



NOTAS SOBRE FRANQUICIAS

RESPUESTAS A ALGUNAS PREGUNTAS USUALES

Ante el surgimiento de interesados en la adquisición de una franquicia de la marca, el empresario, muchas veces ansioso, suele pecar de informalidad, y esto provoca frecuentemente y en el corto plazo, conflictos entre franquiciante y franquiciado.

El cierre de un mal acuerdo; la omisión de la firma del contrato de franquicias correspondiente; la falta de capacitación y entrenamiento inicial al futuro franquiciado; la no existencia de un manual el cual detalla operaciones cotidianas del negocio, productos que pueden ser comercializados, proveedores homologados, etc., y a través del cual se formaliza la transferencia del "know how", es decir el conjunto de conocimientos sobre el negocio y experiencias adquiridas por el franquiciante; constituyen todos errores en los que suele incurrir el titular de la marca.

Es por esto que, toda empresa que cuente con una marca registrada o factible de ser registrada, y un negocio en funcionamiento con un buen producto, dado que quien desee unirse a la red exigirá una prueba de concepto, sumado al apoyo de una estructura organizacional que irá creciendo en la medida que crezca la cadena, tiene grandes posibilidades de alcanzar un crecimiento sostenido a través del sistema de franquicias comerciales, siempre y cuando se genere sobre la base de un desarrollo profesional del mismo.

Estrategias:

Toda la acción previa antes de salir a venderla, qué conocer al respecto, cómo venderla?

Es importante saber que toda propuesta de franquicia compite tanto con aquéllas del mismo rubro, como con otras de igual rango de inversión.

En este sentido, una propuesta comercial seria, correctamente desarrollada, acompañada de una presentación atractiva y profesional, impactará sobre el inversor de manera efectiva y altamente ventajosa respecto de una propuesta "improvisada".

Las acciones de publicidad y difusión, tanto en medios masivos como segmentados, tendientes a la generación de prospectos; la participación en ferias y ruedas de negocios; y la tercerización de los procesos de comercialización de franquicias, a través de profesionales del sector, son algunos de los recursos disponibles a la hora de pensar en venta de franquicias.

¿Franquiciar o abrir un local propio? ¿Cuándo puede darse este dilema y en qué casos conviene cada uno?

Sin dudas, el crecimiento a través de franquicias permitirá al franquiciante concentrarse en tareas que benefician a toda la cadena, tales como: definición de estrategias del negocio, desarrollo de nuevos productos, negociación con proveedores, mejora continua de procesos, y por supuesto, asistencia técnica a la red de franquiciados existentes.

Más allá de esto, siempre la elección del sistema de franquicias estará por sobre la de un local propio, en aquellas operaciones remotas donde el operador o franquiciado cuenta con un gran conocimiento sobre los hábitos de consumo y preferencias del consumidor local.



¿Cómo protegernos del mal uso de la franquicia? Potenciales riesgos que asume todo franquiciante. ¿Cómo evitarlos?

Si bien la formalización de las distintas etapas del proceso de reclutamiento de nuevos franquiciados, las cuales incluyen la suscripción de una ficha de precalificación conteniendo los datos personales y antecedentes del interesado, la solicitud de informes comerciales y financieros, la firma de un acuerdo de confidencialidad, y la entrevista personal, entre otras, constituyen la base de la correcta selección del franquiciado; la confección de un buen contrato de franquicia así como también las posteriores supervisiones y auditorías realizadas como procedimientos preventivos, una vez iniciada la relación comercial, son elementos primordiales tanto para el cuidado de la imagen de marca, como para la acotación del riesgo legal ante eventuales conflictos entre las dos partes.

Autor: Dr. Jorge D. Bliman

Franchising Advisors S.R.L.

www.franquiciaweb.com