



¿Qué es y cómo opera el modelo de Franquicias?

¿QUIÉN ES QUIÉN?

Para establecer un conocimiento general, es necesario conocer algunas definiciones de las partes que se ven implicadas en cualquier desarrollo de Franquicias:

FRANQUICIANTE

Es el dueño de la marca y quien se compromete a brindar asistencia técnica y ceder el uso de su marca a cambio de las regalías. Entre otras tareas, regularmente se encarga de: administrar los fondos de publicidad institucional, ubicar y diseñar los locales, así como desarrollar nuevos productos y servicios.

FRANQUICIATARIO

Es la persona que adquiere los derechos para usar la marca y conocimientos del negocio con la intención de clonarlo y ayudar a su posicionamiento en el mercado.

EL MODELO DE NEGOCIOS

La franquicia surge de una relación comercial en la que el franquiciante decide utilizar este modelo con el fin de expandir el negocio que tenía originalmente. Para lograrlo, está dispuesto a permitirle a terceras personas (los franquiciatarios) utilizar la marca que distingue a los productos o servicios que su compañía ofrece. También se compromete a compartir todos los conocimientos y experiencias que ha acumulado, con el fin de que puedan operar un negocio igual al original, con las mismas probabilidades de éxito.

Las franquicias ganadoras no son el resultado de una fórmula mágica, sino de la sinergia de varios aspectos clave: estructura empresarial, solidez financiera, productos y servicios valiosos, y organización robusta basada en recursos humanos, comunicación y procesos administrativos y técnicos.

Si bien la relación es comercial, también se convierte en un conjunto de relaciones interpersonales de las partes involucradas. Es natural que, conforme crezca la complejidad de la empresa, surjan problemas, malos entendidos e, incluso, un desgaste; por lo tanto, es recomendable que el franquiciante se reúna con su grupo de franquiciatarios con cierta periodicidad. En estas juntas de trabajo se fomenta la integración del sistema y se tratan abiertamente los problemas.

CONTADORES PÚBLICOS, CONSULTORES EN ADMINISTRACIÓN, CONSULTORES EN NEGOCIOS Y FRANQUICIAS Y ABOGADOS.

Calle 22 N° 37, Col. San Pedro de los Pinos, 03800 México, D. F. Tel. 55 98 98 01, E-mail: info@gonzalez-lazarini.co

EL DIAGNÓSTICO

Convertir un negocio en franquicia requiere de la cuidadosa atención de varios aspectos que permitan replicar con éxito una operación comercial. Lo primero que se debe hacer es confirmar que tiene verdadero potencial a través de las siguientes preguntas que te servirán como "diagnóstico inicial":

- A. ¿Tiene el producto o servicio a comercializar un amplio mercado?
- B. ¿Resulta atractivo tanto en lo comercial como en lo financiero, para franquiciante y franquiciatario?
- C. ¿Es un concepto probado y definido (no se franquician ideas)?
- D. ¿Cuenta con una marca registrada o en proceso de registro?
- E. ¿Es un concepto repetible y transmisible?
- F. ¿Tiene el franquiciante la experiencia necesaria para transferir la tecnología y el conocimiento?

Si el resultado es positivo, el paso siguiente es comenzar a trabajar en un plan para transformar el concepto en un negocio repetible. Para ello, cada firma de consultoría especializada tiene su propia metodología para lo que se denomina el "desarrollo de la franquicia".

En todos los casos, este proceso exige un plan de negocios que defina las características del concepto a franquiciar. Este documento debe considerar: análisis financiero para comprobar la viabilidad del negocio, definición de un marco jurídico a la medida y desarrollo de los manuales de operación necesarios (que incluyan un sistema de comercialización y un programa de asistencia técnica).

Las franquicias serias trabajan, a diario, en aspectos como:

- Calidad y mejoras continuas.
- Reducción de costos.
- Capacitación continúa.
- Empowerment (de su equipo y el de los clientes).
- Mantener un staff reducido.
- Orquestación de la tecnología.
- Enfoque al cliente (interno y externo).
- Competitividad organizacional y profesional.
- Vivir y hacer realidad una verdadera relación ganar-ganar.