



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
 Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial
 Programa de Estudios de la asignatura



Modelo de franquicia competitiva

Clave	Semestre 7º-8º	Créditos 8	Campo de conocimiento: Administración Avanzada	
			Eje de formación: Profesionalización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Seminario () Otros (especificar)		Tipo	T (X) P () T/P ()
Carácter	Obligatorio () Optativo (X) Obligatorio E () Optativo E ()		Horas: 64	
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre
			Teóricas: 4	Teóricas: 64
			Prácticas: 0	Prácticas: 0
			Total 4	Total 64
Seriación				
Ninguna ()				
Obligatoria ()				
Asignatura antecedente				
Asignatura subsecuente				
Indicativa (X)				
Asignatura antecedente	Derecho corporativo empresarial			
Asignatura subsecuente				
Objetivo general:				
Al finalizar el curso, el alumno analizará el modelo de franquicia en la expansión de negocios a nivel nacional e internacional y los aspectos que se requieren desarrollar en una empresa para competir como franquicia.				

Objetivos particulares:

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Comprenderá los conceptos, antecedentes y ventajas del modelo de franquicia como estrategia de negocio para posicionar una marca, con base en el panorama actual y las tendencias futuras a nivel nacional e internacional.
2. Identificará las razones para franquiciar un negocio, a través de un plan que permita formular estrategias para su expansión en el mercado nacional.
3. Empleará el modelo financiero de la franquicia que valide la rentabilidad y el retorno de la inversión estimado para el posible franquiciatario.
4. Identificará las herramientas jurídicas para que el modelo de franquicia sea operativo y proteja a las dos partes integrantes (franquiciante y franquiciatario).
5. Revisará las guías y manuales para asegurar la adecuada transmisión del saber hacer del negocio, la estandarización de procesos y la calidad en las unidades franquiciadas.
6. Comprenderá la importancia de la Asistencia Técnica en el éxito de la franquicia, incluyendo cada uno de los aspectos que el franquiciante debe aportar y como el franquiciatario lo debe aplicar.
7. Analizará el proceso de comercialización y otorgamiento de una franquicia, desde la etapa de prospección y acercamiento inicial hasta la selección y reclutamiento del nuevo franquiciatario.
8. Analizará ideas para una campaña de mercadotecnia efectiva, orientada a prospectos calificados y con potencial de inversión.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la industria de la franquicia	8	0
2	Planeación estratégica de la franquicia	8	0
3	Modelo financiero de la franquicia	8	0
4	Marco jurídico de la franquicia en México	8	0
5	Operación de la franquicia	8	0
6	Asistencia técnica en la relación Franquiciante-Franquiciatario	8	0
7	Expansión de la franquicia	8	0
8	Mercadotecnia de la franquicia	8	0
Subtotal		64	0
Total		64	

Contenidos temáticos	
Subtemas	
Temas	1. Introducción a la industria de la franquicia
1	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Antecedentes de la franquicia en México y el mundo 1.2 Concepto legal y mercadológico de franquicia 1.3 Elementos de la franquicia <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1 Franquiciante 1.3.2 Franquiciatario 1.3.3 Proveedores 1.3.4 Clientes 1.3.5 Ubicación 1.4 Sujetos de la franquicia 1.5 Contraprestaciones <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1 Cuota inicial 1.5.2 Regalías 1.6 Ventajas para el Franquiciante y Franquiciatario 1.7 Riesgos y soluciones para el Franquiciante y Franquiciatario 1.8 Clasificación de franquicias <ul style="list-style-type: none"> 1.8.1 Sector de actividades: productos o servicios 1.8.2 Por territorio o función exclusiva: unitaria, regional o maestra 1.8.3 Por nivel de integración: coinversión, inversión o activa 1.8.4 Por tipo de punto de venta: nueva, conversión o reconversión 1.8.5 Por nivel de servicio: asesoría en remodelación y adecuación o llave en mano 1.9 Sectores y giros en México <ul style="list-style-type: none"> 1.9.1 Alimentos y bebidas 1.9.2 Cuidado y belleza 1.9.3 Salud personal 1.9.4 Automotriz 1.9.5 Venta al detalle 1.9.6 Servicios generales 1.9.7 Servicios profesionales 1.9.8 Entretenimiento 1.9.9 Servicios profesionales y financieros 1.9.10 Turismo y alojamiento 1.9.11 Moda, textiles y accesorios 1.9.12 Mascotas 1.9.13 Educación y capacitación 1.10 Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) 1.11 Panorama actual y futuro de las franquicias
	2. Planeación estratégica de la franquicia
2	<ul style="list-style-type: none"> 2.1. Razones y estrategias para franquiciar un negocio 2.2. Las 4 E's de un sistema de franquicia 2.3. Importancia del plan de negocios en una franquicia 2.4. Importancia del Story Telling 2.5. Filosofía de la franquicia 2.6. Perfil ideal del franquiciatario 2.7. Validación del plan de negocios <ul style="list-style-type: none"> 2.7.1 FODA

	<p>2.7.2 CANVAS</p> <p>2.8. Plan de expansión en México</p> <p>2.9. Cadena de valor y la relevancia de los proveedores</p>
	3. Modelo financiero de la franquicia
3	<p>3.1. Introducción al modelo</p> <p>3.2. Información financiera de la empresa franquiciante</p> <p>3.3. Cuota inicial de la franquicia</p> <p>3.3.1 Valor Piso</p> <p>3.3.2 Costos unitarios de otorgamiento</p> <p>3.3.3 Margen de rentabilidad para el franquiciante</p> <p>3.3.4 Análisis de competencia en la franquicia</p> <p>3.3.5 Determinación de la cuota inicial</p> <p>3.4 Inversión total del Franquiciatario y Franquiciante</p> <p>3.4. Cálculo y cobro de regalías</p> <p>3.5. Montos para el fondo de publicidad</p> <p>3.6. Estado financiero proforma y retorno de inversión</p> <p>3.7. Otras contraprestaciones y pagos al franquiciante</p>
	4. Marco jurídico de la franquicia en México
4	<p>4.1 Antecedentes legales</p> <p>4.2 Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial</p> <p>4.3 Modelos afines que no son franquicia</p> <p>4.3.1 Licencia</p> <p>4.3.2 Distribución</p> <p>4.3.3 Oportunidad de negocio</p> <p>4.4 Franquicia como figura de la Propiedad Intelectual</p> <p>4.5 Tipos de marca</p> <p>4.5.1 Nominativa</p> <p>4.5.2 Inominada</p> <p>4.5.3 Mixta</p> <p>4.5.4 Tridimensional</p> <p>4.5.5 Olfativa</p> <p>4.5.6 Sonora</p> <p>4.5.7 Holográfica</p> <p>4.5.8 Colectiva</p> <p>4.5.9 Notoriamente famosa</p> <p>4.5.10 Imagen comercial</p> <p>4.6 Contrato de franquicia</p> <p>4.7 Información Preliminar de Franquicia (IPREF)</p> <p>4.8 Documentos legales en la comercialización de la franquicia</p> <p>4.9 Internacionalización de franquicias Mexicanas</p>
	5. Operación de la franquicia
5	<p>5.1 Objetivo de las guías y/o manuales</p> <p>5.2 Usuarios de los manuales</p> <p>5.3 Revisiones y actualizaciones periódicas</p> <p>5.4 Confidencialidad y manejo de las herramientas operativas</p> <p>5.5 Manuales en el modelo de franquicia</p> <p>5.5.1 Inducción</p> <p>5.5.2 Apertura</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 5.5.3 Operaciones 5.5.4 Identidad y/o imagen 5.5.5 Franquiciante 5.6 Método para el desarrollo de las guías y manuales 5.7 Adecuación a otros mercados
	6. Asistencia técnica en la relación Franquiciante-Franquiciatario
6	<ul style="list-style-type: none"> 6.1 Asistencia técnica en el proceso de franquicia <ul style="list-style-type: none"> 6.1.1 Localización de puntos de venta 6.1.2 Programa de preapertura 6.1.3 Apertura 6.1.4 Control de operaciones en sitio 6.1.5 Publicidad 6.1.6 Investigación y desarrollo 6.2 Generación de economías de escala 6.3 Tropicalización 6.4 Auditoría y asistencias extraordinarias 6.5 Comités y convenciones 6.6 Retroalimentación 6.7 Calidad en servicios y procesos clave
	7. Expansión de la franquicia
7	<ul style="list-style-type: none"> 7.1 Comercialización de una franquicia 7.2 Herramientas clave de la comercialización y expansión <ul style="list-style-type: none"> 7.2.1 Presentación comercial 7.2.2 Portafolio comercial 7.3 Proceso de otorgamiento <ul style="list-style-type: none"> 7.3.1 Carta Intención 7.3.2 Contrato de franquicia y anexos 7.3.3 Controles del proceso de otorgamiento 7.3.4 Evaluación del perfil del franquiciatario 7.3.5 Solicitud de franquicia 7.3.6 Validación de la ubicación 7.3.7 Solicitud de ubicación 7.4 Bases para la internacionalización de la franquicia
	8. Mercadotecnia de la franquicia
8	<ul style="list-style-type: none"> 8.1 Mercadotecnia y la evolución de las 4 P's 8.2 Elementos de la mercadotecnia de franquicia <ul style="list-style-type: none"> 8.2.1 Prestigio 8.2.2 Precio 8.2.3 Calidad 8.3 Estrategias de alto impacto para posicionar la marca <ul style="list-style-type: none"> 8.3.1 Digital 8.3.2 Interacción 8.3.3 Canal 8.3.4 Nicho 8.4 Tendencias en el mercado de franquicia <ul style="list-style-type: none"> 8.4.1 Sensorial 8.4.2 Emocional

	8.4.3 Neuromarketing 8.4.4 Digital 8.4.5 Sustentabilidad 8.5 Deseos y necesidades del consumidor y el cliente 8.6 Beneficios y ventajas de una marca 8.7 Comunicación de la franquicia 8.7.1 Campaña de difusión 8.7.2 Video, redes sociales y/o página web
--	--

Estrategias didácticas
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición • Trabajo en equipo • Lecturas • Trabajo de investigación • Aprendizaje por proyectos • Aprendizaje basado en problemas • Casos de enseñanza

Evaluación del aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none"> • Exámenes parciales • Examen final • Trabajos y tareas • Presentación de tema • Participación en clase • Asistencia • Rúbricas • Portafolios 	
Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de 2 años.
Otras características	<p>Experiencia profesional mínima de dos años en el campo de conocimiento inherente a la asignatura.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso: Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad: Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de</p>

	<p>actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p>
--	--

<p>Bibliografía básica</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Alba, C. (2005). <i>Franquicias: una perspectiva mundial</i>. Fondo Editorial FCA. Universidad Nacional Autónoma de México. https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=2vliUI_i6EC&oi=fnd&pg=PR13&dq=franquicias&ots=v8Vyl-PIMK&sig=NcqIKZWjFQscp5765MMLa5rTVHU#v=onepage&q=franquicias&f=false • Alonso, M. (2017). <i>50 Claves para franquiciar un negocio: Multiplica el éxito de tu negocio</i>. Lid Editorial Empresarial. https://research-ebSCO-com.pbidi.unam.mx:2443/linkprocessor/plink?id=3c190681-b439-36aa-adba-c436eff14aff • Alon, I. (2006). <i>Service Franchising: A global perspective</i>. Springer Editorial. https://link-springer-com.pbidi.unam.mx:2443/book/10.1007/0-387-28256-4 • Beere, R. (2017). <i>The role of franchising on industry evolution: Assessing the emergency of franchising and its impact on structural change</i>. Palgrave MacMillan. https://link-springer-com.pbidi.unam.mx:2443/book/10.1007/978-3-319-49064-9 • Bermúdez, G. (2002). <i>La franquicia: Elementos, relaciones y estrategias</i>. ESIC Editorial. https://books.google.co.ve/books?id=kc3etZc7xSwC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false • López de Castilla, F. y Carrillo, S. (2023). <i>La Biblia de las franquicias: Un modelo de negocios más allá de hamburguesas, tapas y cañas</i>. Gestión 2000. • Front Consulting International. (2022). <i>Franquicias en Iberoamérica: Guía esencial del modelo de negocios más inclusivo en el mundo</i>. FC • Sikaffy, D. (2024) <i>Emprendimiento y franquicias ¡sin tanta vaina!</i>. PanHouse.

<p>Bibliografía complementaria</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Alba, C. (2004). <i>Las franquicias en México. Una nueva visión</i>. Fondo Editorial FCA. Universidad Nacional Autónoma de México. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AcKd1G9yzHgC&oi=fnd&pg=PA13&dq=franquicias+m%C3%A9xico&ots=PiBXbFnD_G&sig=bMhD-uoFGKSAims0DJimpKGng3Q#v=onepage&q=franquicias%20m%C3%A9xico&f=false

- López, F. (2008). *El contrato de franquicia internacional. Un modelo estratégico empresarial*. Temis. <https://libreriatemis.com/wp-content/uploads/2020/08/06-000-0070.pdf>
- Lecompte, I. y Visbal, M. (2013). La responsabilidad del franquiciante y franquiciado frente al consumidor. *Revista Universitas Estudiantes*, (10), 227-250. <https://research-ebSCO-com.pbidi.unam.mx:2443/linkprocessor/plink?id=b18aef4f-2a28-316b-bdd0-a5436f08b923>
- Riera, A.(2013). *Lo elemental de las franquicias*. Front Consulting Group.
- Silva, J. (2003). Franquicias: una alternativa para emprendedores. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (47), 116-121. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20604709.pdf>
- Teva, R. y Pérez, B. (2021). *Franquicias en el sector deportivo*. Dykinson eBook. https://www-bibliotechnia-com-mx.pbidi.unam.mx:2443/auth/link_institucion/4d1dMxSX9yvJSBIIMFQWxVWMDkokJFJtTbb8e0yp7rQ@@@