

FRANQUICIA JÓVEN BUSCA PROVEEDOR MADURO

Artículo publicado en "Hacer Saber", publicación interna de mundoFranquicia consulting
Autores: Carlos Rubio Orea y Daniel Sastre García

Uno de los puntos más complejos y espinosos de la primera fase de expansión de una franquicia, es la selección de los proveedores encargados de la ejecución de las obras del montaje del equipamiento comercial de los locales franquiciados.



Y es que este es un aspecto que debe estar resuelto antes del arranque de la primera unidad franquiciada. De lo contrario, las primeras aperturas se ejecutarán sin guión, y conducidas por la urgencia y la improvisación, reducirán sin duda más de un disgusto a franquiciado y franquiciador. A la complejidad de elegir quien, se añade la tarea de escoger cuantos - porque son muchos los proveedores a seleccionar.

El franquiciador debería resolver quien redacte proyectos, quien ejecute obras, quien fabrique muebles, y quien instale rótulos. Y esto solo es el principio, porque a cada necesidad debe corresponder una solución, y por lo tanto un proveedor especializado. Todos intuimos que un buen proveedor debe de ser ante todo competitivo. Si nos ofrece buenos precios, las aperturas se abaratarán y podremos abrir el abanico de candidatos. Pero, ¿es este el atributo más importante a considerar?

Muchos franquiciadores responderían sin duda que sí, descuidando entonces que hay otras necesidades imperiosas que el proveedor debe satisfacer. Entre las más importantes, no olvidemos la linealidad de precios, la disponibilidad de los suministros en plazos razonables, la capacidad de respuesta, o la adaptabilidad a los cambios y justes de la marca. Pero ante todo, y probablemente la más importante, la capacidad de brindar a todos los franquiciados, sean grandes o pequeños, el mismo buen servicio y buen precio. Así las cosas, no sirve cualquier empresa, y mucho menos si su única virtud es trabajar barato.

Otro aspecto tradicionalmente apreciado es el tamaño de la empresa proveedora. Suelen cautivar las grandes empresas y grupos que, dado su calibre, están en disposición de prometer plazos de ejecución ajustados, en cualquier lugar del mundo, producción robotizada en serie a buen precio, el oro y el moro al mejor postor. Pero cuidado, porque cuando estos inmensos paquidermos inician su carrera es difícil que se detengan en el detalle, en la resolución de la pequeña traba que debe solucionarse, en la atención personalizada y el gusto por lo bien hecho. Y aún hay más. Los colosos no hacen excepciones porque no son humanos. No se paran ante nadie y cuando por fin se detienen para escuchar, hacerles arrancar de nuevo es arduo y costoso. Las pequeñas empresas son sin duda más ágiles y su tiempo de respuesta es mucho menor. No obstante, empresas con poco equipo humano y pocos recursos tecnológicos pueden saturarse con facilidad ante un rápido crecimiento de la red. ¿Por quien decantarse entonces?



Deberán seleccionarse empresas con capacidad de producción y montaje, que disponga de los equipos suficientes para dar un buen servicio, pero que paralelamente sean capaces de adaptarse, ofrecer soluciones rápidas, innovar y detenerse en los pequeños detalles. La experiencia es un grado, también



FRANQUICIA JÓVEN BUSCA PROVEEDOR MADURO

para el proveedor de franquicia. Si además de ofrecer buen precio, buen servicio y capacidad de respuesta, el proveedor conoce los pormenores de la expansión en régimen de franquicia, podrá ofrecer su experiencia en la resolución de problemas que para las nuevas enseñanzas serán desconocidos. No obstante, también en este particular debe reinar la precaución. Con cierta frecuencia determinados proveedores rompen la confidencialidad para ganarse a empresas competidoras.

Por último, debe tenerse en cuenta el grado de compromiso de las empresas suministradoras. Lo más importante es "crear equipo". Aquellas empresas que se comprometan con el franquiciador y sus franquiciados en mantener una política de precios lineal, en servir como y cuando se requiera, en buscar más la calidad que la cantidad y en definitiva en creer más en la expansión de la red que en la suya propia, serán excelentes aliadas. ¿Son difíciles de encontrar? Sin duda. Por eso es imprescindible que, una vez incorporadas a la red, sean consideradas como parte integrante de la estructura del franquiciador. Si queremos que el proveedor respete los acuerdos que establece con la enseña, esta debe también ser estricta en su acato, y demostrar gratitud y consideración hacia el esfuerzo y dedicación de sus proveedores. ¿Qué es la franquicia si no un hermanamiento entre empresas?



Carlos RUBIO OREA

Director Comercial de sedema diseño + mobiliario.

Consultor en Arquitectura de Interiores de Mundofranquicia Consulting

Titulado en Arquitectura de Interiores por la EADM de Madrid. Profesor titular de diseño de la EADM de Madrid desde 1997 y Director de Proyectos de R&S Servicios Integrales de Diseño S.L., ha ocupado puestos de dirección de proyectos y obras en empresas constructoras y estudios de interiorismo.



Daniel SASTRE GARCÍA

Gerente de ARQUIZANO

Titulado en Arquitectura de Interiores por la EADM de Madrid. Gerente de R&S Servicios Integrales de Diseño S.L., ha ocupado puestos de dirección de proyectos y obras en empresas constructoras y estudios de interiorismo.

