

Impacto del rol del franquiciante y franquiciatario

Leidy Aguilar ID 539873

Isabel Martínez ID 756088

Proyecto de Grado, Corporación universitaria Minuto de Dios

Especialización en Gerencia de Proyectos

Hernando Parra Docente Asesor

Agosto de 2023

Contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Introducción.....	4
Objetivos	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos	8
Metodología.....	8
Justificación	9
Marco legal.....	12
Hallazgos	13
Artículo	13
Conclusiones	16
Recomendaciones	18
Referencias.....	19

Resumen

El presente escrito, bajo la modalidad de proyecto de investigación, tiene por objetivo analizar las franquicias como alternativa de modelo de negocios considerando que en el actúan dos actores como son: en primer lugar una persona que puede ser natural o jurídica, quién concede el derecho a un tercero para la utilización y explotación de un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual, marcas, nombres comerciales, rótulos, modelos, derechos de autor, entre otros; y en segundo lugar, una persona que, desde la reventa de productos o la prestación de servicios, quien por esta transacción genera y aporta valor agregado para el creador de la marca y para el franquiciado la cancelación de derechos por usar una patente que se encuentra acreditada en el mercado. Por consiguiente, en cualquiera de las dos situaciones anteriores, se debe cumplir con los lineamientos que exige la normatividad legal vigente y se convierte en un escenario de generación de ingresos para las partes intervinientes en este negocio.

A lo anterior se debe sumar que el modelo de franquicia ha evolucionado con éxito en distintos lugares del mundo e independiente del tipo de economía en cada país según sea su grado de desarrollo y madurez, se constituye en una alternativa para el apalancamiento financiero como opción de acceso a capital para promover iniciativas empresariales y/o como alternativa para la sostenibilidad y crecimiento de actividades económicas empresariales.

Palabras clave:

Franquicia, franquiciador, modelo de negocio, emprendimiento, apalancamiento financiero.

Introducción

Desde 1985 empezaron a surgir las franquicias como una alternativas para el apalancamiento financiero de negocios y que en opinión de expertos consideran que el nivel de riesgo frente a otras alternativas de financiación es menor; sin embargo, frente al momento de la toma de decisión por parte del franquiciante y/o franquiciador, se debe sopesar niveles de riesgos que se representan en variables como son la ubicación, es decir, el lugar geográfico donde se desarrolla la actividad comercial, los procesos y trámites para la gestión del contrato; la entrada y/o existencia de la competencia e inclusive si se trata de la entrada a un negocio por parte del franquiciado, entre otros riesgos.

Así pues, se considera pertinente que frente a la decisión de inversión bajo esta modalidad, se evalúe en primer lugar la experiencia en la explotación previa para su comprobación como negocio rentable y que además se contemple que dentro del escenario comercial de la franquicia, no solo se focaliza los roles que desempeñan los dos actores, que de manera independiente tercián en el negocio como son el franquiciado como el franquiciador y desde el escenario jurídico como en el escenario financiero.

Carlos Diez y José González definen la franquicia como "un sistema de cooperación entre empresas diferentes, pero obligadas por un contrato, en virtud del cual una de ellas -la franquiciadora- otorga a la otra (u otras), denominadas franquiciadas, a cambio de unas contraprestaciones (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurándole al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación". (Diez y González, 1998: 4).

Las franquicias se han convertido en el modo de hacer negocios de más rápido crecimiento, pero la explicación más acertada es que las franquicias responden simplemente a una necesidad del mercado. Este aspecto ha sido ampliamente tratado por autores como: Arrubia Paucar J. A. (2009), Diez de Castro (2003), Baena García V. (2008), entre otros. Aunque los resultados económicos que se

obtengan de las franquicias dependerán de las particularidades de cada empresa, de manera general, la franquicia es un negocio factible, donde se obtienen rentabilidades atractivas en un tiempo razonable para la recuperación del capital invertido, pues se sustenta en productos, marcas o servicios que ya cuentan con un reconocido prestigio en el mercado internacional.

Hay que destacar como en todo negocio que dicha decisión se ve permeada por ventajas y desventajas que se pueden relatar; desde las ventajas, la eliminación de riesgos de prueba y error; la asesoría de profesionales idóneos en la materia y la estructura establecida de la franquicia bajo un formato de negocio que por tratarse de un acuerdo comercial entre dos partes, se autoriza a la otra parte para usufructuar bajo el sometimiento del primero, la marca y/o know-how y así poder dar inicio a la explotación comercial. Ahora, desde las desventajas se pueden relatar las referidas a que se requiere una inversión inicial importante; se estable pagos regulares entre otras.

Por lo anterior, la naturaleza u objeto de este trabajo de grado es la exposición de ventajas y beneficios del modelo de negocio de franquicia frente al modelo de negocio comúnmente conocido. Así mismo a lo largo de esta producción académica se aborda la contextualización del modelo de las franquicias aplicado para Colombia, las obligaciones otorgadas para un franquiciante y como tercer punto los aspectos básicos mínimos para una inversión mínima de corto plazo, lo anterior en el marco de una metodología soportada en un enfoque de investigación descriptiva y documental ya que permite a los autores la identificación de variables relacionadas con los términos de negociación soportados en cláusulas de cumplimiento frente a la modalidad de negocios franquicias.

Impacto del rol del franquiciante y franquiciatario en el modelo de negocio

El primer lugar se hace alusión a un contexto como diagnóstico preliminar, considerando que en los últimos años en Colombia se ha incorporado como modalidad de apalancamiento financiero para la expansión de actividades comerciales, La franquicia es un tipo de contrato utilizado en el comercio mediante el cual una parte llamada franquiciador cede a otra llamada franquiciado la licencia de una

marca para su explotación comercial, así como los métodos, procedimientos y tecnología a cambio de pagos periódicos.

<https://www.gerencie.com/la-franquicia.html>

Es de anotar que la franquicia como alternativa de inversión ya sea para las empresas y/o personas naturales. Se constituye en alternativa de acceso a recursos económicos con los que se busca nuevas alternativas de crecimiento y expansión de las actividades económicas empresariales; así mismo, para quienes desean emprender un negocio y con lo que se busca minimizar el riesgo de fracaso del que se ha visto expuesto a número de empresarios y emprendedores.

Según nuestra experiencia en calidad de FRANQUICIADOR podemos esbozar que el modelo de franquicia es conocido en Colombia, como un acuerdo por el cual una parte denominada FRANQUICIANTE autoriza producir, comercializar o distribuir un bien o servicio a otra llamada FRANQUICIATARIO este hace uso de la marca y de transferencia de conocimientos sobre el negocio a cambio de una retribución llamada regalías las cuales son pagadas por el franquiciado de forma periódica. Para un emprendedor en Colombia, las franquicias además de ser una oportunidad son un modelo de negocio que funciona, existen marcas que son económicas para su inversión y da la oportunidad de adquirir y promover una marca que está posicionada en el mercado asegurando un porcentaje de éxito significativo con respecto a los sistemas tradicionales, según Francisco Paillie

Presidente de COLFRANQUICIAAS considera que una franquicia debe asumirse como si fuese un emprendimiento y no una inversión.

Desde Los \$10 millones se puede adquirir una franquicia en Colombia en donde existen 450 marcas competitivas y altamente aceptadas para elegir, pertenecientes a diferentes sectores de la economía.

Fuente de consulta: <https://www.semana.com/emprendimiento/multimedia/entrevista-con-francisco-paillie-de-colfranquicias/249161/>

En Colombia existen entidades como la CÁMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS COLFRANQUICIAS que cada año realiza la feria fanyf donde ofrece información sobre diversas oportunidades de inversión que están a nuestro alcance, también hay portales como www.franquiciascolombia.com y www.masfranquicias.com donde se encuentra todo lo relacionado con las franquicias colombianas y muestra casos de éxito de franquicias nacionales.

Problema de investigación

En Colombia son alarmantes las cifras de negocios independientes que tienden al fracaso según Catalina Ortiz, representante a la Cámara por el Valle del Cauca (Alianza Verde) y primera vicepresidenta de la Comisión de Emprendimiento, destacó la necesidad de crear políticas diferenciales para los emprendedores. La brecha se hace visible en números de la Cámara de Comercio de Bogotá, que calcula que 3 de cada 10 empresas sobreviven en Colombia después de 5 años, mientras que en Bogotá esa cifra es 4 de cada 10.

Fuente de consulta: <https://contamos.com.co/estos-son-los-grandes-problemas-del-emprendimiento-en-colombia/>

este tipo de negocios suelen ser consolidados por personas que quieren generar ingresos adicionales o un modelo de negocio que les permita sostenerse económicamente y posicionarse en el mercado, lo difícil viene cuando no se logra establecer una marca o posicionar un modelo de negocio en el mercado, ya que se ven involucrados por diferentes factores tanto sociales como económicos que no se prevén en la formulación de la creación del mismo, como cambios económicos del país, tributación y la toma de decisiones no acordes al modelo de negocio y de los niveles de riesgos a los que se enfrentan los directivos.

Una cadena de franquicias ofrece cierta seguridad a su inversión, pero ellos corren riesgo de pérdida de el nombre de la marca por tal motivo es que se hace evaluación al inversionista en esta se incluye la ubicación, la competencia cercana, la solvencia económica del franquiciado y la capacitación

de manejo comercial frente al producto o servicio, entre otros, para ellos garantizar el funcionamiento de la marca realizan un contrato de franquicia en el cual se estipula que si hay incumplimiento de alguna normatividad que este planteada por los propietarios de la marca se podrá perder la inversión que se hace. Cada franquicia maneja su propio contrato.

Objetivos

Objetivo General

Describir las ventajas y beneficios que brinda el modelo de inversión de una franquicia para la iniciación de un negocio frente a un emprendimiento tradicional.

Objetivos Específicos

Interpretar la normatividad legal vigente en Colombia Artículo 11 de la Ley 2069 de 2020 establece que “El Gobierno Nacional promoverá el modelo de franquicias como alternativa para el emprendimiento y la expansión de MiPymes. Para estos efectos, reglamentará las condiciones técnicas que definen la franquicia, las obligaciones y el régimen de responsabilidad del franquiciante y el franquiciado.

Analizar las ventajas y desventajas que brinda la franquicia como alternativa de negocio para emprendedores.

Aportar al franquiciado reflexiones de la experiencia adquirida en esta alternativa de apalancamiento financiero para emprendedores.

Metodología

La franquicia como alternativa para el apalancamiento financiero para emprendedores de negocios constituye un objeto de reflexión susceptible de analizar con base en la experiencia adquirida ya sea en el desempeño del rol como franquiciador como franquiciado. Los aportes, hallazgos derivados pueden contribuir a comprender con mayor facilidad las razones que sustentan y soportan las ventajas y desventajas para la toma de decisiones en el rol de emprendedor – inversionista. En consecuencia, esta producción se elaboró con base en el procesamiento de información desde la normatividad legal vigente

en Colombia en el artículo 11 de la Ley 2069 de 2020 establece que “El Gobierno Nacional promoverá el modelo de franquicias como alternativa para el emprendimiento y la expansión de MiPymes. Para estos efectos, reglamentará las condiciones técnicas que definen la franquicia, las obligaciones y el régimen de responsabilidad del franquiciante y el franquiciado, a que haya lugar. Las condiciones técnicas y estrategias definidas por el Gobierno Nacional para promover el modelo de franquicias como alternativa de emprendimiento, en ningún momento podrán representar mayores beneficios que los implementados para promover la creación de nuevas empresas”. Que, de acuerdo con la exposición de motivos de la Ley 2069 de 2020, la ausencia de una regulación específica del contrato de franquicia ha dado lugar a que esta figura pueda confundirse con contratos atípicos e implica que sea necesario acudir al uso de la costumbre mercantil que, si bien es una fuente válida, en ocasiones puede ser contradictoria. Según COLFRANQUICIAS, en Bogotá se estima que hay más de seiscientas (600) marcas en las cuales se constituyen en diez y seis mil (16000) unidades en la industria y el cual tuvo una caída que fue afectada por la pandemia decreciendo en un 1.5% en el año 2020 y recuperándose en el 2021 con un crecimiento del cuatro punto tres por ciento (4.3) demostrando éxito para esta rama de negocio.

Justificación

En Colombia cada día, el emprendedor debe enfrentarse a barreras para la financiación de sus ideas de negocios, pero parece que solo pueden financiarse a través de recursos limitados de sus fundadores. A lo anterior se debe sumar otras razones como son la captación de clientes, la venta y la entrada al mercado y las cargas tributarias y barreras regulatorias que limitan el acceso al emprendimiento con valores diferenciadores como son la incorporación de tecnología y innovación, lo que incide en que los emprendimientos no sean competitivos y fracasen en muy corto plazo.

Es de señalar por parte de los autores, que no se pretende enfatizar que es necesario que se adquiera por parte del emprendedor de franquicias como alternativa para el apalancamiento financiero que permita desarrollar una actividad económica empresarial bajo este modelo de negocio para que se

logre el éxito; lo que se quiere evidenciar es que bajo esta modalidad la tasa de riesgo es menor en cuanto al fracaso porque muchos de los emprendimientos se ponen en marcha sin tener un análisis de mercado; una segmentación de clientes y sin una marca reconocida que les permita tener un posición en el mercado y una probabilidad de éxito.

Por medio de esta producción académica como opción de grado y bajo la modalidad de artículo, se pretende llamar la atención de las personas, empresas o inversionistas que estén interesados en incursionar en un nuevo modelo de negocio o realizar inversiones que generen rentabilidad con un porcentaje diferenciador frente a otras alternativas de inversión como puede ser un CDT, entre otras se evidencia que este tipo de negocio genera beneficios para el inversionista.

Contexto de la franquicia como alternativa para el apalancamiento financiero

Las franquicias representan una alternativa para el apalancamiento financiero para la puesta en marcha de negocios de emprendimiento porque se evidencia a través del contenido simbólico y económico de las marcas. Sin embargo, los autores de esta producción literaria antes de adentrarse al mundo de las franquicias son importante su reflexión frente a la comprensión de su naturaleza, las ventajas, desventajas y niveles de riesgos descritos en párrafos anteriores.

Para esto, partamos del siguiente hecho: según Portafolio en una edición especial acerca de franquicias,

“Hoy en día, la franquicia se ha convertido en uno de los modelos de negocio más exitosos a nivel mundial. La disminución de riesgos, el rápido crecimiento, la recordación en los clientes y el acompañamiento, son algunos de los beneficios que hacen que este esquema sea considerado ala hora de emprender, brindando a sus adquisidores resultados a mediano y corto plazo” (Portafolio, 2017).

Ahora con respecto al contexto en que se realiza la franquicia, este se constituye en un tipo de negocio donde se puede mantener una estrecha relación por tiempos prolongados donde se generan beneficios para las dos partes intervinientes. Lo que se trata de explicar es que el franquiciador cede el

derecho a la explotación de un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual, marcas, nombres comerciales, rótulos, modelos, derechos de autor, entre otros para la reventa de productos o la prestación de servicios y así poderse expandir y en dicha relación comercial se aporta desde el rol de franquiciante; quien es el creador de la marca y decide expandirse por medio de terceros y desde el rol de franquiciado, este último quién cancela unos derechos por usar una patente que ya está acreditada y genera para la marca o patente ya posicionada en el mercado acceso a ingresos y rentabilidad.

Con base en lo anterior, vale la pena resaltar las obligaciones del franquiciatario entre las que se denotan seguir los métodos establecidos por el franquiciante para el óptimo funcionamiento del negocio; la comercialización únicamente del servicio o el producto que el franquiciante proporcione; la disponibilidad de un espacio físico y contar con personal para la ejecución de la franquicia lo requiere; comprender y adaptarse a la filosofía y a la identidad corporativa de la marca; se repete las normativas y directrices establecidas en el contrato comercial; se use los métodos promocionales y publicitarios que brinde el franquiciante y por último, se contribuya al éxito de la red de franquiciantes, sin incurrir en faltas a las políticas de la franquicia.

Ahora, con respecto a los derechos del franquiciatario, se utilice la marca, la identidad corporativa y el modelo de negocio para emprender con baja inversión; se adquiera la publicidad que el franquiciante debe otorgar para el correcto manejo de la franquicia; se solicite asesoría y acompañamiento para el personal involucrado en la franquicia; se cuente con el respaldo de la marca, lo que se refiere a una constante asesoría en la selección del lugar más adecuado, estudios de mercado.

Una vez realizado un recorrido por los derechos y obligaciones desde el franquiciatario, se aborda lo referente al franquiciante; ellas se enmarca en disponer de una marca, producto o servicio debidamente registrado e introducido en el mercado con éxito probado; la transferencia con claridad de las obligaciones contractuales del contrato de franquicia; se cuente con tiendas pilotos que evidencien la rentabilidad; se disponga de manuales operativos que soporten el éxito comercial y económico y se

otorgue a los franquiciatarios servicios permanentes de seguimiento, comunicación interna, investigación, apoyo y marketing.

Marco legal

Artículo 11 de la Ley 2069 de 2020 establece que “El Gobierno Nacional promoverá el modelo de franquicias como alternativa para el emprendimiento y la expansión de MiPymes. Para estos efectos, reglamentará las condiciones técnicas que definen la franquicia, las obligaciones y el régimen de responsabilidad del franquiciante y el franquiciado, a que haya lugar. Las condiciones técnicas y estrategias definidas por el Gobierno Nacional para promover el modelo de franquicias como alternativa de emprendimiento, en ningún momento podrán representar mayores beneficios que los implementados para promover la creación de nuevas empresas”. Que, de acuerdo con la exposición de motivos de la Ley 2069 de 2020, la ausencia de una regulación específica del contrato de franquicia ha dado lugar a que esta figura pueda confundirse con contratos atípicos e implica que sea necesario acudir al uso de la costumbre mercantil que, si bien es una fuente válida, en ocasiones puede ser contradictoria. El contrato de franquicia no dispone de una regulación legal específica. Al ser un contrato de naturaleza atípica, en esta prima el principio de autonomía de las partes por este motivo se considera que las partes a evaluar inicialmente sería la extinción del contrato mirando que podría incurrir para que esto sucediera y considerando el no llegar a esta instancia.

Esta actividad comercial, desarrollada por medio de los denominados acuerdos o contratos de franquicia, mejora normalmente la distribución de productos y la prestación de servicios, puesto que da a los franquiciadores la posibilidad de crear una red de distribución uniforme mediante inversiones limitadas, lo que facilita la entrada de nuevos competidores en el mercado, particularmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas, con el consiguiente aumento de la competencia entre marcas. A la vez, permite que los comerciantes independientes puedan establecer negocios más rápidamente y, en principio, con más posibilidades de éxito que si tuvieran que hacerlo sin la experiencia y la ayuda del

franquiciador, abriéndoles así la posibilidad de competir de forma más eficaz con otras empresas de distribución. (artículo 62 de la Ley 7/1996) para llegar a una buena conclusión de que potencialmente tener una franquicia es bueno evaluar todos los acuerdos de esta considerando aspectos como el plan de negocios, el financiamiento, la capacitación entre otros

uno de los primeros procesos por realizar se sugiere que se haga una medición problemática que facilite el encontrar las soluciones ante cualquier adversidad que se pueda presentar.

Hallazgos

Carlos Diez y José González definen la franquicia como "un sistema de cooperación entre empresas diferentes, pero obligadas por un contrato, en virtud del cual una de ellas -la franquiciadora- otorga a la otra (u otras), denominadas franquiciadas, a cambio de unas contraprestaciones (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurándole al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación". (Diez y González, 1998: 4).

Artículo

IMPACTO DEL ROL DEL FRANQUICIANTE Y FRANQUICIATARIO.

Uno de los grandes dilemas en la vida es saber o decir a qué nos vamos a dedicar cómo vamos a llevar el sustento a nuestros hogares y cómo podemos ser felices también en medio de este proceso, en Colombia vivimos una crisis después de la pandemia donde vimos que muchos de los negocios fracasaron o tuvieron que cerrar porque simplemente no se podían mantenerse a flote para poder pagar empleados, insumos, en medio de esto surgen muchas inquietudes y muchas preguntas, tampoco teníamos el conocimiento y ajustarse a las nuevas necesidades siempre es preocupante.

desde pequeños nos inculcan tanto en casa como en el colegio a conseguir un empleo en una empresa y cuidarlo esto no es malo, pero si es falta esa cultura de emprendimiento, le apostamos a tener nuestro negocio propio y surgen las preguntas de: ¿cómo hacerlo? ¿cuál es la mejor manera para poder lograrlo?, ¿cómo hacer que se mantengan el mercado de manera competitiva y que pueda ir

creciendo mi marca?, ¿cómo hacer para no tener pérdida?, muchas de estas inquietudes surgen al momento de qué un emprendedor quiere incursionar en el mercado; sin embargo hay muchas opciones que están a la mano pero que por falta de conocimiento no las tenemos en cuenta, la falta de información acerca de los temas tributarios y legales son una barrera al momento de iniciar nuestro propio negocio, debido a esto muchos de nuestros emprendedores optan por abrir un negocio teniendo en cuenta simplemente el capital inicial para invertir en él.

El modelo de negocio franquicia tiene dos partes importantes que son el franquiciante quien es el creador de una marca encargándose de acreditarla y patentarla buscando como crecimiento expandir está comercializándola a terceros bajo exigencias propias para mantener la exclusividad este tercero es llamado franquiciatario quien al momento de lanzarse al mercado como emprendedor con el apoyo de una marca franquiciada va a tener muchas ventajas frente al comercio tradicional ya que es un modelo de negocio de éxito ya probado y de las enormes ventajas que se cuentan al volverse un franquiciatario hablamos principalmente de que publicitariamente la marca ya está en el mercado y que es posicionada en medio de los clientes lo que significa que la parte más compleja ya está hecha, entonces surge la pregunta ¿porqué los emprendedores no utilizan este modelo de negocio para emprender?, identificamos que nuestro sector Soacha se encuentran varias franquicias que han perdurado a lo largo de los años y que han logrado mantenerse en el mercado, tener una franquicia significa tener el respaldo de una compañía y de la marca y que el franquiciatario se dedicara a explotarla rigiéndose por los parámetros y el contrato que firmamos a la hora de comprar una franquicia, con una franquicia minimizamos nuestros riesgos de pérdida frente a los negocios tradicionales ya que la marca está posicionada y cuenta con estándares de calidad, promoción, marketing lo que hace participes de en un mercado activo en el cual nuestros clientes ya está fidelizados con la marca y el riesgo de pérdida será el equivalente de 1 sobre 6.

Consecuente a esto hablamos de que en Colombia las franquicias tienen un gran porcentaje de participación en el mercado y vemos que frente a los emprendimientos de manera tradicional son mínimos los cierres de franquicias y mayores los negocios tradicionales, debido a la falta de planeación, estructuración, y legalización que no tienen en cuenta las personas que solo abren un negocio por vender, sin embargo el adquirir una franquicia no nos asegura el éxito total del negocio, existen factores básicos que se deben tener en cuenta aspectos importantes como; atención al cliente, costos, gastos, nomina, y flujo de efectivo.

La franquicia llega a nosotras con la idea de emprender, de generar ingresos y poder por medio de esto brindar empleo a gente del sector, es un recorrido fascinante desde el momento que creamos la idea en nuestra mente y empezamos a soñar, asesorarse es fundamental para tener claro los parámetros de lo que tenemos que cumplir en base al contrato del apoyo y acompañamiento que el franquiciante nos va a brindar, ubicar el punto donde va estar la franquicia es uno de los más importantes, porque aunque la marca ya está posicionada debemos tener claro nuestro nicho de mercado, y para esto es necesario realizar un estudio y un análisis del sector, pero finalmente el resultado de éxito va a ser más seguro definiéndose como un modelo de negocio que experimenta un alto crecimiento tanto al franquiciante como al franquiciatario y además generador de empleos ,realmente este modelo de negocio demuestra significativamente el avance económico para una zona determinada ya sea barrio, pueblo, ciudad o país.

Conclusiones

El modelo de inversión basado en la franquicia genera ventajas y beneficios porque se soporta en una marca posicionada en el mercado y ello permite su explotación comercial y por ende la generación de ingresos y acceso a niveles de rentabilidad.

El franquiciado obtiene el beneficio de que va a trabajar con una empresa que ya está en el mercado lo que quiere decir que ya funciona y que ha demostrado su rentabilidad, esto representa una inversión de bajo riesgo, porque la marca ya a pasado los temas de estudio de viabilidad.

Según expertos, el modelo de franquicias experimenta crecimiento en Colombia en los últimos años; así mismo con un reconocimiento desde varios sectores económicos como uno de los modelos para inversión con menos riesgo de fracaso y una opción viable como proyecto de vida y sostenimiento.

La fortaleza del mercado de franquicias en Colombia según la encuesta 'La realidad de las franquicias en Colombia 2021' realizada por COLFRANQUICIAS con el apoyo de FANYF, hoy experimentan una dinámica recuperación en las ventas, en la generación de empleo poco a poco vuelven a crecer las redes de franquicias, que en conjunto superan ya las cifras de negocios franquiciados que existían a diciembre de 2019.

Luego del año 2020 en el que se dio inicio a la pandemia, el cuarenta y tres (43%) de las franquicias del país tuvieron que disminuir el número de personas vinculadas a sus redes, los indicadores van mejorando según la encuesta citada anteriormente, aunque a finales del 2021 el cincuenta por ciento (50%) de las redes de franquicias tienen menos locales en comparación con los que tenían antes del distanciamiento social, durante el año 2021 el ochenta y tres (83%) de los negocios registraron un incremento en sus ventas con respecto al año inmediatamente anterior. De igual manera y también en comparación con el año 2020, en conjunto el número total de negocios franquiciados aumentó en unos cuatro puntos cinco (4.5%), lo que ha aparejado una recuperación progresiva de los empleos en este ecosistema empresarial.

Según la encuesta 'La realidad de las franquicias en Colombia 2021' realizada por Colfranquicias

con el apoyo de FANYF.

Fuente de consulta: <https://www.fanyf.com/las-franquicias-en-colombia-sobrevivieron-a-la-pandemia/>

Para redondear lo anterior, en términos generales, los contratos establecidos entre los franquiciantes y franquiciados se mantienen en condiciones similares a los usados hasta antes de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, la baja ocupación de edificios corporativos y el desarrollo de nuevos formatos de franquicia dieron como resultado que el treinta y siete (37%) haya modificado sus políticas de cobro o no cobro de regalías, el veintiséis por ciento (26%) cambió el cálculo de las regalías, el treinta y dos (32%) realizó ajustes en las políticas de cobro de sus cánones de entrada y el treinta y cinco (35%) cambió el monto de estos.

Según la encuesta 'La realidad de las franquicias en Colombia 2021' realizada por Colfranquicias con el apoyo de FANYF.

Fuente de consulta: <https://www.fanyf.com/las-franquicias-en-colombia-sobrevivieron-a-la-pandemia/>

Recomendaciones

Se sugiere la contextualización de lineamientos, conceptos entorno a la temática de la franquicia para la toma de decisiones de inversión y que minimice el impacto en los niveles de riesgos.

Se cuente con conocimiento del producto y/o servicio que se contemple en la figura de contrato comercial de la franquicia. Se sugiere la realización de estudios previos sobre la capacidad de venta en el sector; se elabore y se soporte la decisión de inversión con un estudio de costos y gastos que la franquicia conlleva para las partes intervinientes y se disponga de información soportada en un documento que proyecte los ingresos, costos y gastos y la rentabilidad a obtenerse bajo dicha figura de contrato comercial.

Referencias

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/franquicias_en_colombia.pdf

<https://www.bloomberglinea.com/2022/09/05/franquicias-en-colombia-2023-lista-de-precios-y-condiciones-para-emprender/>

<https://www.ccb.org.co/>

<https://contamos.com.co/estos-son-los-grandes-problemas-del-emprendimiento-en-colombia/>

<https://www.semana.com/emprendimiento/multimedia/entrevista-con-francisco-paillie-de-colfranquicias/249161/>

<https://www.colfranquicias.com/preguntas-frecuentes/>

<https://www.fanyf.com/las-franquicias-en-colombia-sobrevivieron-a-la-pandemia/>

<http://globofran.com/la-franquicia-un-poco-de-historia/>

<https://www.historiasqueinspiran.com.ar/como-es-el-mercado-de-franquicias-en-colombia/>

<https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-dificultades-de-un-joven-emprendedor-en-colombia-512329>

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet->

[LasFranquiciasYSusBeneficiosParaElDesarrolloEmpres-6324011%20\(1\).pdf](#)