

CINCO CLAVES PARA UNA FRANQUICIA

■ MANUEL CASABO

CONSULTOR EN FRANQUICIAS

Gracias a la perspectiva que nos ofrecen las trayectorias y experiencia de las cadenas de franquicia más extendidas, es posible reflexionar acerca de cuáles han sido las claves más comunes que han posibilitado alcanzar este tipo de situaciones predominantes.

Antes que nada, ha de quedar claro que una franquicia parte obligatoriamente de la base de que el negocio que se está franquiciando es exitoso y tiene buena acogida en el mercado.

Asimismo, el empresario franquiciador es generalmente consciente de que debe ceder a terceros la experiencia empresarial que haya podido acumular en su franquicia.

Supuestamente asumida la trascendencia de estos dos elementos, otras cinco cuestiones concretas sustentan un buen proyecto de franquicia.

• **MARCA**

Una franquicia, en tanto que comporta una estrategia de reiteración de una marca, generalmente se basa bien en una enseña ya muy conocida o bien en una marca con excelentes cualidades de comunicación. Ejemplos de ambos casos podrían ser Yves Rocher en el primer supuesto y Coronel Tapiocca, en el segundo.

Prácticamente ninguna de las enseñas más conocidas en la actualidad adolecen de una conveniente protección contra imitaciones, amén de unas características que las hacen originales, fácilmente identificables totalmente coherentes con el negocio que abanderan.

• **REPRODUCTIBILIDAD**

La franquicia es una técnica de reproducción, pero únicamente apta para aquellos negocios que tengan unas condiciones mínimas para poder repetirse. No es factible conseguir una franquicia de éxito cuando tratamos con un negocio localista, o cuyo éxito se produce por una conjunción de características excepcionales o por la habilidad específica de una persona o equipo humano.

De no ser así no se explicaría cómo las cadenas de franquicia más consolidadas pueden, sin ningún tipo de problemas, establecer sus negocios ya sea en el País Vasco, en una ciudad de 60.000 habitantes, en las Islas Canarias o en una gran capital de provincia, por poner un ejemplo.

• **ORIGINALIDAD**

Las franquicias más deseadas y por tanto más viables han sido aquellas que han incorporado grandes dosis de originalidad o cuando menos de diferenciación. ¿Qué interés podría haber sino en adoptar o invertir en una franquicia cuyo producto o servicio está al alcance de cualquiera, sin ninguna restricción?

Las enseñas dominantes comercializan productos o servicios con señas propias de identidad y personalidad, que los hacen detectables y deseables por el público consumidor. A menudo a estas características propias del producto se le añade una fórmula de venta original en su forma o contenido que potencia las propiedades de los mismos productos o servicios, independientemente de cual sea su origen.

• **RENTABILIDAD**

Esta claro que lo que mueve a una franquicia es, como en cualquier actividad económica, la perspectiva de beneficios. Por este motivo, al franquiciador que puede acreditar la rentabilidad pasada y presente de su propio negocio, nunca le faltan proposiciones de franquicia.

Otra cuestión muy distinta es que los beneficios, incluso en las franquicias más rentables, no llegan siempre al primer año y ni tan siquiera al segundo. Una franquicia es un negocio para toda la vida y no una mera especulación de efímera duración.

• **PERENNIDAD**

Las franquicias de mayor éxito, lejos de especular a corto plazo con su "know-how", han sabido prolongar, adaptar y evolucionar en el tiempo sus respectivos conceptos de negocio para así mantenerlos al ritmo de los cambios de usos, costumbres, mentalidades y coyunturas.

Una rápida ojeada a las franquicias de mayor implantación permite comprobar cómo esos conceptos de negocio, han sido lo suficientemente genéricos y a la vez especializados, como para no quedarse atrás en la lógica evolución de la distribución, los negocios y la economía.

Estos cinco elementos, arropados en un buen equipo gestor, pero que no tenga excesivas prisas, permiten sentar una sólida base para, a la vuelta de al menos 6 u 8 años, conseguir una franquicia de amplia implantación y fuerte arraigo. □