

Desde el punto de vista COMERCIAL

1. Expansión del **negocio-marca** en nuevos mercados.
2. Capacidad de **innovar con mayor eficiencia** por ampliar características de mercados-clientes.

Desde el punto de vista FINANCIERO

3. Nueva capacidad de negociación con proveedores para **disminuir costos operativos**.
4. Aporte de **Capital Fresco en Inversiones** para abrir en nuevos mercados (sale del bolsillo de otros).
5. Aporte de **Capital Fresco de Trabajo** para administrar en nuevos mercados (sale del bolsillo de otros).
6. Inversión mínima y **riesgo bajo al mejorar negocio-marca origen**, comparando ampliar con sucursales.
7. Cada franquicia paga **cánones – mes para administrar outsourcing**: mercadeo, ventas, finanzas, controles, producción (algunos casos), recursos humanos, jurídico, y otras gestiones y asesorías claves para el desarrollo de la cadena de franquicia. Empresa origen elimina gastos-nuevas áreas de trabajo.

Desde el punto de vista FISCAL

8. El **pago de impuestos de las ventas de nuevos puntos lo asumen los compradores de franquicias** (franquiciados), ya que adquieren la marca bajo una nueva persona legal (jurídica o natural).

Desde el punto de vista PRODUCCIÓN

9. La **calidad en producción mejora**, al simplificar procesos con anexar nuevas y buenas prácticas.
10. El área de producción se convierte de Unidad Operativa a Unidad de Negocio para empresa origen.

Desde el punto de vista RECURSOS HUMANOS

11. Cada franquiciado asume **Administración del Recurso Humano** de los nuevos puntos.
12. El personal se **fortalece por asesoría outsourcing**. Empresa origen recibe resultados y asesoría.

Desde el punto de vista LOGÍSTICO EN DISTRIBUCIÓN y CADENA DE SUMINISTROS

13. Cada franquicia sufraga gastos de distribución con mejores prácticas en cadena de suministros.

Desde el punto de vista CADENA DE VALOR

14. Se **fortalecen las gestiones de Atención y Servicio al Cliente** por la suma de mejoras constante por punto de venta que suma experiencias por cada nuevo mercado.

Desde el punto de vista MARCA

15. Se **incrementa valor de la marca** por ampliar su posicionamiento y mejorar su servicio con calidad.

Desde el punto de vista INGRESOS AL FRANQUICIANTE

16. Ingresos mensuales por **convertir de unidad operativa** (producción) **a unidad de negocios**: vende productos o servicios especializados a cada franquiciado desde el centro de producción-negocios.
17. Ingresos mensuales **por concepto de regalías** (5% sobre las ventas netas por cada franquiciado).
18. Ingresos mensuales **cánones por conceptos de gastos operativos** por cada franquiciado.
19. Ingresos **únicos cada vez que se vende 1 franquicia** (venta Know How o Manuales Operaciones).