

**W H I T E P A P E R**

**¿Vale la pena  
transformar mi  
marca en una  
franquicia?**

**eVo**

Si has llegado a este material, probablemente ha pasado por tu mente la idea de expandir tu operación.

Ese sueño de abrir un gimnasio y hacerlo funcionar ya quedó atrás, y hoy es una realidad, tanto es así que estás pensando en cómo transformar ese sueño realizado en algo aun más grande.

Y como es habitual en la vida de los emprendedores exitosos, la idea de transformar tu marca en una franquicia comienza a rondar por tu cabeza.

Por eso, queremos darte algunas breves aclaraciones para evaluar si vale o no la pena tomar esa decisión.

¿Vamos?



## — ¿Qué es una franquicia?

Podemos basarnos en una definición sobre lo que es un sistema de franchising:

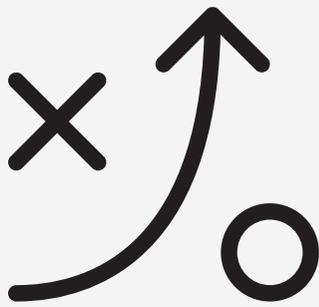
*Sistema en el cual alguien (franqueador) cede a un tercero (franqueado) los derechos de uso de la marca, los derechos de distribución exclusiva de productos y/o servicios y los derechos de utilizar un sistema de operación y gestión de un negocio exitoso.*

O sea, a partir de esa definición, parece que el negocio es para ti, ¿cierto?

- Tú tienes un gimnasio, que es un negocio exitoso.
- Quieres ceder a un tercero los derechos de utilizar esa marca.

Entonces, ¿cuáles son los próximos pasos?

Primero, vamos a saber si tu negocio está listo para ser franquizado.



## — ¿Qué precisas para tornarte un franqueador?

No sabemos si ya has consultado con un abogado para saber algunas cosas sobre el mercado de franquicias, pero vamos a hacerte algunas preguntas al respecto, para saber cuán preparado te encuentras para franquiciar tu marca.

### **1- ¿Tu marca está registrada? ¿En qué categorías?**

Si todavía no tienes tu marca registrada, precisas cuidar de eso urgentemente, pues es un elemento fundamental del proceso de franchising. Además de tener la marca registrada, es fundamental que la marca se encuentre registrada en la clase y categoría correctas.

Lo ideal es buscar una asesoría jurídica especializada en marca y propiedad intelectual, independientemente de que tú quieras tener una franquicia o no.

## **2- ¿Tienes un programa de entrenamiento para transmitir tu know-how?**

Transformar un negocio exitoso en franquicia significa entregar al asociado (franqueado) un negocio listo para ser replicado.

Eso significa que la manera como entrenaste a tu equipo debe ser lo más próximo a una metodología.

¿Eso existe en tu gimnasio?

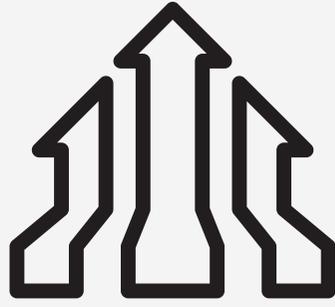
## **3- ¿Tienes manuales o normas operativas por escrito?**

Una vez más, aquí se trata de como tú vas a entregar tu negocio exitoso para tu nuevo socio (franqueado).

Y una manera eficiente de comprobar la transferencia de know-how que debe ser parte de una negociación relacionada con una franquicia, es por medio de manuales o normas operacionales, que demuestran cómo y porqué el negocio tiene éxito.

¿Hasta aquí, todo bien?

En verdad, pedimos disculpas por mostrar este contenido medio "aburrido", pero estas 3 preguntas que hicimos, de forma bien resumida, son parte integrante del proceso preliminar que deberás pasar para saber si tu marca puede realmente, ser una franquicia.



## — ¿Tú quieres ser un franqueador o apenas expandir tu negocio?

Sentimos la voluntad de hacerte esta pregunta, porque la gran mayoría de las personas imagina que, por ejemplo, una red de gimnasios es, necesariamente, una franquicia.

Y no queremos desestimular tu deseo de convertirte en un franqueador, pero nuevamente, te invitamos a buscar un asesoramiento completo para conocer la legislación al respecto en tu país o región.

Recomendamos atención especial a los elementos esenciales de un modelo de franquicia antes de tomar una decisión.

Sí, puede parecer un tanto complejo, es de hecho, no es un tema simple.

Y conlleva una inversión considerable, porque te tomará algún tiempo transformar tu modelo de negocio en una franquicia.

Entonces, si tú quisieras transformar tu negocio exitoso en una franquicia, estas breves explicaciones, junto con el asesoramiento legal apropiado, pueden aclararte el tema.

¡Y buena suerte para tu franquicia!

Pero ahora, vamos hablar sobre otras maneras de expandir tu modelo de éxito.



## — Compra tu idea antes de intentar venderle a alguien más

Uno de los errores comunes de quien piensa en expandir por medio del modelo de franquicia es pensar, incluso inconscientemente, en transferir los costos para otra persona, mediante una promesa de éxito.

*Como si fuese así: "Mira, mi gimnasio es un caso de éxito, ¿quieres copiarlo? Entonces toma el mando que yo te doy el mapa del tesoro".*

Claro que parece una simplificación medio burda, pero en líneas generales, así es. El tema de la franquicia está presente en la cabeza del gestor de gimnasio también en función de un término que está de moda: escalar.

Escalar ganancias, de forma exponencial.

Y la alternativa más fácil, parece ser la de buscar algún socio o colega, o algo por el estilo, para "comprar tu idea". Porque el modelo de franquicia es exactamente eso, te transformas en un vendedor.

Tu negocio se transforma en un producto que tú quieres vender a un posible cliente.

Pero, todavía no tienes un producto para vender, ¿cierto? Tú tienes un gimnasio que funciona, pero no tienes otra sede de tu gimnasio que también funciona. La validación de tu modelo de negocio aun no está completa.

Para todos los efectos, tú podrías tener una franquicia a partir de una sede exitosa.

Pero mira en el tópico siguiente como puedes validar tu modelo de negocio con mucha más eficacia y credibilidad.



---

## Arriésgate a abrir una segunda sede

Utilicé el verbo "arriesgar" porque el concepto "skin in the game" (dejar hasta la piel/arriesgar la propia piel, de Nassim Nicholas Taleb) forma parte del cotidiano de "startups" y modelos de empresa en expansión.

Eso significa que, si tu crees que tener una sede de tu modelo de negocio es una buena oportunidad de inversión para alguien, entonces debe ser una buena oportunidad de ventas para ti!

Tal vez me digas que no tienes tiempo, dinero o personas para abrir una segunda sede... bien, como dijimos antes, el proceso de construir una franquicia propia también es trabajoso y caro.

Por lo tanto, la experiencia de evaluar la posibilidad de abrir una segunda sede puede servir también para descubrir si tu momento es, de hecho, el de expandir.

Si fuera el caso, invierte. Si tú descubrieras medios de administrar mejor tu tiempo, de conseguir hacer sobrar algún dinero, de comprometer algunas personas en esa aventura, hazlo.

Inclusive, si después de abrir una segunda unidad y también fuera un éxito, tú pasas a tener un excelente pitch de ventas para que alguien compre tu idea:

*"Cuando pensé en convertir mi negocio en un modelo replicable, siendo una franquicia o no, la idea me pareció tan buena que ¡me convertí en mi primer cliente! ¿Quieres ser mi segundo cliente?"*



## — Alternativas al modelo de franquicia para expandir tu negocio

Imaginando que tú convertiste tu segunda sede en un negocio exitoso también, ahora quieres realmente escalar tu "producto" y crecer de forma exponencial.

¿Solo existe la franquicia como alternativa?

La verdad, no. Inclusive, existen poquísimos ejemplos de franquicia en el mercado de fitness, a pesar de haber un número cada vez mayor de redes surgiendo.

Existe la posibilidad de licenciar tu marca. O hacer un contrato de concesión temporaria de servicio. y también existe un modo más simples y, a la vez, más eficaz: **Tú puedes abrir lo que llamamos de filiales, otras unidades de tu negocio, sea con los mismos socios o con otros.**

La verdad, tú tienes un producto en tus manos y llamar a alguien para convertirse en socio termina siendo una venta que tú vas a hacer - y existen personas con dinero buscando donde invertir.

Lo que tú necesitas es tener un buen equipo de soporte en eso que llamamos bastidores de tu negocio:

## **01 | Una contabilidad buena, clara y transparente**

## **02 | Procesos bien definidos**

## **03 | Una metodología de entrenamiento de tu personal**

## **04 | Una metodología técnica**

## **05 | Un buen software de gestión**

Piensa que necesitas mostrar a otra persona que tu negocio es una buena oportunidad para invertir su dinero y tener retorno. Cuanto más tangible y clara fuera tu operación, mejor.

**Sobre el software de gestión, EVO hoy atiende diversas redes**, siendo citado como un diferencial por los gestores, pues permite que la operación sea administrada desde cualquier lugar, con información en tiempo real de todo lo que acontece en todas las sedes.

Por eso, nos sentimos con voluntad de hablarte sobre este tema, ya que tenemos diversos clientes gestionando redes de gimnasios y centros deportivos.

Tenemos clientes que expandieron su operación y hoy tienen una red. Tenemos clientes que ya llegaron como red y crecieron.

Y algunos clientes que están en momento de abrir la segunda sede y se volvieron una red.

Tal vez este sea tu caso.

Si te ha gustado este material y quieres sacarte dudas sobre cómo expandir tu operación, **entra en contacto** y platica con uno de nuestros especialistas. Tenemos el software de gestión con la mejor performance en ventas online y reducción de morosidad, y será un gran placer ayudar a tu gimnasio a crecer de forma exponencial.

¡Muchas gracias por la lectura!