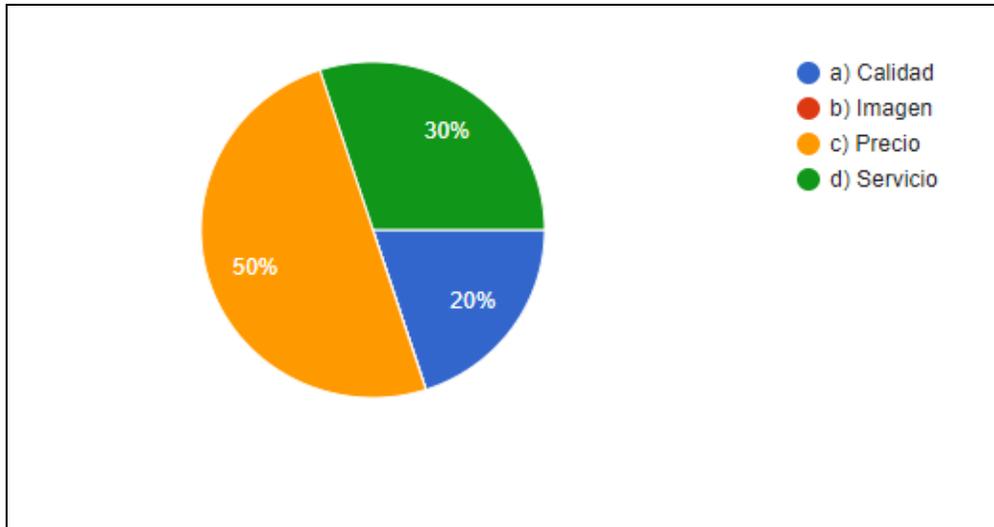


Fuente: elaboración propia, año 2020

El 50% de Franquiciados opera con una Franquicia guatemalteca, el 30% de los franquiciados opera una Franquicia americana y el 20% final opera con una franquicia mexicana.

Gráfica No.6

¿En las sucursales de Franquicias que usted adquirió cual es el factor principal de compra?



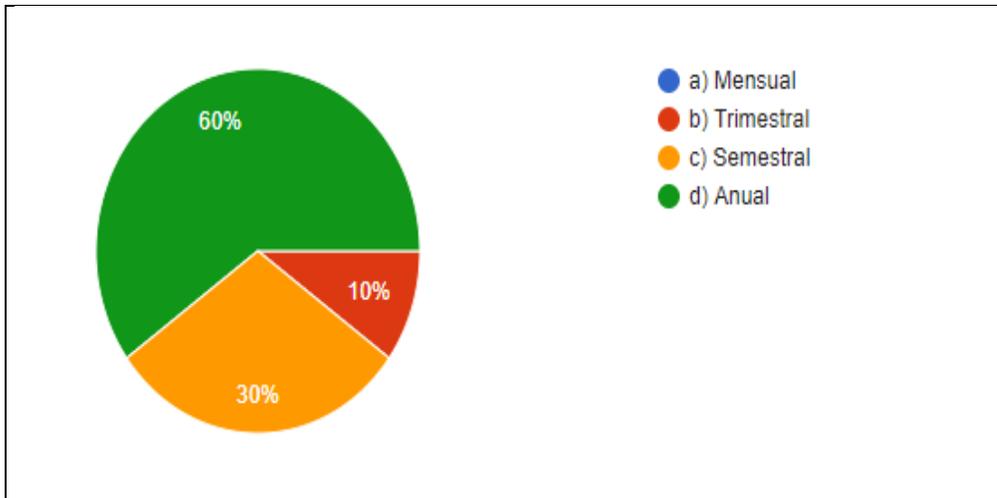
Fuente: elaboración propia, año 2020

En las sucursales de Franquicia que se adquirieron el factor principal de compra es el 50% por precio, el 30% indican que el servicio es importante para realizar compra y el 20% final indican que la calidad es lo más importante.

Gráfica No.7

Cada cuanto tiempo recibe capacitación de la Franquicia

¿Cada cuánto tiempo le dan capacitación o actualización sobre franquicias como franquiciado?

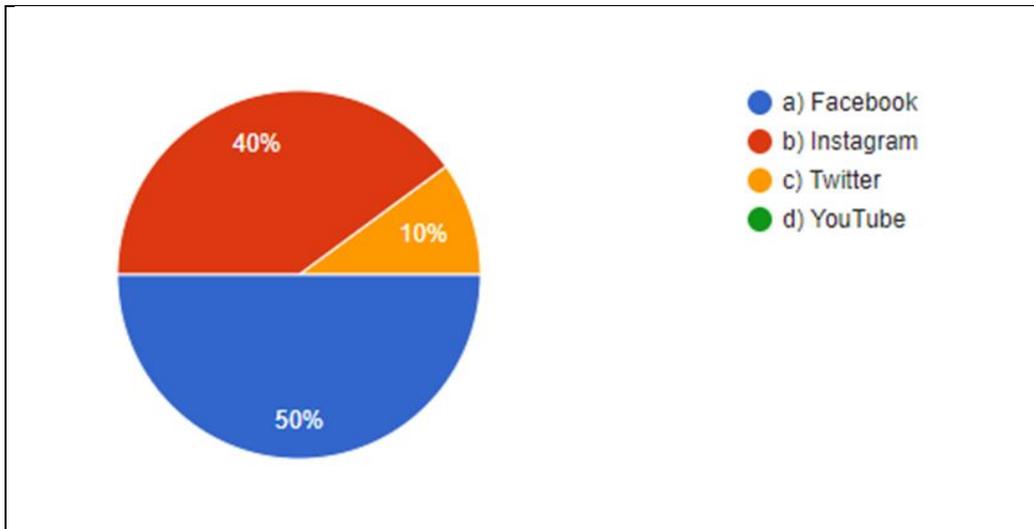


Fuente: elaboración propia, año 2020

Cada cuanto tiempo le dan capacitación o actualización sobre la marca adquirida al franquiciado, el 60% recibe capacitación anual, el 30% de franquiciados recibe capacitación semestral y el 10% recibe capacitación trimestral.

Gráfica No.8

¿Cuál es la red social en la que más interactúan los clientes con su Franquicia?

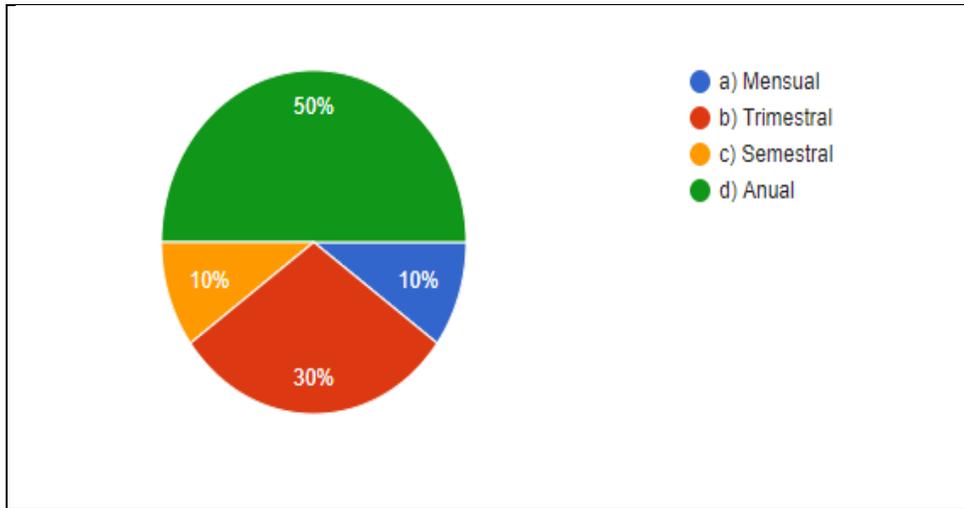


Fuente: elaboración propia, año 2020

La red social por medio de la cual los clientes interactúan con la marca franquiciada es 50% Facebook, el 40% por medio de Instagram y el 10% final interactúa por medio de twitter

Gráfica No.9

¿Cada cuánto tiempo actualizan los manuales de operación?

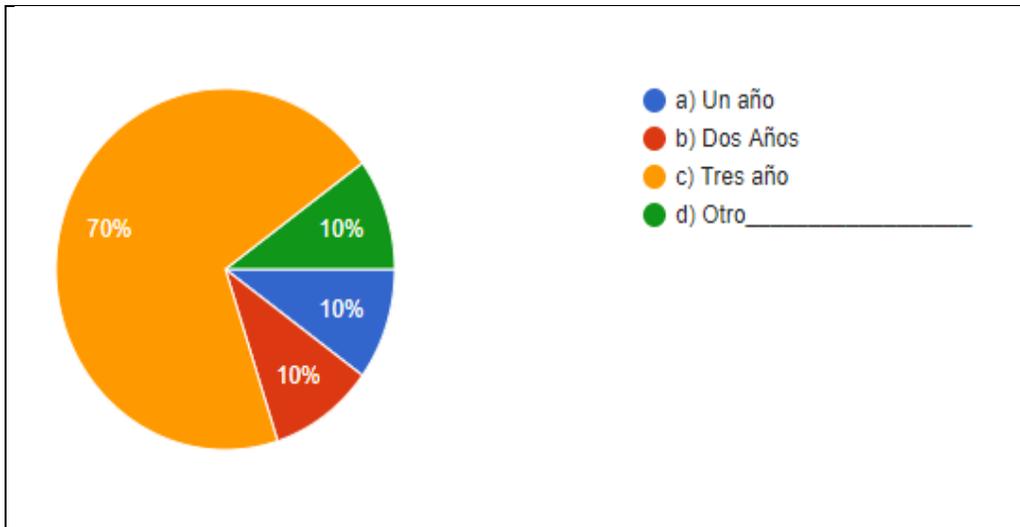


Fuente: elaboración propia, año 2020

Los franquiciados en Guatemala actualizan los manuales de operación, el 50% lo actualiza anualmente, el 30% actualiza sus manuales trimestralmente, el 10% actualiza los manuales de operación semestralmente, y el 10% final actualiza los manuales de operación mensualmente.

Gráfica No.10

¿Cuánto tiempo dura el contrato de la Franquicia que usted adquirió?

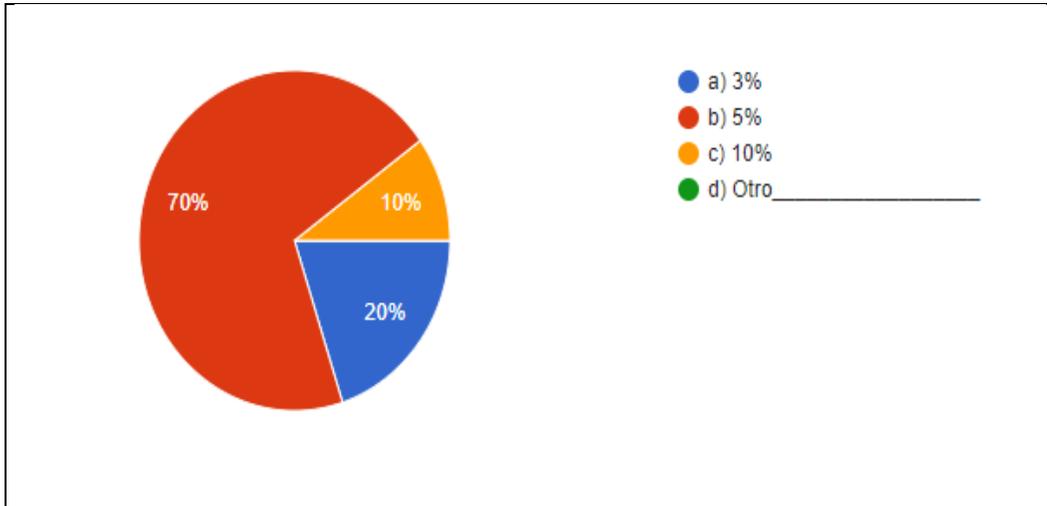


Fuente: elaboración propia, año 2020

Los franquiciados en Guatemala indican del tiempo del contrato de la franquicia que adquirieron, el 70% adquirió la franquicia por tres años, el 10% indicó que adquirió el contrato de franquicia por dos años, el 10% indica que adquirió el contrato por un año, y el 10% final indicó que adquirió el contrato por una variedad de periodo.

Gráfica No.11

¿Cuál es el porcentaje de regalías que le pagara mensual a la Franquicia que usted adquirió?

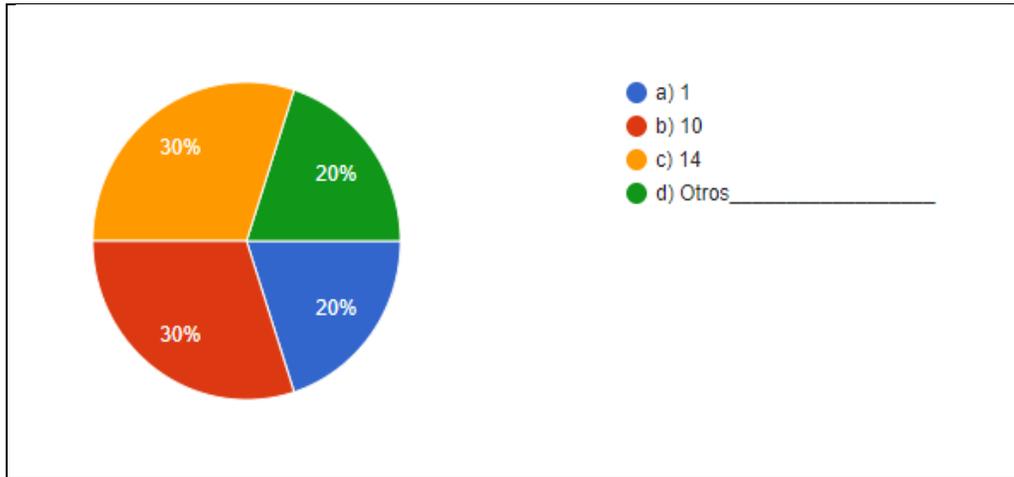


Fuente: elaboración propia, año 2020

El porcentaje de regalías que pagan mensual sobre las ventas mensuales a la franquicia indicaron los franquiciados que el 70% pagan el 5% de regalías mensuales, el 20% indico que pagan el 3% de regalías mensuales, y el 10% final paga el 10% de regalías mensuales.

Gráfica No.12

¿En qué zonas de la ciudad Capital está posicionada su Franquicia?

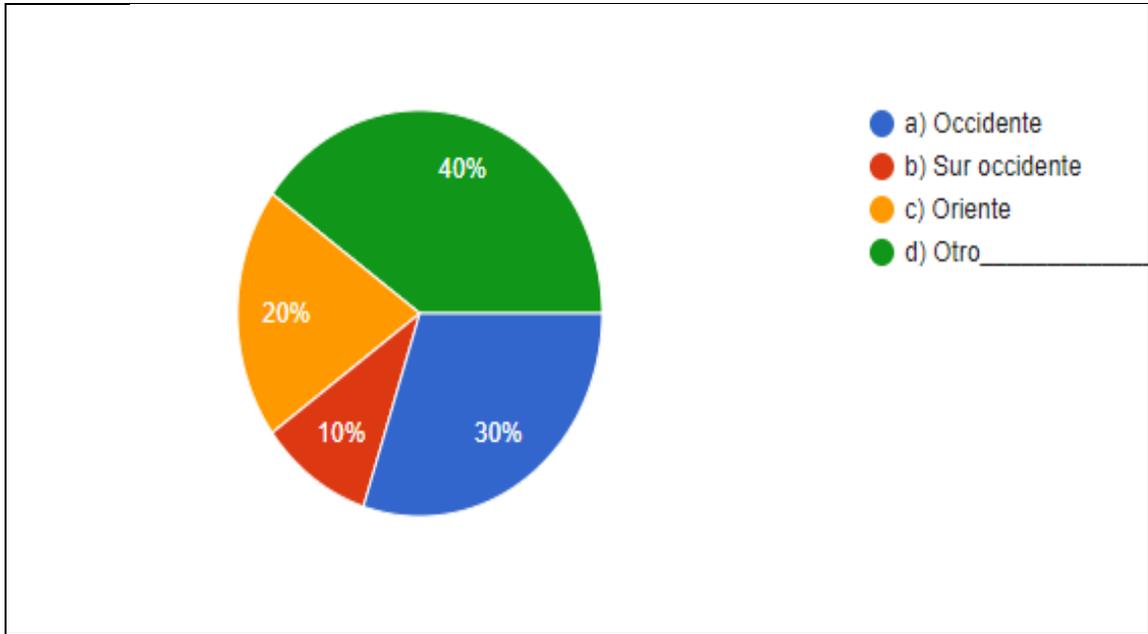


Fuente: elaboración propia, año 2020

Las zonas de la ciudad de Guatemala donde operan las operaciones de los franquiciados son: 30% opera en la Zona 14 de la ciudad de Guatemala, el 30% opera en la zona 10 de la ciudad de Guatemala, el 20% tiene operaciones en la zona 1 de Guatemala, y el 20% final en otras zona de la ciudad capital.

Gráfica No.13

¿En qué Zona geográfica departamental de Guatemala tienen operando otros puntos del negocio de la Franquicia?



Fuente: elaboración propia, año 2020

Las zonas geográficas de la ciudad de Guatemala donde operan otros puntos de negocio de la franquicia son: 40% en varias zonas geográficas de la ciudad de Guatemala, el 30% en el occidente de Guatemala, el 20% en oriente de Guatemala y el 10% final en suroccidente de Guatemala.

Gráfica No.14

¿Le parece el horario de atención al público establecido por la franquicia?

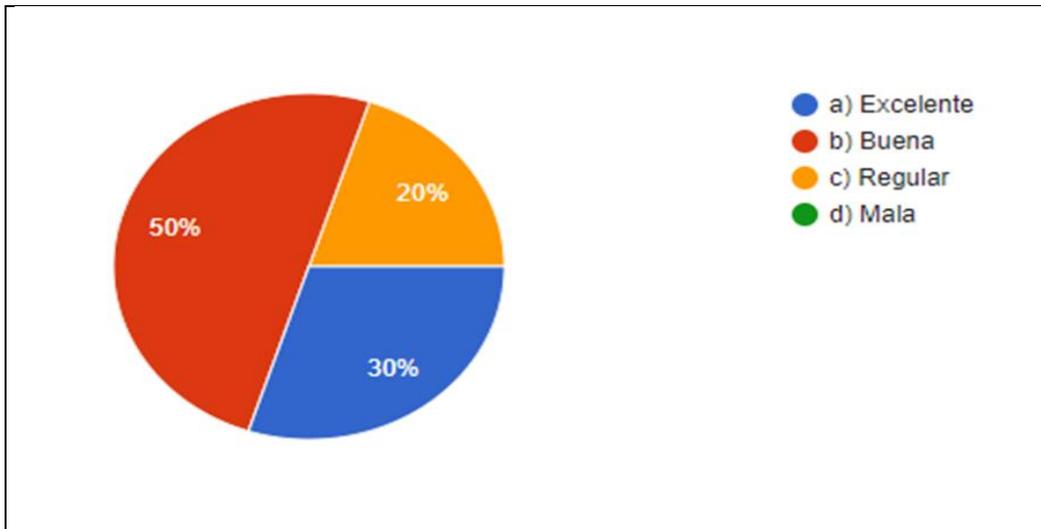


Fuente: elaboración propia, año 2020

El horario de atención al público establecido por parte de la franquicia indican el 80% de entrevistados que están de acuerdo con el mismo, mientras el 10% tiende a estar de acuerdo, el 10% final está en desacuerdo con el horario establecido por el negocio de la Franquicia.

Gráfica No.15

¿Cómo califica la infraestructura nacional para de negocios de franquicias en Guatemala?



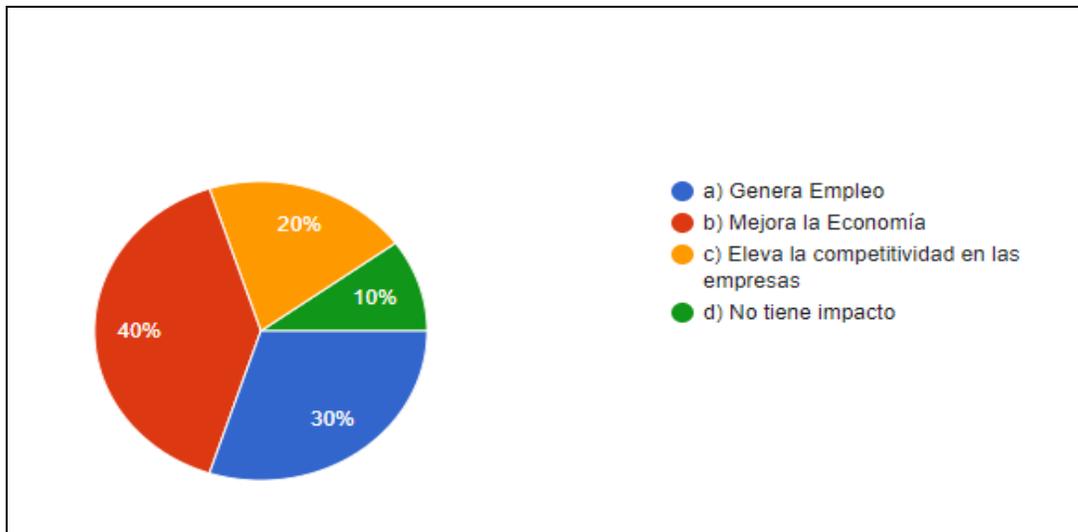
Fuente: elaboración propia, año 2020

Como han calificado la infraestructura de la franquicia en Guatemala el 50% indican que la infraestructura es buena, el 30% indican que la infraestructura es excelente, y el 20% indican que la infraestructura es regular.

Gráfica No.16

Impacto de las franquicias en la economía guatemalteca

¿Qué impacto cree que tiene el negocio de las franquicias en la economía guatemalteca?



Fuente: elaboración propia, año 2020

El impacto que tienen las franquicias en la economía guatemalteca son los siguientes: el 40% indican que mejora la economía, el 30% genera empleo, el 20% eleva la competitividad de empresas, el 10% no tiene impacto las franquicias en Guatemala.

Capítulo 3

Discusión

3.1. Extrapolación

En el presente artículo de investigación científica, se analizó la adquisición de franquicias para facilitar el emprendimiento de las personas económicamente activas en Guatemala y se determinó que es una modalidad contractual en las que intervienen un franquiciante (vendedor) y un comprador (franquiciado), en donde el franquiciante fija condiciones, para asegurarse de la calidad del producto o servicio, y el franquiciado debe seguir estrictamente los métodos y sistemas relativos al funcionamiento del negocio establecidos por el franquiciante, la adquisición de franquicias tiene ventajas y desventajas, todas las sociedades empresariales deben mantener sus relaciones comerciales en un correcto desarrollo, esta relación se maneja de forma ordenada, clara y confiada, los negocios entre ambos franquiciante y franquiciado, no tendrán conflictos que puedan llevar a un término de la sociedad y estarán bajo el objetivo de ganar-ganar.

El presente estudio refleja que la falta de capacitación al franquiciado es uno de los factores que afecta adquisición de franquicias afectando al departamento operativo de las franquicias, colocando los en desventaja respecto con la competencia, ya que no existe un plan efectivo para la inducción y capacitación del personal.

Las franquicias que no emplean programas de capacitación y entrenamiento cuentan con personal sin calidad técnica, así como, baja moral por la poca superación profesional dentro de la organización a la que pertenecen, ya que no hay un incentivo que los motive.

Se considera a la capacitación como una herramienta efectiva que permite mejorar el desempeño de los empleados en el desarrollo de las diversas tareas; por otro lado, esta herramienta tiene el objetivo de sistematizar todas aquellas funciones que estén involucradas en la jornada diaria de los colaboradores.

Mondy, R &Noe (2010) afirman, además, que “la capacitación y desarrollo son el centro de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las capacidades de los empleados y el desempeño organizacional” (p. 202).

Pero la capacitación no debe ser solo vista como la forma tradicional de entrenamiento a un grupo de colaboradores. En 2013, H. Koontz y H. Weihrich señalaron que: “La capacitación en el puesto es un proceso que no termina nunca. Un buen ejemplo es el coaching deportivo. Para que sirva debe hacerse en un clima de confianza entre el superior y los empleados en capacitación.” (p. 260). En todo nivel de la organización es necesario que se capacite al personal para obtener los resultados deseados en persecución de los objetivos plasmados.

Otro factor muy importante es que es necesario un estudio económico financiero, cuando se ha seleccionado ya una determinada franquicia, una vez que ya se han considerado factores como la empatía personal con el negocio, el tiempo que el franquiciado va a dedicar a su negocio, sus aptitudes para desarrollar con éxito el negocio, etc., los futuros franquiciados siempre buscarán aquella que les proporcione una "mayor rentabilidad".

Como asesores de franquicia tendremos que realizar un análisis financiero del modelo de negocio que finalmente hayan seleccionado. Se trata de analizar si el modelo de franquicia reúne las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para emprenderlo.

Los 4 aspectos a revisar en el análisis financiero de la franquicia:

- a) La inversión total de la franquicia, el posible endeudamiento para adquirir la franquicia. En este punto miraremos la inversión total de la marca, se estudiarán los gastos relacionados, el mobiliario, el equipo, la adecuación del local, etc. Todos estos indicadores variarán dependiendo del tipo de franquicia.
- b) Conocer el plan de marketing que se va a realizar, qué costos se tienen mensuales y en qué se van a invertir son datos que también tendremos que consultar en la nueva marca.
- c) Las contraprestaciones relacionadas con el mantenimiento de la franquicia. En este punto se analizarán los pagos a los que queda obligado el franquiciado, importes que estarán

reflejadas en las proyecciones financieras para que el franquiciado conozca el impacto en el resultado del negocio y en los servicios que recibirá del franquiciador por el pago de los mismos.

d) Las proyecciones financieras, que permitan al franquiciado analizar el flujo, la rentabilidad, el retorno de inversión. Distintos escenarios financieros que detallen el punto de equilibrio de cada caso, un escenario conservador o realista y un escenario optimista.

El equipo de consultores analizará con la mayor precisión posible la rentabilidad financiera de la franquicia. Normalmente lo que la central de franquicias proporciona al interesado en las primeras negociaciones es una cuenta provisional de explotación para los 3 - 5 primeros años de la red.

Una vez formalizadas las relaciones entre las partes, la central de franquicias realiza esta misma previsión para el punto de venta concreto que abrirá el franquiciado.

En este punto se analizará: el presupuesto establecido, el balance general, para tener unos datos exactos y determinar la rentabilidad, volumen de ventas, gastos etc.

Este amplio informe financiero te será necesario en caso de que sea necesaria solicitud de financiación bancaria.

Según Sapag, Nassir y Reinaldo (2103) indico que “los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Es decir, en esta etapa se realizan los estados proforma (estado de resultados y balance general), para su posterior análisis mediante el uso de razones financieras”.

Por otra parte pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Sapag, Nassir y Reinaldo (2013) indico que: “Evaluación Económico-Financiera: es la que ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que pretenden determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación, así como una serie de indicadores que servirán como base para evaluar la rentabilidad del proyecto”

En conclusión la evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas. La Evaluación Económica, también, supone que todas las compras y las ventas son al contado y que todo el capital es propio es decir, la evaluación privada económica desestima el problema financiero.

Es importante resaltar que otro hallazgo importante es el tema del desconocimiento del contrato de Franquicias ya que en las últimas décadas han adquirido cada vez mayor importancia estos contratos. Sin embargo, esa expansión no se haya exenta de problemas, puesto que es un contrato atípico. Las consecuencias de no estar regulado legalmente se ponen de manifiesto con el nivel de conflictividad del contrato, sobre todo en cuestiones importantes como indemnización por clientela.

Keup (2005) indico que “El sistema de franquicia como un medio para la expansión de las operaciones de un negocio otorgando a terceros licencia para que se acoplen al sistema bajo un plan específico de mercadeo, usar un nombre o marca comercial en común y por estos derechos dar un pago.” (p45)

Por consiguiente es un contrato entre dos partes, por el cual el franquiciante permite al franquiciado comercializar un cierto producto o servicio bajo su marca y símbolo, contra el pago de un derecho de entrada o de regalías, o de ambas cosas.

Sin embargo, es el franquiciado el que hace la inversión necesaria para el negocio, razón por la cual es un empresario independiente y no un empleado del franquiciante. La franquicia comercial denominada format franchising o franquicia empresaria, es un método de transmisión de la enseñanza para operar un negocio probado.

Por ello cuando se habla de franchising se debe tener presente que este concepto abarca dos aspectos: En su concepción restringida y originaria la franquicia comercial de productos es un contrato que permite la distribución continua y permanente de la producción de un fabricante. En su concepción dinámica y evolucionada la franquicia comercial, llamada business format franchising, es un contrato de empresa, por el que se transfiere un método para administrar y manejar un negocio al que se le concede un monopolio territorial de distribución de un producto o de un servicio identificado con una marca comercial del otorgante y sujeto a su estricto control y asistencia técnica en forma continua.¹⁶ Se puede decir entonces que franquicia es un contrato atípico que no se encuentra aún desarrollado en su totalidad en Guatemala, pero que regula la relación que existe entre una persona llamada franquiciataria, quien le cede a otro su conocimiento de cómo hacer su negocio, el uso de su marca y la asistencia técnica para desarrollar la actividad comercial a cambio de una remuneración .

3.2. Hallazgos y Análisis General

Las personas en Guatemala que tienen solvencia económica, y que están en busca de realizar una inversión, son atraídos por negocios o por la adquisición de franquicias, en muchos casos no realizan un estudio económico financiero, el estudio de la economía les permite entender el sector financiero, los niveles de crédito, las políticas económicas y la actividad económica en general para la correcta toma de decisiones empresariales.

El conocimiento del estudio económico ayuda a que la gestión de una franquicia sea más eficiente Toda decisión financiera por un lado implica un costo y por otro, la obtención de unos beneficios, para conocer la situación de la empresa en un momento determinado.

Si realizamos un análisis de la situación financiera de la franquicia, éste nos va a permitir estudiar la capacidad que tiene la empresa para cumplir sus compromisos de pago, bien sea con proveedores, con bancos o entidades públicas. En todas las franquicias se produce el proceso de comprar bienes y servicios, almacenar, vender, cobrar y con el resultado del proceso obtener los

recursos necesarios para poder pagar a los suministradores de bienes y servicios y volverá iniciar otra vez el proceso.

Otro tema importante es la falta de capacitaciones para el personal en las franquicias, la capacitación, es sin duda una herramienta que ayuda al mejoramiento de los conocimientos y habilidades del personal para alcanzar un buen funcionamiento de la franquicia. Todo gerente deberá tomar en cuenta que las capacitaciones promueven el logro de los objetivos organizacionales.

Cabe resaltar, que la capacitación debe ser constante para asegurar que los colaboradores tengan un correcto desempeño de sus actividades y por ende un incremento en la productividad de la empresa a la que pertenecen.

Asimismo, de las herramientas y ambiente que se otorgue dependerá el clima laboral. Es importante no olvidar la implementación de programas de motivación que promuevan la Satisfacción y el desarrollo del personal.

El reconocimiento es una herramienta de gestión que refuerza la relación de la empresa con los colaboradores, y que origina positivos cambios al interior de una organización, se crea el compromiso mutuo entre empresa y colaboradores, buscando mismos objetivos, vistiendo la misma camiseta para dar lo mejor de sí mismos.

El tema del desconocimiento de franquicias es importante para la toma de decisiones de los emprendedores o interesados en una franquicia ya que es necesario equilibrar tanto las necesidades y obligaciones de los franquiciantes como las de los franquiciatarios.

Es necesario saber que se necesitan mutuamente y que lo que le suceda a uno tendrá repercusiones en el otro, por lo que debe haber un conocimiento completo respecto a la adquisición de Franquicias en Guatemala.

3.3. Conclusiones

La adquisición de Franquicias en Guatemala como herramienta para facilitar el emprendimiento, requiere de un análisis o estudio de la situación financiera de la franquicia, éste va a permitir determinar la capacidad que tiene la empresa para cumplir los compromisos de pago, bien sea con proveedores, con bancos o entidades públicas. En todas las franquicias se produce el proceso de comprar bienes y servicios, almacenar, vender, cobrar y con el resultado del proceso obtener los recursos necesarios para poder pagar a los suministradores de bienes y servicios y volverá iniciar otra vez el proceso.

El personal de las franquicias debe de contar con capacitaciones oportunas, no hay espacios en donde se brinde el entrenamiento técnico operativo para el buen desempeño de actividades y tampoco existe un plan de carrera profesional dentro de la organización. Por lo tanto se pierde la eficiencia en la calidad del trabajo ejecutado. Es necesaria la capacitación constante para garantizar el mejor desempeño, procesos y productos a ofrecer en un mercado tan competitivo de la franquicia.

La adquisición de franquicias tiene ventajas y desventajas, las dos partes realizan un acuerdo mutuo. El franquiciador (el propietario de la franquicia y quien la confiere) autoriza al franquiciado (quien adquiere la franquicia) a utilizar su marca comercial. Para ello, le suministra todo lo que está relacionado con su experiencia empresarial y/o modelo de negocio.

Así el franquiciado obtenga los derechos para ofrecer, vender y distribuir los productos o servicios, que forman parte de esa marca comercial. Asimismo, debe seguir, con total rigurosidad, todo el procedimiento que se derive de ese proceso, por cuyos derechos deberá pagar, según lo establecido entre ambas partes.

Las franquicias resultan ser un reto con ventajas y desventajas, un negocio que vale la pena experimentar y sacarle todos los beneficios posibles haciendo crecer las marcas franquiciadas.

Referencias

Consulta sobre Franquicias (2017) <https://www.consultafranquicias.es/como-franquiciar-un-negocio/el-contrato-de-franquicia/>

El contrato de franquicia en las transacciones comerciales (2016) **Trabajo de investigación:**
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/07/01/Romero-Axel.pdf>

El sistema de franquicia como un medio para la expansión de las operaciones de un negocio
(2015)<https://es.wikipedia.org/wiki/Franquicia>

H. Weihrich, H. Koontz y (2013)**Administración una Perspectiva Global y Empresarial,**
México Distrito Federal, décimo cuarta edición en español, Editorial Mc Graw-Hill/interamericana Editores, S.A.

Información sobre Franquicias (2015) <https://www.infofranquicias.com/cl-15/informacion-franquicias.aspx>

Koontz, Harold y Heinz, Weihrich. (2013) **Administración una perspectiva global y empresarial.** Distrito Federal, México. Editorial Mc Graw Hill.

Mondy, R. Wayne y Noe, Robert M. (2005) **Administración de recursos humanos.** Naucalpan, México. Editorial Pearson Education.

Reinaldo S. y Nassir S. (2013) **Preparación y evaluación de proyectos,** México, Cámara nacional, Editorial industria Editorial.

Anexos

Encuesta sobre La Adquisición de Franquicias como herramienta para facilitar el emprendimiento de la población económicamente activa en la Ciudad de Guatemala

La presente encuesta tiene como objetivo determinar, como usted adquirió la franquicia como herramienta para el emprendimiento de la población económicamente activa en la Ciudad de Guatemala

Encuesta sobre artículo científico de Universidad Panamericana, y para fines de investigación del Tema Adquisición de Franquicias En Guatemala



1. ¿Cuál es el modelo de Franquicia que usted adquirió en Guatemala?

Marca solo un óvalo.

- a) Franquicia Industrial
- b) Franquicia de producción
- c) Franquicia de Servicio
- d) Otra _____

2. 2. ¿Qué cualidad hizo que usted se hiciera un franquiciado?

Marca solo un óvalo.

- a) Determinación
- b) Creatividad
- c) Arranque automático
- d) Una oportunidad

3. 3. ¿Qué tipo de estudio económico financiero realizo previo a la adquisición de la Franquicia?

Marca solo un óvalo.

- a) Estudio económico financiero detallado
- b) Estudio económico aproximado
- c) Un estudio económico técnico
- d) No realizo estudio económico

4. 4. ¿En la franquicia que adquirió que tipo de clientes son los que le visitan con más frecuencia?

Marca solo un óvalo.

- a) Clientes potenciales
- b) Compradores
- c) Clientes
- d) Socio / Amigo

5. 5. ¿La Franquicia que usted opera de que País es originaria?

Marca solo un óvalo.

- a) Guatemala
 b) Estados Unidos
 c) México
 d) Otro_____

6. 6. ¿En las sucursales de Franquicias que usted adquirió cual es el factor principal de compra?

Marca solo un óvalo.

- a) Calidad
 b) Imagen
 c) Precio
 d) Servicio

7. 7. ¿Cada cuánto tiempo le dan capacitación o actualización sobre franquicias como franquiciado?

Marca solo un óvalo.

- a) Mensual
 b) Trimestral
 c) Semestral
 d) Anual

8. 8. ¿Cuál es la red social en la que más interactúan los clientes con su Franquicia?

Marca solo un óvalo.

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) YouTube

9. 9. ¿Cada cuánto tiempo actualizan los manuales de operación?

Marca solo un óvalo.

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Semestral
- d) Anual

10. 10. ¿Cuánto tiempo dura el contrato de la Franquicia que usted adquirió?

Marca solo un óvalo.

- a) Un año
- b) Dos Años
- c) Tres año
- d) Otro _____

11. 11. ¿Cuál es el porcentaje de regalías que le pagara a la Franquicia que usted adquirió?

Marca solo un óvalo.

- a) 3%
- b) 5%
- c) 10%
- d) Otro _____

12. 12. ¿En qué zonas de la ciudad Capital está posicionada su Franquicia?

Marca solo un óvalo.

- a) 1
- b) 10
- c) 14
- d) Otros _____

13. 13. ¿En qué Zona geográfica departamental de Guatemala tienen operando puntos de la Franquicia?

Marca solo un óvalo.

- a) Occidente
- b) Sur occidente
- c) Oriente
- d) Otro _____

14. 14. ¿Le parece el horario de atención al público establecido por la franquicia?

Marca solo un óvalo.

- a) Estoy de acuerdo
- b) Tiendo a estar de acuerdo
- c) Tiendo a estar en desacuerdo
- d) No estoy de acuerdo

15. 15. ¿Cómo califica la infraestructura nacional para aperturar negocios de franquicias en Guatemala?

Marca solo un óvalo.

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

16. 16. ¿Qué impacto cree que tiene el negocio de las franquicias en la economía guatemalteca?

Marca solo un óvalo.

- a) Genera Empleo
- b) Mejora la Economía
- c) Eleva la competitividad en las empresas
- d) No tiene impacto