



Por: Ramón Vinay
ramonvinay@francorp_mexico.com



Del plato a la boca... las franquicias no se caen.

Frecuentemente me preguntan ¿por qué la mayoría de las franquicias son de alimentos?

La respuesta tiene varios ángulos:

Uno: Por increíble que parezca, en los años posteriores a la II Guerra Mundial las carreteras en Estados Unidos, comparativamente con su potencia económica, eran pocas y muchas de ellas muy malas. Con el nacimiento de la “Guerra Fría”, los Estados Unidos se dieron cuenta que tendrían graves obstáculos para mover sus tropas en caso de una invasión (de los rusos, por supuesto) y se dieron a la tarea de crear un sistema de carreteras interestatales conocidas como “I”, por razones militares.

Dos: Como causa y efecto de la falta de carreteras, el interior del país estaba muy poco poblado y era necesario volver productivas grandes extensiones de tierra, tanto a nivel de cosecha, como a nivel de residencia. De ahí nace el fenómeno de la “suburbia”, es decir, las comunidades (después ciudades) que se fueron creando cerca (entre 50 y 150 kilómetros de distancia) de las ciudades grandes (Nueva York, Chicago, Boston, San Luis, etc) con gente que dejaba las ciudades para irse a vivir en el campo. Esto dio pie para que se debieran crear redes de servicio (bancos, tiendas departamentales, restaurantes y otros) para servir a esas ciudades.

Tres: De ese movimiento poblacional, nacen las franquicias como las conocemos hoy. Las tiendas de alimentos, restaurantes y otros servicios relacionados han sido, tradicionalmente, empresas con economías limitadas, que no tenían la capacidad de invertir, operar y administrar sucursales en 10 o 20 suburbios cercanos a las ciudades grandes. Por lo tanto se “redescubre” la franquicia, que había sido creada por Isaac Singer (el de las máquinas de coser) y se desencadena el crecimiento del sector de alimentos en franquicia. La calidad de las nuevas carreteras permitía el transporte eficiente de insumos desde los grandes centros y la operación local de los restaurantes permitía ganar dinero para ambos, franquiciantes y franquiciatarios. En ese tiempo, probablemente más del 90% de las franquicias eran de alimentos.



Cuatro: En la segunda mitad de la década de los 70's, comenzó la expansión internacional de las franquicias y se continuó con la misma tendencia. Los negocios de alimentos eran los más fáciles de exportar, ya que, si bien valiosa, la tecnología de operación era relativamente de bajo nivel, por lo que no había impedimentos mayores para clonar los conceptos. Como ya hemos comentado en otras ocasiones, McDonald's inicia operaciones en 1986 en México, pero no fue la primera franquicia de alimentos. Ya existían el Tastee Freeze, Helados Dairy Queen y Kentucky Fried Chicken desde los años 60. La primera franquicia de KFC que se otorgó fuera de los Estados Unidos fue en Monterrey, México a un retirado americano que decidió vivir en la Sultana del Norte. Todavía existe, en su lugar original de la Av. Gonzalitos.

A partir de la entrada de McDonald's, los empresarios mexicanos de alimentos "agarran la onda" y se franquician El Farolito, Las Flautas, Holanda, La Baguette, Pizza del Rey, Los Bisquets Bisquets de Obregón, y algunas otras, a principios y mediados de los 90.

Es en ese tiempo que se inicia una enorme diversificación de la industria de las franquicias. Hacia 2009 existen en México más de 700 empresas franquiciantes, de las cuales apenas menos de la mitad son de alimentos y restaurantes. El sector servicios (talleres automotrices, salud, reclutamiento, servicios para la industria, tiendas de conveniencia, limpieza, cosmética, y otros) ya representan importancia en el total. Comparativamente, en una escala menor, pero la diversificación de las franquicias ha seguido la tendencia de los Estados Unidos.

No hay duda de que el sector de alimentos seguirá creciendo, pero igual otros giros están creciendo también, y debería mantenerse por debajo del 40%. Considerando que hacen falta por lo menos de 500 a 750 franquicias en México, en los próximos 5 a 7 años, todavía hay lugar para franquiciar una gran cantidad de negocios de alimentos.

Finalmente, todos tenemos que comer, ¿o no?

Buena suerte

Ramón Vinay es presidente de Francorp International, el grupo líder mundial en la consultoría en franquicias, con operaciones sirviendo a 40 países donde ha desarrollado más de 4mil cadenas de franquicias.