

VI COLOQUIO PERFIL ORIGINAL

Esteban Rodríguez Mejía

7mo SEMESTRE

DISEÑO PROYECTO FINAL
2021-2



La franquicia: una mirada desde la comunicación



Descripción del proyecto.

- Mi proyecto consiste en un artículo donde se analizan los factores más importantes de una franquicia desde un punto de vista de la comunicación. La franquicia es un modelo de negocio que a lo largo de los años ha ganado más importancia, convirtiéndose en una opción de expansión para la marca y una alternativa para emprender. El objetivo de este artículo fue medir factores de éxito en franquicias de alimentos y bebidas, tomando como caso de estudio la franquicia de Empanadas El Machetico. A través de entrevistas a expertos en franquicias en diferentes sectores se encontraron opiniones similares y uno de los temas de mayor relevancia es la comunicación. Esta es la que permita que haya claridad de objetivos y metas tanto para la franquicia como el fran



Contexto del proyecto: Problemática – Oportunidad – Justificación

- Las franquicias tienen que cumplir con una serie de factores para asegurar el éxito para la marca y para el franquiciado tales como el “know how”, capacitación de personal, visión empresarial, etc. El problema que encontré al hacer esta investigación es que muchas franquicias no logran cumplir con estos factores y la razón es porque no saben comunicar aquellas metas que quieren ejecutar. Debe haber una comunicación transparente y fluida entre la marca y el franquiciado no solo para que sea un negocio rentable para el franquiciado, sino la oportunidad para que la marca se expanda.



Propuesta de Proyecto.

Existe un gran interés por parte de los jóvenes en adquirir una franquicia ya que tiene muchos beneficios. Las marcas generalmente cuentan con una trayectoria en el mercado y disponen de conocimiento del negocio. Esta alternativa de adquirir una franquicia resulta tentadora porque normalmente se brinda un acompañamiento constante lo cual le da más seguridad a las personas que están emprendiendo. Para las marcas también es de interés vender franquicias ya que es un método de expansión ahorrando costos y tiempo como arrendar un local, buscar el personal, etc. Como vemos hay un interés mutuo por parte del franquiciador y el franquiciado.



Valor diferenciador de mi proyecto. (ADN del proyecto)

Lo que hace diferente mi artículo es que se analizan estos factores desde un punto de vista de la comunicación. Hay muchos artículos donde se explica por qué son importantes estos componentes para una franquicia y el franquiciado. Sin embargo me parece que falta enfatizar el cómo implementar estos factores desde la comunicación para expandir el potencial y la capacidad creativa del comunicador organizacional.

