

¿Cómo hacerlo?

Una oportunidad de invertir con mayor certeza

En este sistema un inversionista o "franquiciado" compra el derecho de usar la marca de un producto, por lo general ya reconocidas, en un territorio donde la franquicia aún no llega. De esta forma, se espera tener más seguridad al invertir en un producto con historial de éxito, aunque el estudio previo de las condiciones son claves.

Por: Rodrigo M. Ancamil



Ilustración: Freepik

Hay marcas que atraen con tal solo ver sus logos en la fachada de los locales, y de la cual podemos esperar determinadas experiencias. Un aroma único, un sabor inigualable, entre otras sensaciones o acciones que generan una diferencia al momento de comprar.

El valor de estas marcas muchas veces es sinónimo de éxito, por lo que se han convertido en un atractivo para inversionistas. Es en este contexto que las franquicias se

han hecho tan populares, en especial en el rubro gastronómico.

Este modelo de negocio consiste en que un inversionista, o mejor conocido como franquiciado, adquiere el derecho de usar la marca en un territorio donde aún no es explotada.

"En términos prácticos lo que esta estructura ofrece es una oportunidad para 'emprendedores' de poder generar la oportunidad de iniciar un negocio con menos riesgo asociado que empezar de cero, aprovechando el posicionamiento, experiencia y reconocimiento de la marca franquiciante", explica Cristóbal Muñoz, director del Magister de Dirección Comercial y Marketing de la Universidad Mayor.

El experto de U Mayor explica que tras el paso inicial que es la adquisición de los derechos de uso, el franquiciado le asegura al franquiciante la consistencia y calidad de la marca, para eso se ponen condiciones bajo contrato donde se determinan ciertas acciones que van de la mano con una regulación en términos de calidad, producto, materialidad del producto, entre otros aspectos.

Sin embargo, las marcas están sujetas a posibles cambios que vayan acorde a las necesidades de la empresa. Ante este escenario, y para continuar con el lineamiento de la marca, la comunicación es clave, por lo que los franquiciantes suelen realizar

capacitaciones a los franquiciados en casos de innovación de la marca.

Esta inversión puede ser atractiva, pero antes de realizarla es importante estudiar cada situación. "Las franquicias en general son un modelo de negocio que es bien cauteloso, no necesariamente obedecen a un éxito, no porque un negocio sea exitoso en algún lugar significa que sea exitoso en otro", explica el director del magister de Dirección Comercial y Marketing de la U Mayor.

"Es conveniente, pero muchas veces lo es para inversionistas que son más cautelosos en términos de inversión, de cierta manera muchas veces este tipo de modelos va de la mano con inversiones más breves, en primera instancia, ya que al trabajar con un modelo probado reduce ciertos riesgos que son inherentes de cualquier iniciación de un negocio", agrega Muñoz.

En el mercado se puede encontrar distintas oportunidades para invertir en franquicias, tanto extranjeras como nacionales. Ofertas, que están disponibles en plataformas web que además entregan prospectos y valores de diversas industrias.