

UN MODELO EN EXPANSIÓN:

Las franquicias como vehículo para rentabilizar la inversión en Chile

Para nadie es fácil iniciar un negocio. Bien lo saben los grandes líderes empresariales y también los emprendedores que han ido creciendo a punta de innovación, constancia y grandes esfuerzos. Precisamente, aprovechando la experiencia de quienes ya han transitado por el camino de los negocios, es que miles de personas han apostado por franquicias.

"Hoy día es una oportunidad para poder iniciar un negocio con menos riesgo asociado que empezar desde cero. Evidentemente, se aprovecha el posicionamiento, la experiencia y el reconocimiento de la marca", comenta Cristóbal Muñoz, director del Magíster en Dirección Comercial y Marketing de la Universidad Mayor.

En términos prácticos, quien elige una franquicia adquiere los derechos de uso de la marca en un territorio en específico; mientras que quien la pone a la venta continúa expandiendo su negocio y aumentando el alcance de su marca. En este ámbito, la recomendación del contador auditor, Cristián Montero, director de Adactiva, es franquiciar cuando ya existe un posicionamiento en el mercado. "La idea, cuando se tiene un negocio robusto, es copiar el mismo sistema de trabajo para entregar el producto o servicio a través de otras personas", sostiene.

Sin embargo, no es recomendable lanzarse a la aventura cuando el negocio está recién partiendo. "Muchas veces, suele suceder que algunas marcas ya se consideran grandes, pero no tienen un modelo estructurado, con procesos que sigan un orden lógico y que siempre sea igual", explica el especialista tributario y contable.

DERRIBANDO BARRERAS

Gracias al acompañamiento que recibe el franquiciado, el modelo ha demostrado ser viable y "bastante exitoso", según Cristóbal Muñoz. "Acceder a una franquicia es relativamente simple, en



FABIOLA ROMO

Gracias al acompañamiento que recibe el franquiciado, el modelo ha demostrado ser viable y bastante exitoso.

La relación virtuosa que se produce entre el franquiciado y el equipo detrás de una marca consolidada está impulsando el crecimiento de diversos mercados.

términos de gestión, porque los mismos agentes se encargan de todo lo administrativo, que muchas veces es lo más complejo al invertir", puntualiza.

Y es que el franquiciado obtiene, a cambio de su confianza en la marca, los conocimientos técnicos, la experiencia y el soporte necesario para operar su negocio. La oferta también es amplia. Si bien las franquicias comenzaron a hacerse conocidas en el sector Alimentos y Bebidas, hoy Chile cuenta con consolidadas

cadena de lavandería, cosmética y estaciones de servicio, por mencionar algunas.

En este contexto, Cristián Montero, director de Adactiva, destaca que el modelo facilita la ampliación del negocio ahorrando el costo que implicaría invertir, por cuenta propia, en nuevas sucursales. "Si tengo un negocio de comida rápida y tengo éxito en Santiago, por ejemplo, y quiero empezar a replicarlo en otros lugares del país, va a ser más caro ir haciendo aperturas de nuevos locales, porque además debo tener personal capacitado, entre otras cosas", afirma.

En tanto, una de las grandes ventajas para quien adquiere la franquicia es que no tiene que pensar en la diferenciación de un producto o un servicio, ya que es la marca la que determina qué se vende, cómo se vende y cuáles son todos los procesos asociados. "El franquiciado solamente tiene que leer las instrucciones y seguirlas al pie de la letra", argumenta el contador auditor.

¿Cómo comenzar? Cristóbal Muñoz, director del Magíster en Dirección Comercial y Marketing de la Universidad Mayor, destaca el papel que juegan los agentes dedicados a intermediar entre las partes. "Hay un bróker que busca franquicias que garanticen rentabilidad", sostiene.