



NOTAS SOBRE FRANQUICIAS

DISTINCIÓN Y COMPARACIÓN DEL FRANCHISING CON EL PARTENARIAT Y LAS MEGAFRANQUICIAS

Partenariat

El partenariat puede definirse como un sistema de cooperación comercial puesto a punto entre dos o más empresas y que se basa en relaciones igualitarias. Aunque toma aspectos de las franquicias, como notoriedad de una marca, efectos de la pertenencia a una red, entre otros, dispone de características que le son propias y que lo diferencian de la franquicia clásica.

Se utiliza para mejorar la circulación de la información y la receptividad a la evolución al mercado, característica que no se da en aquellas franquicias demasiado jerarquizadas con cargas administrativas que entorpecen su gestión.

El partenariat surge como expresión técnica y jurídica de una nueva forma de interacción entre empresas, basado en relaciones participativas e igualitarias, apuntando a un distinto nivel de diálogo. No es la comunicación vertical del Know-How, sino que es un verdadero intercambio dado que cada partenaire habrá vivido una experiencia distinta, enriqueciendo los conocimientos del otro sobre la base de los suyos propios.

El contrato de partenariat se diferencia del de franquicias en que el primero se adecua a las particularidades de cada contratación. Sin embargo el sistema se asemeja a una franquicia bien lograda y con un adecuado diálogo entre las partes.

Megafranquicias, concepto:

En este sistema las empresas que participan siguen siendo franquicias que no se fusionan entre sí, no confunden su identidad individual. Mantienen su imagen y sus procedimientos operativos. Supervisan y asisten al franquiciado tal y como lo harían en cualquier franquicia común, y el franquiciado opera casi en la misma forma que lo hacen los otros licenciatarios de la cadena.

En primer lugar van a compartir un mismo local varias franquicias lo cual requiere una determinación de cuales son las firmas con operaciones complementarias y sinérgicas entre sí.

Pasos a seguir:

- Ubicar actividades complementarias.
- Determinar en cada caso cual es la actividad principal y cual la accesoria de cada franquicia porque deberá existir un acuerdo expreso entre las franquicias integrantes de que cada una proveerá los servicios o productos principales de su rubro, mientras que sus productos o servicios secundarios sean provistos por la franquicia asociada.
- Distribución física del espacio que debe contemplar un lay out que permita la operación desahogada y eficiente de cada una.
- Ventajas de las megafranquicias.
- Menor inversión total que la simple suma de franquicias.
- Costos de mantenimiento proporcionalmente más bajos.
- Mejor utilización de la capacidad instalada del local.
- Mejor aprovechamiento del tiempo del personal.



- Management compartido.
- Reducción de costos de marketing promocional conjunto
- Mayores ventas, por compras por impulso e inducidas.
- Potenciación del beneficio por uso de las distintas marcas.
- Factura promedio más alta.
- Especialización en cada servicio o producto por haber un proveedor específico.

Autor: Dra. Natalia Flores

PRONTO (PROfesionales en Negocios Trámites y Organización)

Email: burzaco@argenguide.com.ar