



## **LAS MARCAS Y LAS FRANQUICIAS**

**Por Carlos Alberto Mejía C.  
Consultor /Gerente**

### **IMPORTANCIA DE LAS MARCAS Y FRANQUICIAS**

La importancia que vienen ganando en todo el mundo las marcas más famosas con su penetración comercial en los distintos países, las ha vuelto un elemento de comercialización de especial significación en el desarrollo del comercio mundial. Se realizan negocios de marca y franquicia en productos de los más variados géneros, tales como: alimentos, productos químicos, comidas rápidas, diversiones, ropa, calzado, tecnología, conocimiento, asesoría, sistemas de distribución y comercialización, etc. Existen muchos campos más donde es posible sacar enorme provecho de esta figura comercial, lo cual motiva el presente documento.

### **¿QUÉ ES UNA MARCA?**

Genéricamente hablando, una marca es el distintivo comercial que el fabricante le pone a sus productos o servicios con el fin de que se reconozcan y se diferencien de los demás. Pero en el campo que estamos comentando, esta denominación va mucho más allá, en la práctica el concepto de marca involucra un conjunto de elementos intangibles y tangibles que la caracterizan, como son:

1. El reconocimiento del nombre, el símbolo y la enseña comercial.
2. La percepción que el público tiene sobre el "valor" que recibe con el bien o servicio.
3. El tamaño y las características del mercado al cual va dirigido.
4. El potencial de ganancia que el producto o servicio es capaz de generar.
5. La fidelidad del público frente a la marca.
6. La calidad y características del producto o servicio.
7. Los activos de la marca: derechos de autor, propiedad intelectual, propiedad industrial, patentes, registros, enseñas, logos, etc.

### **VALOR DE UNA MARCA**

Las marcas adquieren un valor comercial, el cual dependerá de la valuación de los elementos intangibles y tangibles antes mencionados. En forma general puede decirse que el valor de la marca corresponderá a una combinación de valores determinada por:

**Valor financiero + Valor de mercado = Valor de marca.**

**Valor financiero = Utilidad potencial.**

**Valor de mercado = Reconocimiento y lealtad del público.**

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)

La marca se reconoce por elementos tales como: el “valor” percibido por el producto o servicio, el precio, la publicidad y promoción, el servicio (postventa), es decir, por todo aquello que permita mantener en el público la percepción del producto y su deseo por adquirirlo.

## ¿QUÉ SE VENDE EN UN NEGOCIO DE MARCA Y DE FRANQUICIA?

Las negociaciones de marca y franquicia se refieren a dos tipos de elementos:

- ◆ Sobre la marca se otorga el derecho a usar el nombre comercial y sus distintivos.
- ◆ Se otorga, además, el servicio de uso de la marca: es decir, el conocimiento (la receta) sobre cómo se hace el producto y el derecho a “fabricarlo”, con base en las especificaciones establecidas por el dueño de la marca. En este último caso se habla de las franquicias.

La franquicia es el derecho legal de uso, con transferencia de conocimientos técnicos o asistencia técnica, para que el adquirente pueda ‘fabricar’ un bien o servicio, con métodos administrativos, comerciales y operativos especificados, con el fin de mantener unos estándares de producción, calidad, servicio e imagen determinados. El franquiciador mantiene un interés continuo en su franquiciado, así: **EL FRANQUICIADOR ES DUEÑO DE LA MARCA Y EL FRANQUICIADO ES DUEÑO DEL NEGOCIO.**

Con el derecho al uso de una marca se suele tomar una franquicia que puede incluir:

- ◆ El derecho al uso del registro legal de la marca.
- ◆ El conocimiento: las especificaciones técnicas y funcionales sobre el producto o servicio.
- ◆ El entrenamiento y la capacitación en el producto, el mercado y su producción.
- ◆ La selección del sitio donde se ubicará el negocio.
- ◆ El planeamiento de la puesta en marcha.
- ◆ El suministro de insumos o productos relacionados.
- ◆ Los planes de mercadeo.
- ◆ Financiamiento: el franquiciador puede otorgar financiación a su franquiciado.
- ◆ Asesoría legal: sobre los temas relacionados con la marca y la franquicia.

## ¿CUÁLES SON LOS PAGOS QUE ORIGINA LA FRANQUICIA?

- ◆ **EL DERECHO DE FRANQUICIA:** Pago inicial por una sola vez que hace el franquiciado al franquiciador. Se supone que con este pago el franquiciador cubre los costos iniciales de desplazamiento, entrenamiento, selección de sitio, plan de mercadeo y montaje hasta la puesta en marcha.
- ◆ **LAS REGALIAS:** Es un pago periódico como porcentaje de las ventas del franquiciado que se paga al franquiciador. Estos pagos representan el costo de hacer negocios como parte de una organización de concesiones.
- ◆ **UN DERECHO DE PUBLICIDAD:** Es un pago anual que cubre la publicidad corporativa.
- ◆ **UN DERECHO POR INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO:** Es un pago anual a convenir con este fin.

VENTAJAS DE LA FRANQUICIA	
Ventajas para el franquiciante	Ventajas para el franquiciado
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Bajos costos y riesgos de inversión, porque el costo y el riesgo son asumidos por el franquiciado.</li> <li>◆ Genera una presencia global a bajo costo.</li> <li>◆ Aduñarse rápidamente del mercado.</li> <li>◆ Valorizar y capitalizar la marca.</li> <li>◆ El manejo o dominio de la distribución.</li> <li>◆ Producir economías de escala.</li> <li>◆ Recuperación rápida de tipo financiero.</li> <li>◆ Obtener la fidelidad del consumidor en otros mercados.</li> <li>◆ Actuar en materia de innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Garantía de independencia: el franquiciado es dueño de su negocio.</li> <li>◆ La adquisición rápida de Know How.</li> <li>◆ Reduce el riesgo de iniciar una actividad empresarial.</li> <li>◆ Obtiene mejores precios de compra en razón del volumen total de suministros de la franquicia.</li> <li>◆ El beneficiarse de un nombre conocido.</li> <li>◆ Capacitación inicial y permanente con la experiencia del franquiciador</li> <li>◆ El sostenimiento logístico del franquiciador.</li> <li>◆ La publicidad compartida de la marca.</li> </ul>

La creciente importancia de este modelo de negocios hace que merezca la atención y el interés de muchos sectores económicos para visualizarlo como una alternativa de desarrollo comercial.

## Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

### Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

#### Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#)    ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#)    ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#)    ▪ [Otras publicaciones](#)

#### Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)