

¿PUEDEN LAS FRANQUICIAS AYUDAR A LAS MICRO EMPRESAS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO?

POR

¹ **Grettel Rodríguez Garbanzo**

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología 2011

Resumen

Para muchos estudiantes universitarios que han obtenido un título de graduación, la meta es poder ejercer sus habilidades profesionales, llegar a cumplir sus metas y poder verse como los empresarios que una vez soñaron ser. Una vez terminados los estudios nos encontramos en situaciones en las que buscamos mejorar y crecer. Todos somos parte de los microempresarios y por lo tanto el tema de las PYMES es sin duda un tema muy reconocido por cualquier persona que quiere ejercer un negocio y que ha estudiado alguna rama de la Administración; independientemente cuál sea la profesión, un negocio es una idea que surge a cualquier persona, lo más importante es saber cómo desarrollarla y darse a conocer ante un mercado altamente competitivo y que cada día se vuelve más exigente.

Es por eso que el presente trabajo permite tener el conocimiento ante la oportunidad que se puede obtener por medio de las franquicias. Ante esto se busca responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo pueden las franquicias ayudar a las microempresas en la implementación de un negocio?. Para esto se desarrolló una encuesta a una muestra de 50 personas que sean microempresarias o estén a punto de llegar a ser, independientemente de su área, todos son microempresarios.

Los resultados fueron bastante interesantes, se abarcó una serie de preguntas sobre limitaciones y problemas que hoy en día son tema diario. La idea de formar parte de una franquicia despertó el interés por parte de las personas que antes no lo conocían.

¹ Bachiller en administración de empresas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Actualmente lleva el curso de Seminario de Graduación de la carrera de Licenciatura en Mercadeo se desempeña en el área contable para la empresa Harsco Infrastructure como cash application analyst.
Email grethel16@hotmail.com grodriguez@harsco.com

Palabras claves: micro empresas costarricenses, franquicias, mercadeo, implementación de un negocio.

Abstract:

For the universities students when they obtain the diploma and became professionals, the goal is put in practice all their knowledge and all the abilities and be qualified workers with experience and see how they would like to see, as a professional. All of people can be part of a business, we can have own companies.

The Pymes is something that every business student had ever listened before, for that reason not matter what do you study all people who really want to have a company is a little business man, because the most important thing is how to develop and have a lot of expectative, and be part of the marketing and be competitive. This document was created for a person who does not have any problems to be part of the market. Whit this document you can see how the franchise are and how can help you with your business.

For this investigation was applied on 50 workers related to different areas to determine the importance in become part of franchise and also if they consider that if it is a good solution for develop of the organizations. The investigation obtained interesting results involving the fact that nobody knows the function or how is a franchise, but they thing that could be a good idea. And that the people surveyed believe or have an excellent perception with the franchise. Other important facts that pointed out this investigation were that it's considered of great importance in try to focus on the business and became a successfully business owner.

Key words: Costa Rican business companies, marketing, franchise, business implementation

Introducción

Para muchos micros empresarios la idea de crear su propio negocio es una ilusión y una de las mayores oportunidades para crecer y desarrollarse en el ámbito comercial. El crear un negocio propio es sinónimo de independencia económica y desarrollo personal. Son muchos los que hoy en día buscan ser los dueños de su propio destino. Un negocio representa en muchos aspectos los ideales colectivos o individuales convertidos en realidad, una realidad que muchos son capaces de imaginar pero pocos capaces de realizar. Lo cierto es que muchas son las razones para querer hacer un negocio, pero muchas veces se presentan problemas de oportunidad para los potenciales microempresarios. Una de las más relevantes razones es el costo. Todo tiene un costo, y el costo de llevar a la realidad un negocio o idea es alto, más si se trata del dinero personal o en el peor de los casos del riesgo de la desilusión, del fracaso.

Ante la necesidad de muchos micros empresarios de tener su propio negocio, surgen infinitas dudas y preguntas en función del desarrollo de sus propias empresas. Ciertamente en Costa Rica, por el tipo de mercado, existe un gran potencial para la micro empresa y este es un factor detonante que genera tantas fuentes de empleo como desarrollo comercial para el propio país.

Un estudio que realizó la Cámara de Comercio de Costa Rica demostró que en el país hay 150 cadenas de franquicias operando, de las cuales solo 21 son costarricenses (un 14%). Esto identifica una importante oportunidad de mercado. (2010)

Además de eso, según el estudio, el 44% de las franquicias ticas son empresas enfocadas en el sector alimentaria. Esta categoría mantiene una oferta muy variada entre las que se destacan panaderías, pastelerías y restaurantes. Además, un 30% es el área de servicios especializados y un 9% del sector de belleza y cuidado.

El modelo de franquicias ha permitido a varias empresas nacionales, como por ejemplo Musmanni, Get Nuts, Pan E Vino y Maridos de Alquiler, expandirse en los mercados extranjeros, sobre todo en Panamá y Nicaragua. (El Financiero 2010)

Es por eso que el presente trabajo busca la manera en que se pueda analizar el desarrollo de las micro empresas enfocados en las franquicias, y como estas permiten el surgimiento y la ayuda para que muchos empresarios decidan dar el primer paso y convertirse en dueños y impulsores de sus propios negocios.

Básicamente tener un negocio propio genera muchas veces cierta incertidumbre, debido a que se carece de capital y además los costos de una inversión inicial es elevada, sumado a lo anterior, sus condiciones de vida no les permiten desarrollar una idea o negocio, Ante estos elementos, surge la pregunta de investigación, sobre ¿cómo las franquicias pueden ayudar a los micro empresarios a desarrollar sus proyectos?

La manera en que se va a desarrollar la investigación es fundamental debido a que los resultados de dicha investigación pueden ayudar a micro empresarios a iniciar e invertir en franquicias para sus proyectos de vida personal. La información que se puede obtener, así como los factores que influyen directamente pueden ser recopilados y aplicados tanto a empresarios como franquiciarios para medir los detalles, elementos, características, y demás aspectos importantes para dicha inversión. Además lo que se quiere llegar a hacer es identificarle a los potenciales micro empresarios, las posibles opciones que pueden tener en el futuro si ellos deciden unirse a una franquicia y ser los dueños de sus negocios de una manera más factible y económica.

Para efectos del trabajo de investigación se van a analizar ciertas franquicias que operan en Costa Rica y que son modelos importantes para la toma de decisiones de los empresarios, y además la idea es poder explicar y detallar cómo funcionan las franquicias en un país como el nuestro.

Por tal razón los objetivos de esta investigación están enfocados en profundizar los requerimientos, los aspectos positivos y los aspectos negativos de iniciar o invertir en una franquicia. La respuesta al problema busca brindar un mejor panorama para todos aquellos futuros micro empresarios que se encuentran entre el sí de un futuro de desarrollo personal y retos, o el no de la incertidumbre de la rutina diaria; así como obtener la información necesaria y precisa para la elaboración de conclusiones.

Revisión Bibliográfica

Cuando se menciona el tema de franquicias son muchas las personas que piensan en Mc Donalds, Burger King y KFC de manera rápida e instintiva. Si bien es cierto estas marcas han desarrollado su operación y comercialización bajo este exitoso formato de negocio, pero también existen muchas opciones y tipos de franquicia a disposición de las necesidades de las personas y sobre todo aquellas que son parte del grupo PYMES. Sin importar el precio, el sector y la ubicación, las personas pueden optar por hacerse del derecho de operar bajo los estándares de una marca.

Lo mismo sucede cuando se compra una casa, es probable que existan franquicias como Century 21, entre otras, a través de las cuales se lleva a cabo el proceso de compra, lo mismo sucede cuando se compra un carro es probable que existan marcas como Renault, Ford, Mercedes, Toyota, que operan bajo este formato, cuando llevamos a nuestras mascotas al veterinario, cuando vamos a planear un viaje ya sea de negocios o placer y cuando vamos a un supermercado y queremos encontrar gran diversidad de productos, los ejemplos anteriores operan como franquicias; lo que buscan es poder facilitar y que además podamos lograr en forma positiva la satisfacción, además poder ver con agrado y positivismo cuáles son nuestras necesidades.

La franquicia como formato de negocio, es un sistema de reproducción en cadena que fue desarrollado para replicar una forma de hacer negocios, cumpliendo con los estándares operativos, comerciales, financieros y legales que aseguran por un lado la satisfacción de los clientes y consumidores al recibir un mismo producto y servicio sin importar donde está localizada la franquicia y con un impacto en el posicionamiento de una marca, Por lo tanto es un concepto de crecimiento, de autosuficiencia y sostenibilidad de los emprendedores y empresarios que quieren formar parte de este sistema de expansión comercial. (Raab, 2007)

Un aspecto muy interesante de las franquicias es que representan una oportunidad con diferentes puntos de vista, ya sea para empleados que desean desarrollar carrera trabajando para una franquicia siguiendo el crecimiento de la marca, así como para emprendedores que desean invertir en un concepto de negocio propio exitoso y también para empresarios dueños de franquicias que desean expandir su operación teniendo acceso a nuevas fuentes de capital con un menor riesgo.

Otro aspecto que se considera muy importante es que se promueve la franquicia, es decir, el acompañamiento que le da el franquiciante a los franquiciados con todo el soporte e identificación de un grupo de personas hacia una marca y hacia una misma forma de hacer negocios, facilita desarrollar relaciones comerciales sólidas con proveedores, clientes y potencializa las posibilidades de lealtad hacia lo que se considera que es el tipo de franquicia o a la marca; además, existe un factor de especial relevancia que se obtiene a través del sistema de franquicias, y este es la capacidad de generar empleos lo que como país y como economía es muy importante. Para los países de mercados emergentes es una excelente iniciativa para contribuir al crecimiento de nuestro país ya que se logran economías de escala y crecimiento constante.

La creación de franquicias para pequeños empresarios constituye un factor muy importante en la economía del país, como se ha mencionado anteriormente, ayuda y fomenta el emprendedurismo de aquellas personas que quieren adquirir su propio negocio y por su parte generar fuentes de empleo. Las franquicias son una opción para la creación de empresas mediante un acuerdo comercial o financiero que permite utilizar su formato de negocios por medio del pago de regalías. Esto funciona de manera que el franquiciador, que es el propietario del modelo o formato del negocio le da al franquiciado, que en este caso es el que explota el formato del negocio, le da la opción de vender sus productos según el formato este establecido, lo que hace el franquiciado es pagar algunos derechos, pero el negocio es propio. (El Blog Emprendedores 2010)

En países como México, donde se han hecho estudios que demuestran el crecimiento en los últimos años, según estudios que se realizaron y con la información de la “Feria Internacional de Franquicias 2008” las franquicias están creciendo en promedio un 15% anual, lo que las ubica muy por encima del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de ese país y como una opción muy interesante para invertir. Tanto para franquiciados como franquiciadores se obtienen múltiples ventajas bajo esta metodología. El franquiciador debe considerar el perfil personal, es decir, con que competencias, habilidades e intereses cuenta. No sólo debe pensar en cuánto tiempo va a recuperar la inversión y que tan rentable es la franquicia, sino también si realmente es atractivo, si la marca o producto tiene cierto nivel de reconocimiento y status, y como se puede ser parte de la marca. (Blog Ideas para PYMES, 2010)

Por su parte para los franquiciados, un factor importante por considerar, es que no hay mucho margen de maniobra en la forma de operar las franquicias, es decir, normalmente todos los procesos están claramente establecidos y se tienen que llevar a cabo al pie de la letra. De esta manera ser el franquiciado puede garantizar que el negocio opera como está planeado y es un factor de éxito para aquella persona que no cuenta con mucha experiencia en la operación. De esta manera se obtiene el interés por parte de las personas de querer participar de estas modalidades y así empezar a descubrir potenciales empresarios emprendedores que quieran conocer más a fondo la industria, y que además tengan recursos para poder probar nuevas formas de hacer las cosas obteniendo beneficios significativos. (Martínez La Nación, 2010)

En Costa Rica por su parte el tema de franquicias no es nuevo, solamente el 14% de las franquicias establecidas en el país son de origen nacional. Sin embargo, esa situación ha comenzado a cambiar pues en los últimos cinco años el crecimiento de este sector ha llegado al 49% y según la Cámara de Comercio de Costa Rica, este sector genera cerca de 17 772 empleos.

Estas cifras han llamado la atención de las autoridades y por eso es que hasta este año el país va a contar con un Plan Nacional de Franquicias, bajo la política pública de fomento a las Pymes, que desarrolla el Ministerio de Economía costarricense. “Aquí lo importante es que a la par de un política pymes hay una visión integral. “Para cada uno de los programas hemos articulado los esfuerzos para que haya mejores condiciones en el financiamiento, como los mecanismos del sistema de banca para el desarrollo”, (Luis Álvarez, Periódico el Financiero, 2010)

En nuestro país organizaciones como CADEXCO se encargan de ayudar a pequeñas y medianas empresas en su gestión empresarial, que las ayudan en su crecimiento y desarrollo, creen en el uso de franquicias como un método para que los empresarios basen sus operaciones en marcas y negocios consolidados y reconocidos, y que de este modo expandan sus horizontes comerciales.

En un artículo sobre el tema en Prensalibre.com, el señor José Fernández señala cuatro aspectos fundamentales del análisis de factibilidad de una franquicia:

1 Franquiciar debe ser negocio tanto para franquiciador como para el franquiciado. Lo que significa que el "ganar- ganar" es tan importante tanto para el franquiciado como para el franquiciador

2. El negocio debe ser reproducible con flexibilidad. Se dice que el principio de la franquicia es la reproducción y la estandarización, pero también se le debe dar un valor a la adaptación a las circunstancias de cada mercado.

3. El *know how* del negocio debe ser trasmisible en forma sistemática. Se requiere encajonar métodos y procedimientos, para capacitar al franquiciado en forma eficiente.

4. El negocio debe ser competitivo. Desde un punto de vista competitivo las franquicias son una opción de inversión más, que compite con todas las otras que ofrezca el mercado. (Fernández 2009)

Con lo mencionado anteriormente, nos podemos dar una idea de las características generales que deben tener las franquicias en nuestro país, permitiéndonos establecer un marco de referencia en el que podemos enfocarnos para realizar nuestro estudio de las características o particularidades de los emprendimientos en el área de mercadeo y sobre todo cómo ayudar a pequeños empresarios para poner en marcha sus sueños, para que puedan desarrollar sus propias empresas, bajo la modalidad de franquicias.

Es por eso que la investigación por desarrollar pretende profundizar en cómo las franquicias pueden o ayudan a los PYMES a lograr establecer sus oportunidades en el ámbito comercial como pequeños empresarios; debido a la gran cantidad de microempresarios que disponen de un bajo capital inicial y quieren desarrollar sus conocimientos en sus propios negocios. Una vez estudiado y analizado se pretende dar a conocer una investigación sobre cómo operan las franquicias, cuáles son sus características y cómo van a ayudar a los micro empresarios a desarrollar sus negocios y cómo el desarrollo puede brindar diferentes maneras de crecimiento y rentabilidad para el negocio, pero por encima de todo con un nivel relativamente bajo de riesgo.

Los estudios que han sido citados anteriormente están enfocados en la creación de franquicias, con el objetivo principal de motivar a las personas a que participen, se informen y conozcan las oportunidades que muchas empresas pueden brindarles, de tal manera que permitirá estimular la

economía, e impactar directamente en el sector PYMES, tanto en el desarrollo de iniciativas de emprendimiento, como en el encadenamiento productivo. Por lo tanto el proyecto de investigación está enfocado de manera informativa para los microempresarios, que se pretende brindar o crearles la idea de que ellos pueden formar parte de una franquicia para el desarrollo de su propio negocio.

Metodología de investigación

La presente es una investigación de carácter cuantitativo por lo tanto se aplicará una encuesta a un aproximado de 50 empresarios o futuros empresarios, de distintos sectores dentro del Gran Área metropolitana. La manera en que se va a desarrollar la investigación es fundamental debido a que los resultados de dicha investigación pueden ayudar a micro empresarios a iniciar e invertir en franquicias para sus proyectos de vida personal. La información del mercado así como los factores que influyen directamente se recopilará mediante la elaboración de 50 encuestas aplicadas a empresarios para medir los detalles, elementos, características, etc., de dicha inversión. Además lo que se quiere llegar a hacer es proporcionar a los potenciales micro empresarios las posibles opciones que pueden tener en el futuro si ellos deciden unirse a una franquicia y ser los dueños de sus negocios de una manera más factible y económica.

Para efectos de investigación se van a analizar ciertas franquicias que operan en Costa Rica y que son modelos importantes para la toma de decisiones de los empresarios, y además que expliquen en detalle cómo funcionan las franquicias en un país como el nuestro.

La investigación es de carácter cuantitativo, por lo tanto se aplicará una entrevista a pequeños empresarios, en cual consiste en una serie de preguntas relacionadas con su estilo de vida, productos que vendan o quieran vender, al igual que servicios que quieran desarrollar. El enfoque que se va a dar es principalmente de mercadeo, por lo tanto el estudio está enfocado en la factibilidad y cómo aplicar las herramientas de mercadeo para que los pequeños empresarios tengan la oportunidad de desarrollarse, además de dar a conocer las oportunidades en el mercado de formar parte de una franquicia. En cuanto a la división del cuestionario, estará enfocado en tres partes: La primera consiste en el análisis del estilo de vida de las personas, características socio-demográficas, y geográficas. La segunda, son preguntas cerradas sobre el conocimiento de

las franquicias así como las necesidades que tienen las personas para crear su propio negocio, con el fin de responder a la pregunta de investigación; en esta sección también se van a realizar preguntas abiertas para conocer más a fondo aquellos detalles que las personas quieran compartir. Y la última parte será de carácter informativo, para dar a conocer a los empresarios las oportunidades que las franquicias ofrecen así como la manera en que ellas funcionan.

Como parte de este desarrollo metodológico, es importante mencionar que el cuestionario se va a realizar de manera presencial, por lo tanto se visitará una parte de la muestra, para aplicar las encuestas de forma personal, esta herramienta es segura y permite la obtención de datos de manera concisa y ordenada, por lo tanto no solo permite la obtención de datos sino el conocimiento más profundo de ciertos aspectos que se van a obtener con la aplicación de las encuestas. Por otra parte, también se van a aplicar encuestas por medio del correo electrónico. También es importante mencionar que se estará dando seguimiento a este tipo de encuestas por medio de llamadas telefónicas o correo electrónico, para cada uno de los empresarios o potenciales empresarios que forman parte del estudio que se quiere realizar, con el fin de formalizar así la aplicación de dicha encuesta y que sea exitosa la obtención de datos para el análisis.

Resultados de la Investigación y Análisis

Con base en los resultados obtenidos en la investigación, podemos determinar que el total de la muestra representa a personas que residen en la Gran Área Metropolitana y que trabajan en sus propios negocios o buscan la oportunidad para crear su propia empresa. Los mismos se desempeñan actualmente en áreas que van desde la administrativa, recursos humanos, contable, educación, diseño, mecánica, publicidad entre otros. Un aspecto muy importante que se detalla en la encuesta es todos los encuestados coinciden en que existen limitaciones para crear una empresa (100% de los encuestados). Sumado a esto, se determina que las limitaciones que mayor afectan a los microempresarios son principalmente las de carácter financiero (62% de los encuestados). Al presenciar un elevado costo sobre la inversión inicial convierte el factor monetario en el principal impedimento para iniciar un negocio. Es importante considerar que

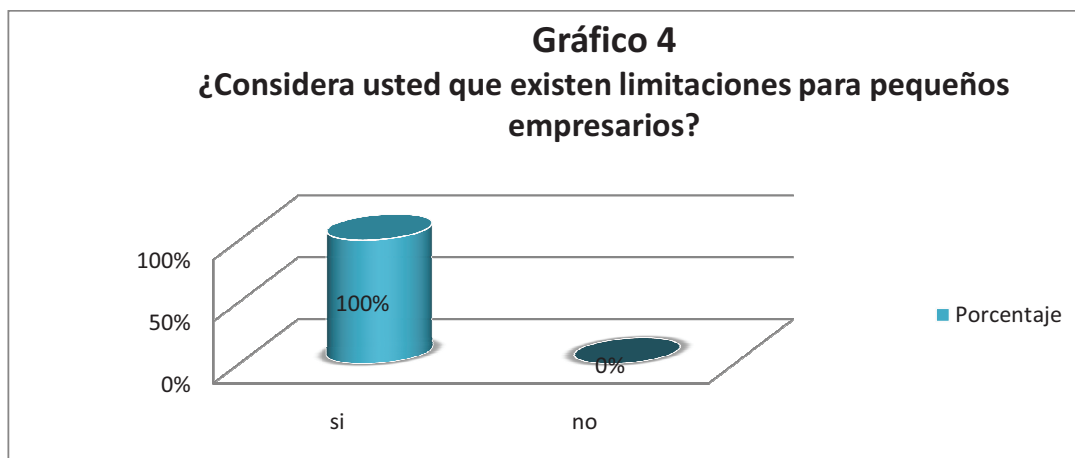
existe un 37% de los encuestados que consideran a la competencia como otro de los factores determinantes dentro de las limitaciones de crear su negocio. Por último, los encuestados opinan que la idea de unirse a una franquicia les puede brindar una ventaja competitiva al no tener que innovar o probar con un nuevo producto o servicio. Esta opción representa para muchos el camino menos riesgoso y que les puede solventar más rápido los problemas de carácter económico a mediano plazo (26% de los encuestados).

Analizando estos factores, se puede reafirmar lo mencionado con anterioridad en la revisión bibliográfica, que las empresas están buscando nuevas ideas o mecanismos que les ayude a generar mayor rentabilidad y ayuda como parte de un proceso inicial, por lo que promocionar a una microempresa a unirse con una franquicia es un mensaje de marketing que atrae a nuevos futuros microempresarios, que debido a la falta de ayuda inicial no pueden crear sus propios negocios desde cero. Por lo tanto, los nuevos microempresarios han ido incrementándose con el paso del tiempo de la mano del surgimiento de nuevas franquicias a nivel nacional.

Se presentan también aspectos que buscan una mejora continua en los procesos por lo que podría considerarse bastante interesante ver esta área de oportunidad dentro del país. Las microempresas tienen miedo de unirse con franquicias debido a que consideran que estas pueden llegar a reemplazar sus productos o entrar en una competencia masiva y perder mercado (14% de los encuestados). Además, solo muy pocos conocen el tema de franquicias como ayuda a las pequeñas empresas. (33% de los encuestados).

Esta información fue obtenida por medio de la realización de encuestas y demuestra el estudio del gran Área Metropolitana, hacia un tema muy importante y actual, que presenta una ayuda a futuros microempresarios o una oportunidad a aquellos que ya tienen sus negocios para poder expandir sus ideas o operaciones.

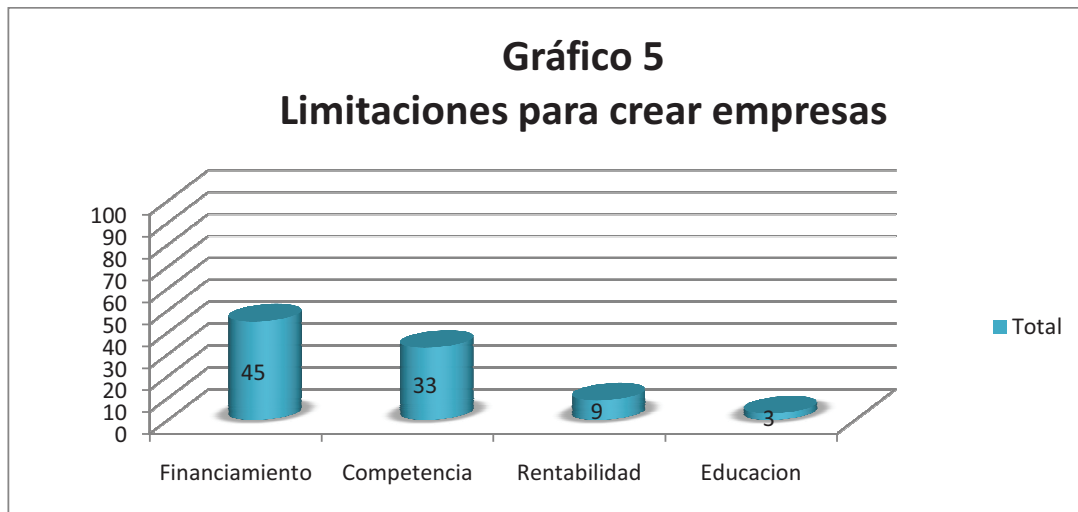
A continuación se presenta el primer gráfico donde se detallan los resultados a la pregunta si consideran que existen limitaciones para los pequeños empresarios; como se puede observar, el 100% de los encuestados o sea su totalidad considera que existen limitaciones para aquellas personas que quieran hacer su propio negocio, así como aquellas que ya tienen sus negocios.



Fuente: Basado en investigación de campo

Esta información es fundamental para establecer el siguiente punto de la investigación. En el gráfico 5 se pueden ver las limitaciones que las personas consideran que existen, a la hora de establecer sus negocios. Se puede ver que de las 50 personas encuestadas el 50% de las personas consideran que existen limitaciones de carácter financiero, las personas acuden a entidades bancarias principalmente para buscar financiamiento, ya que en la mayoría de los casos no disponen del capital suficiente para sus proyectos personales. Adicional a esta pregunta hay un 37% de los encuestados que consideran que las limitaciones se debe a la competencia que existe en el mercado; cada día surgen nuevas ideas y con esto nuevos negocios que por medio de la innovación y tecnología hace que muchas empresas se vean amenazadas por la nueva competencia, en muchos casos esta competencia puede afectar los productos y obligar a los pequeños empresarios a modificar sus negocios e ideas.

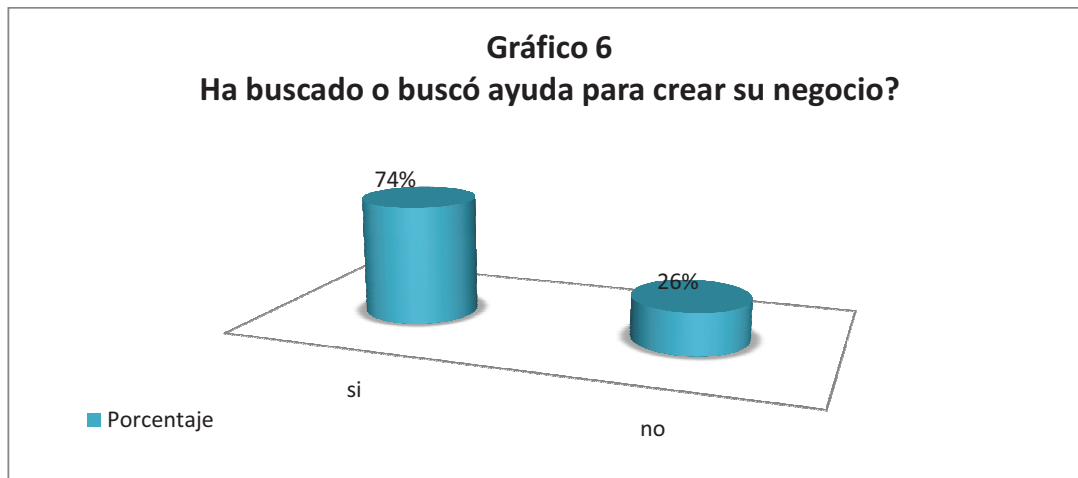
Hay un grupo de personas que representan un 10% de la población encuestada que considera que la rentabilidad es un factor que limita sus negocios, esto por su parte se ve influenciado por varios factores ya sean socio-demográficos, o económicos; las empresas por sí solas no pueden mantener altos o grandes costos de productos, y hace de esto un factor poco rentable, provocando una crisis para los microempresarios.



Fuente: Basado en investigación de campo

Un tema que es fundamental en el estudio que se está realizando, es el porcentaje de personas que han buscado o que buscan ayuda para la creación de sus negocios. De las 50 personas encuestadas un 74% es decir 37 personas afirman que han buscado o que buscan ayuda para crear su negocio, lo que demuestra un alto porcentaje sobre aquellas personas que no necesitaron o no necesitan ayuda para crear sus negocios.

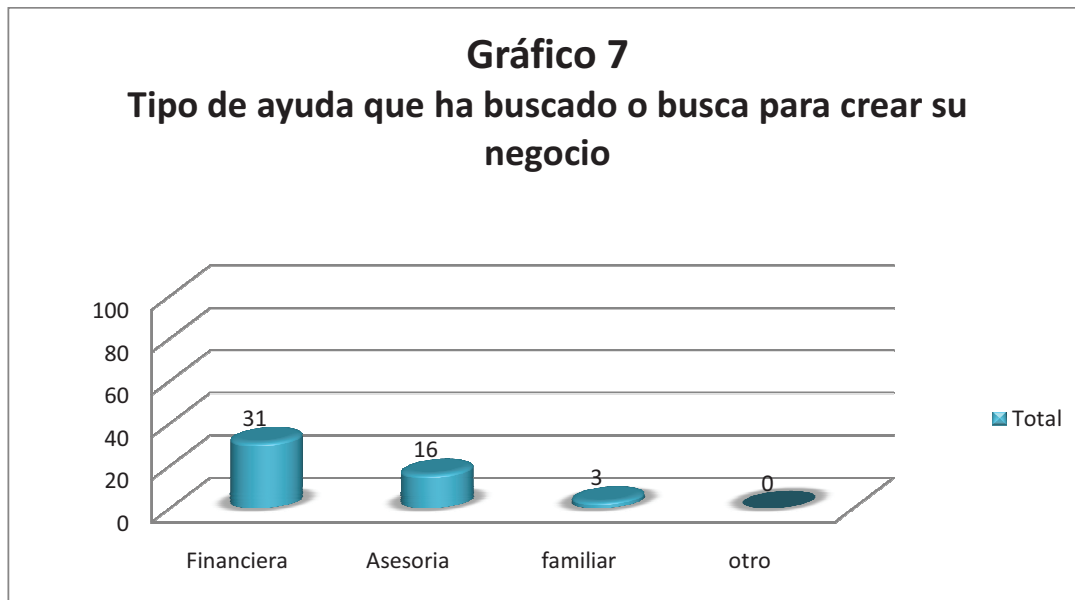
En este punto se puede inferir que las personas no toman decisiones precipitadamente cuando se trata de tener un negocio propio, ya que existen muchos factores que pueden beneficiar su negocio si buscan la ayuda necesaria. Y es por eso que el tema de franquicias puede ayudar a este sector tan grande que representa a muchas personas que necesitan ayuda para establecer su negocio.



Fuente: Basado en investigación de campo

Ahora bien, el siguiente gráfico nos demuestra en forma más detallada, qué tipo de ayuda han buscado o buscan las personas cuando se trata de un negocio propio. En el gráfico 7 se puede ver que 31 personas consideran han necesitado o buscan ayuda de carácter financiero, básicamente en este aspecto la ayuda que se necesita es parte de la inversión inicial, las personas acuden a bancos o instituciones para solicitar ayuda financiera. Por otra parte, de los 50 encuestados, 16 personas consideran que para crear su negocio necesitan ayuda en el tema de asesorías, en este punto las personas mencionan que tomar la decisión de tener un negocio es un aspecto fundamental y que recibir ayuda sobre los temas que se deben considerar en la implementación de un negocio es algo muy importante.

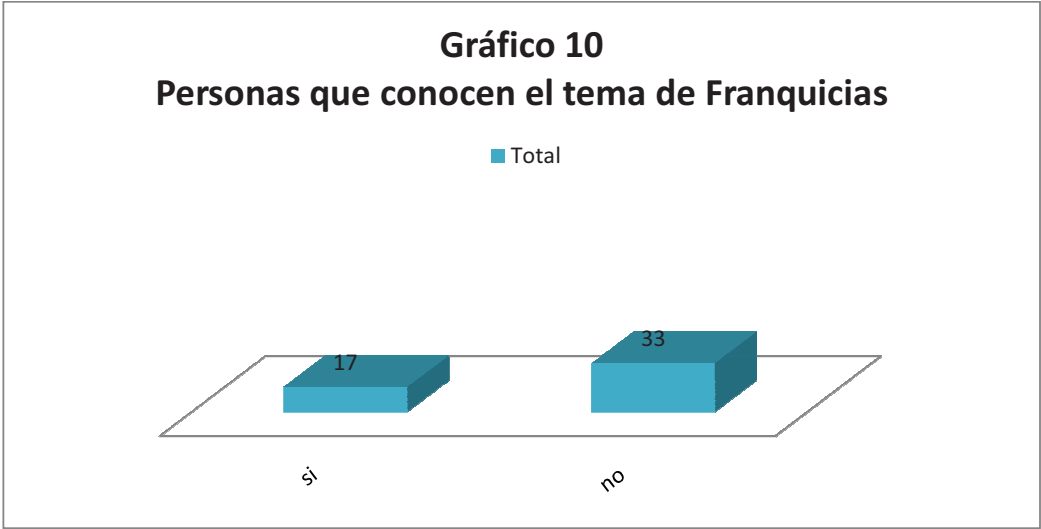
En la encuesta también se ve un pequeño grupo de personas que consideran que la ayuda que ellos necesitan o han buscado es de carácter familiar, esto se refiere a que las personas acuden a sus familias para buscar ayuda en temas de implementación o creación de un negocio. Como parte de la ayuda que ellos pueden recibir por medio de sus familiares. En este aspecto se considera también que la ayuda familiar va desde la financiera así como de asesoría, pero por medio de un pariente cercano y de confianza.



Fuente: Basado en investigación de campo

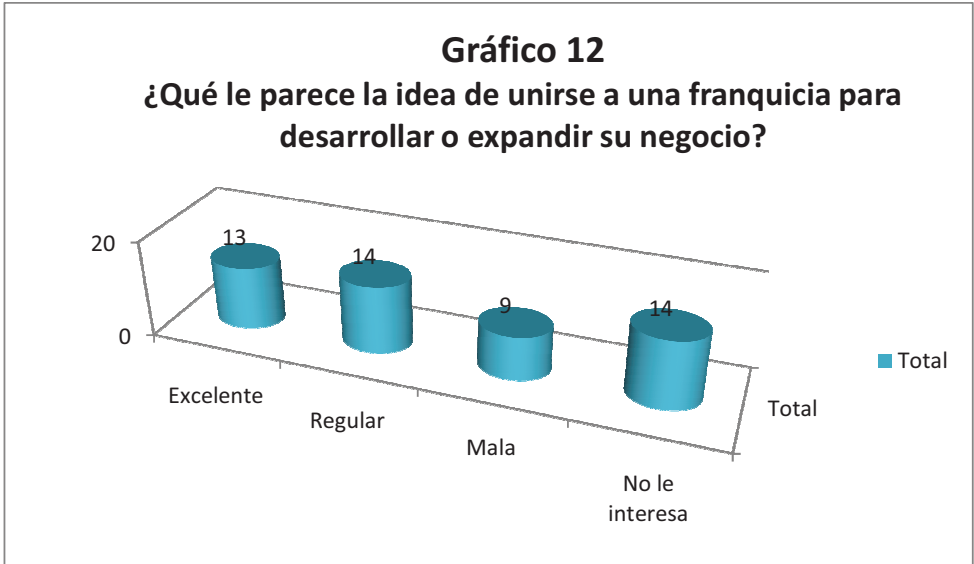
Por su parte los siguientes últimos dos gráficos son fundamentales en el estudio que se está realizando ya que determinan la posición sobre el tema de franquicias. Y con esto poder tener el conocimiento sobre el tema por investigar.

En el gráfico 10 se puede determinar que de las 50 personas encuestadas, 33 no conocen el tema de franquicias para los microempresarios. Lo que se puede inferir en esta pregunta es que las personas no están informadas sobre el tema de franquicias, o no saben que existen grandes empresas que brinda ayuda para crear sus negocios. Además de eso desconocen cómo funciona la modalidad de franquicia y los beneficios que estas pueden ofrecer. Existe un pequeño grupo de personas, exactamente 17, que sí conocen el tema de franquicias, y saben cómo funciona esta modalidad, el motivo principal por el cual tienen el conocimiento es porque algún familiar o amigo cercano tienen un negocio que forma parte de una franquicia.



Fuente elaboración propia

Por último podemos afirmar según el estudio que realizamos, que a pesar del gran porcentaje de personas que aún desconocen el tema de franquicias, los resultados de la última encuesta, y como se puede observar en el gráfico 12, pese al desconocimiento del tema, las personas consideran que unirse a una franquicia para desarrollar o expandir su negocio es una excelente idea, en el gráfico se puede ver que de las 50 personas encuestadas, 13 consideran que a pesar de no saber sobre el tema puede ser una excelente idea unirse a una franquicia.



Fuente: Basado en investigación de campo

Cabe rescatar también que como hay una falta de conocimiento del tema, del total de personas encuestadas 14 respondieron que no están interesadas en unirse a una franquicia. Lo mismo representa un grupo de 14 personas que consideran que es algo regular, pues no lo ven como algo malo pero tampoco lo consideran como algo bueno. Y por último un grupo de 9 personas que consideran que es algo malo. Lo que se puede obtener con estos datos es que la falta de conocimiento e información hace que las personas consideren la idea de unirse a franquicias como algo innecesario o poco relevante en el desarrollo de sus negocios. Pero también un punto a favor es que a pesar del desconocimiento hay un 26% que consideran la idea como algo excelente, innovador para la implementación de sus proyectos.

Conclusiones

Los distintos sectores a los que la mayoría de las empresas pertenecen tienen algo en común, eso es que independientemente del sector, todos ofrecen vender una idea, ya sea un producto o un servicio. Para poder llegar a tener una oferta en cualquier mercado todos inician desde un punto en común; una idea. Nada garantiza que una idea sea mejor que otra por sí sola. La única manera de saber qué idea se puede convertir en un negocio exitoso es simplemente convirtiéndola en realidad. El riesgo tiende a disminuir conforme un negocio va consumiendo etapas.

El estudio en general nos permite observar aquellos aspectos que los pequeños empresarios consideran que son necesarios para el desarrollo de sus proyectos. Es importante destacar cuáles son los factores principales de riesgo para iniciar o desarrollar un negocio. No todas las personas tienen las mismas facilidades o oportunidad es que los demás. No todos reaccionamos igual frente a los desafíos. Lo que puede resultar un obstáculo para unos puede resultar en una oportunidad o área de mejora para otros.

Es una realidad que muchos tienen que aceptar, pero el factor económico es muchas veces el acelerador o el freno de muchas ideas. Resulta contundente notar que la mayor parte de los encuestados, incluso aquellos que tuvieron respuestas diferentes, coinciden en que el factor económico es el factor que más afecta a la hora de iniciar un negocio. Hay muchas maneras de reducir la inversión inicial en un proyecto, pero prácticamente ninguna de esas opciones puede reducirla a cero.

Las franquicias resultan en la alternativa de moda en la actualidad, pues brindan una opción diferente para aquellos pequeños empresarios que andan en busca de mejores oportunidades con menores niveles de riesgo. Las franquicias representan una idea ya concebida y puesta en marcha que de cierta manera garantizan un resultado positivo. El riesgo de aceptación por parte del mercado prácticamente no existe, ya que una franquicia es un negocio que tiene reconocimiento de marca, producto y servicio. Todos conocemos esta idea como parte de las grandes cadenas de comidas rápidas o restaurantes o tiendas de ropa y accesorios. Pero muy pocos la conocen como parte del mercado al que los microempresarios tienen más fácil acceso. Como toda idea o proceso,

siempre existe espacio para mejora. Resulta en una aérea de mejora, el hecho de que muchas franquicias para microempresarios no tengan un nivel adecuado de capacitación para sus potenciales miembros. Debería de existir un paquete que les facilite tanto el conocimiento como las herramientas posibles que les garanticen un negocio rentable y prospero tanto a mediano como largo plazo.

La capacitación es fundamental para el desarrollo y crecimiento de un negocio, una de las principales características es tener el estudio y el conocimiento técnico, como en las franquicias que encontramos a nivel mundial y que además son grandes opciones de mejora en los negocios. Los resultados nos demuestran que son muchas las oportunidades que buscan los empresarios a la hora de establecer un negocio y por eso es que la oportunidad en el mercado que las franquicias les ofrecen a las microempresas en un tema de mucha importancia si hay una visión a en el largo plazo.

Fuentes bibliográficas

1. Bermúdez G. (2007). *La franquicia elementos, relaciones y estrategias*. Madrid ESIC Editorial
2. Difícil hallar pymes para Franquiciar (2010, 17 de Enero). *EL financiero Edición 207*
3. Emprendedores y franquicias (2010, 20 de Octubre) *El Blog Emprendedores*
4. Fernández J. *Los cuatro pilares de una franquicia*. Recuperado el lunes 17 de Agosto del 2009 de http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Los_cuatro_pilares_de_una_franquicia
5. Fernández (2011, 14 de Enero) Ideas para Pymes *Prensalibre*. p14
6. Feria Internacional de Franquicias (2010, 4 de Febrero) *Blog Ideas para PYMES*,
7. Ideas para Pymes. *Franquicias a la vista: una verdadera oportunidad de negocio* recuperado el 26 de enero del 2011 de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/franquicias-en-mexico-oportunidad-de-negocio.html>
8. Kotler, P. y Armstrong, G. (2008) *Fundamentos de Marketing* (2ª ed.), Madrid: Prentice-Hall.
9. (Luis Álvarez, 2010, 7 de Diciembre) Franquicias Operan en Costa Rica *Periódico el Financiero* p5
10. Martínez, L. (2009, 27 de Octubre). Comerciantes organizan Expo Franquicia para potenciar pymes. *La Prensa Libre*.P4
11. Martínez (Julio 15, 2010) Franquicias en Costa Rica, una nueva ideología. *La Nación*, p25
12. Quirós, L.D (2010) Costa Rica promueve las franquicias como política pública para el desarrollo *Revista Summa Edición 198 P.15*
13. Pérez_(2011, 3 de marzo) Franquicias en Costa Rica *La Nación* p24A
14. Raab, S. (2007). *Franquicias. Cómo multiplicar su Negocio*. México Editorial Limusa.
15. Vindas L. (2010) *Solo el 14% de las franquicias en Costa Rica son ticas*. Recuperado el 31 de Enero del 2011 de http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/febrero/28/negocios2278923.html