

Los diez mandamientos de franquicia para un sistema de franquicia exitoso:

¿Es su sistema de franquicia franchiseproof®?

Autor: Jeroen Janssen

Este artículo profundiza en la esencia de un sistema de franquicia bueno y sólido.

¿Es su sistema de franquicia a prueba de balas?

¿Es su sistema de franquicia a prueba de franquicia? ¿Es resistente a las influencias externas? ¿Puede hacer frente a las circunstancias cambiantes del mercado?

La viabilidad de un sistema de franquicia exitoso se basa en los siguientes diez mandamientos de franquicia.

Un sistema de franquicia es a prueba de franquicia, si cumple los siguientes diez requisitos:

1. Un sistema de franquicia desarrollado - el franchise business format (formato de negocio de franquicias) debe distinguirse y ser competitivo en **su especialidad**. Toda empresa de franquicia que se precie se ha especializado en un producto o surtido de productos determinado, o en servicios específicos y en la venta de los mismos.
2. El franquiciador debe ser bueno, e incluso sobresalir en su especialidad y mantener **actualizado su knowhow de franquicia** en este campo. En este marco es imprescindible adaptar la fórmula a las circunstancias continuamente cambiantes del mercado. Los cambios en las tendencias, el comportamiento poco previsible de los consumidores, las innovaciones (de producto), los avances tecnológicos y cambios en las relaciones de competencia son factores ambientales que influyen en un sistema de franquicia.
3. El valor añadido de un sistema de franquicia distintivo estriba en ser bueno y seguir siéndolo en la especialidad desarrollada (el knowhow), así como en la capacidad de traducir esta especialidad en una **gestión efectiva** dirigida a la venta. La introducción flexible de ajustes en la gestión es, en principio, una tarea tanto del franquiciador como del franquiciado.
4. El sistema de franquicia desarrollado no es completo si no cuenta con una **marca**. La marca figurativa, el nombre comercial y los elementos del estilo de la casa constituyen los componentes esenciales de un sistema de franquicia y la red de franquicias. El carácter reconocible de un sistema para el cliente por medio de la marca figurativa y/o la uniformidad a la hora de hacer negocios son determinantes para el valor adicional de un sistema de franquicia.
5. La empresa de franquicia es sólida y duradera si el franquiciador aspira a la continuidad. En este contexto, la empresa de franquicia por un lado debe estar preparada para la **expansión de la fórmula**. Por otro, el franquiciador debe ser capaz de controlar desde el punto de vista operativo el crecimiento y el mantenimiento de la red de franquicia.
6. El franquiciador debe organizar de forma estructurada la colaboración de franquicia con sus franquiciados. La comunicación del franquiciador con sus franquiciados tiene lugar tanto de forma individual como colectiva. En **una comunicación efectiva** la información

fluye en dos sentidos y el franquiciador también se muestra receptivo a las aportaciones de sus franquiciados.

7. Es fundamental que la empresa de franquicia invierta en la **orientación al cliente (enfoque del cliente) y la satisfacción del cliente (retención del cliente)**. La expansión o el crecimiento de un sistema de franquicia solo es posible si el cliente cree en el producto, la especialidad y la prestación de servicios del franquiciador. Distinga entre grupos de clientes.

8. La colaboración de franquicia debe observar la **reglamentación** aplicable, las prácticas habituales en cada ramo y el uso a largo plazo en la práctica de franquicia.

9. El **contrato de franquicia a medida** debe adaptarse al contenido, el espíritu y la filosofía del sistema de franquicia. Por un lado, los derechos, obligaciones y responsabilidades de las partes contractuales (franquiciador y franquiciado) se deben formular de forma clara y concisa. Por otro, el contenido del contrato de franquicia debe permitir que se puedan realizar ajustes o ampliaciones de la fórmula.

10. La **naturaleza (jurídica) de la colaboración de franquicia** conlleva para el franquiciador y los franquiciados, además de la defensa de los intereses comerciales, una obligación de lealtad con respecto a la red de franquicia. Esta **obligación de lealtad** consta de dos elementos:

1. la obligación positiva de esforzarse por mantener la uniformidad y calidad del sistema de franquicia; y
2. la obligación de no dañar la colaboración por cualesquiera acción u omisión.

En resumen: un sistema de franquicia es franchiseproof®:

1. si tiene un carácter distintivo (franchise business format);
2. si la empresa de franquicia es duradera y está preparada para el crecimiento de la red de franquicia y su mantenimiento;
3. si el franquiciador aspira a la calidad empresarial y facilita una colaboración de franquicia equilibrada con sus franquiciados.

Los mandamientos descritos se basan en mi investigación, experiencia y la actual práctica de franquicia. Estos mandamientos se pueden utilizar a modo de juego de herramientas para optimizar su sistema de franquicia, su empresa de franquicia y la colaboración de franquicia.

Franchise.nl se dedica a la investigación y el desarrollo de franquicia y está abierta a nuevas ideas y adiciones a estos requisitos. Agradecemos enormemente su contribución.

Jeroen Janssen, licenciado en Derecho, es especialista en franquicia, jurista en materia de franquicias y tiene una oficina de asesoramiento en materia de franquicias.

Franchise.nl © 2012, H.G.A.J. (Jeroen) Janssen.