

Julian Besedicheck Prieto

Administrador de empresas turísticas y hoteleras.
Trabajo de Grado para optar al título de
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Universidad Externado de Colombia
[julianbesedicheck@yahoo.com]



HARD ROCK CAFÉ COLOMBIA, EJEMPLO DE UNA FRANQUICIA EXITOSA¹

HARD ROCK CAFÉ COLOMBIA, AN EXAMPLE OF A SUCCESSFUL FRANCHISE

Resumen

La incursión y expansión de restaurantes y cadenas hoteleras en Colombia ha generado distintas oportunidades de negocio; por lo tanto, es importante analizar desde distintas ópticas este fenómeno, porque éste puede ser una solución empresarial para muchas compañías, inversionistas y personas.

Con el auge del comercio internacional y la apertura económica en Colombia han ingresado un gran número de empresas al mercado nacional bajo distintas figuras, dentro de éstas se encuentra la franquicia, que ha permitido el ingreso de compañías de la industria de restaurantes como McDonald's, Burger King, TGI Fridays, entre otras.

En el siguiente artículo se observará una breve muestra del funcionamiento y desarrollo del restaurante Hard Rock Café Bogotá, desde su primer contacto con la casa matriz hasta su apertura y sus eventos durante los últimos 6 años.

Abstract

The incursion and expansion of restaurants and hotel chains in Colombia has created various business opportunities, so it is important to analyze this phenomenon from different angles, because it can be a business solution for many companies, investors and individuals. With the rise of international trade and economic openness in Colombia have entered a large number of companies to market in different shapes, they are within the franchise, which has allowed the entry of industry companies such as McDonald's restaurants, Burger King, TGI Fridays, among others. The following article is a brief sample observes the operation and development of the Hard Rock Café restaurant Bogotá, from their first contact with the parent to its openness and its events over the past 6 years.

Palabras Clave: franquicia, franquiciado, franquiciador, negocio e inversión.

¹ Artículo de investigación para optar al título de Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia.

Key Words: franchise, franchisee, franchisor, business and investment.

Introducción

Durante los últimos años en Colombia la economía y el comercio se han expandido y están generando nuevas directrices en la obtención de ingresos y beneficios para las personas, ya sea creando empresa, vinculándose de manera laboral en una ya existente o, asociándose a una compañía buscando un beneficio mutuo por medio de la figura de franquicia. Esta última ha sido la solución para muchas firmas que desean difundirse, poseen una trayectoria en un determinado mercado y muchas veces no cuentan con el capital necesario. También ha sido un recurso para personas que cuentan con un dinero, conocimiento del mercado y ven una oportunidad de negocio donde otros no la perciben. Éste ha sido el caso de algunas empresas en Colombia como *Azúcar*, *Kokoriko*, *Presto*, entre otras, que han obtenido crecimiento y fortalecimiento gracias a la colaboración empresarial por medio de esta herramienta.

Sin embargo, ésta no sólo es una solución para la industria nacional, sino que también lo ha sido para compañías de otros países desde hace algunos años. Ejemplo de esto son casos particulares como el de la fábrica de vehículos General Motors, el restaurante McDonald's, cadenas de hoteles como Howard Johnson, y el objeto de este artículo: el restaurante Hard Rock Café.

Hard Rock Café en Bogotá

La idea de iniciar un Hard Rock Café en Bogotá surge después de que tres empresarios de la ciudad se juntan para ubicar un restaurante insignia para el Centro Comercial Atlantis Plaza, “se estaba buscando un sitio ancla para el centro comercial, un sitio que fuera reconocido mundialmente”, asegura Francisco Bonnet (gerente general, empresario).

Después de una experiencia en el mercado de las franquicias de restaurantes en Colombia (McDonald's), Francisco comienza el proceso de acercamiento con la casa matriz por medio de la página web de Hard Rock Café, donde se encuentra toda la información necesaria, perfil buscado, inversión, requerimientos, etc. Ya entablado el primer contacto, la casa matriz solicita a los empresarios inversionistas un informe general sobre la ciudad, población, perfiles de clientes, posible ubicación del local, demografía, otras franquicias que estén presentes en el mercado de la ciudad. Se arma el proyecto con lo solicitado, además de esto se comienzan a hacer las proyecciones de inversión, financiación y recuperación del capital, se envía a casa matriz donde evalúan la posibilidad de entrar en el mercado bogotano, y después de tres meses aceptan el proyecto y dan el visto bueno a los inversionistas para comenzar con lo que sería el Hard Rock Café de Bogotá.

Preapertura del restaurante

En el proceso de preapertura del restaurante se trabaja en las áreas del restaurante (administración, mercadeo, finanzas, construcción, etc.), se elabora un cronograma de 22 semanas en donde cada una de ellas trabaja por separado, cada una tiene unas labores y entrenamiento específicos, para que al llegar a la semana cero, todas se juntan para dar como resultado la apertura del restaurante.

Además de esto, para el equipo de gerencia del restaurante se realizó un entrenamiento en Estados Unidos, por alrededor de tres meses en capacitaciones en diferentes restaurantes sobre el manejo operativo y gerencial, preparaciones, servicio al cliente, políticas corporativas, entrenamiento de personal.

En este proceso se trabaja arduamente ultimando detalles de todos los departamentos del restaurante, y en el entrenamiento del

personal para iniciar con pie derecho las operaciones, tomando como base los manuales entregados por la casa matriz al firmar el contrato de franquicia.

Apertura

Hard Rock Café Bogotá inicia sus operaciones en Bogotá el 27 de septiembre de 2001, con una gran fiesta de lanzamiento y una expectativa en sus asistentes, como artistas invitados se presentan Juanes y Alejandro Lerner. Como componente filantrópico de Hard Rock Café se hizo una obra social y ese día la entrada costaba \$80.000 que se consignaban directamente a la fundación del Padre JAVIER DE NICOLÓ, aproximadamente se recogieron \$30.000.000 y además de disfrutar de la inauguración las personas y el restaurante quedaron satisfechos con la contribución realizada hacia los niños de esta fundación.

Para la apertura del restaurante se traen a 20 entrenadores de diferentes restaurantes y cafés del sistema Hard Rock Café para que durante 20 días hagan la escuela para capacitar al equipo nuevo de la ciudad, cada uno de ellos enfatiza sobre temas específicos de su especialidad (entre ellos mercadeo, servicio al cliente, presentación de los platos, finanzas, etc.).

Eventos destacados

A lo largo de estos seis años Hard Rock Café ha tenido una serie de eventos destacados que han marcado la historia del restaurante dentro de éstos encontramos:

– Septiembre de 2001 - Inauguración: se estaba a la expectativa de lo que sería el primer Hard Rock Café en Colombia, una marca ya reconocida mundialmente y además un sitio turístico por excelencia en las ciudades donde se encuentra, se presentan Juanes y Alex Syntek.

– Octubre 2001 - Lanzamiento del disco *Laundry Service* de Shakira: comenzaba a ser artista importante no sólo a nivel nacional sino también internacional y que mejor sitio para el lanzamiento de su disco que el sitio destacado del momento en Bogotá.

– Abril de 2002 - Temporada de *La pelota de letras en HRC*: se tenían pensadas cuatro presentaciones durante cuatro miércoles, se terminan haciendo 26 miércoles seguidos de presentaciones, hasta que se trasladan al Teatro Nacional.

– 2004 - Premio *Mejor manejo de franquicias del sistema Hard Rock Café Mundial*: después de una auditoria en la que se observan detalladamente ventas, costos de operación, entrenamiento de personal, calidad, servicio prestado y limpieza, se otorga el premio a Hard Rock Café Bogotá como Mejor manejo de franquicias a nivel mundial en el sistema HRC.

– Diciembre de 2005 - Lanzamiento del DVD *La pelota de Letras* de Andrés López: después del éxito del artista con la Stand up Comedy, se hace el lanzamiento en el Hard Rock Café, con la asistencia de la Ministra de Cultura, importantes medios, invitados especiales de la familia.

– Octubre de 2006 - Aniversario Restaurante 5 Años: se presentan *Bonka, Tinto, The Hall Effect, Sin ánimo de lucro* y *Black Cat Bone*, aunque todas las bandas no son netamente de rock, el evento llena el sitio y los asistentes pudieron disfrutar desde las seis de la tarde a las tres de la mañana de una experiencia al estilo Hard Rock Café.

– Abril de 2007 - Lanzamiento de la camiseta *Signature Series* número 23 diseñada por Shakira: como parte de la filantropía de Hard Rock Café y la Fundación pies descalzos, resulta una unión para la ayuda de los niños de ésta fundación, parte de las ventas de las camisetas irá a la fundación.

– Diciembre de 2007 - Apertura de Hard Rock Café Cartagena: ahora hay una nueva razón para visitar Cartagena, ir al restaurante de la cadena Hard Rock en la segunda ciudad más importante en temas de turismo en Colombia.

Además de lo mencionado anteriormente cabe resaltar presentaciones en vivo de artistas internacionales como Alex Sintec, Ely Guerra, Fito Páez, Charlie Garcia, Men At Work, entre otros.

Visitas programadas por parte de Casa Matriz

Las visitas programadas por parte del franquiciador son una parte importante del proceso de franquiciar, ya que se deben evaluar las condiciones en las cuales se presta el servicio y las indicaciones dadas inicialmente, por esto las visitas más que eso se podrían mirar como auditorías internas que realiza el franquiciador.

Al principio se realizaron cada seis meses, donde se evaluaron alrededor de 700 puntos, “desde la punta de la guitarra de afuera con trapo, pisos, detrás de las cocinas, prueba de todos los productos, utilización de la marca, todo” asegura Francisco, gerente general del restaurante.

Para estas visitas el personal se prepara y se hace una auditoría interna antes de la oficial, realizada por el franquiciador. Para la auditoría interna se selecciona un grupo auditor que conozca y evalúe objetivamente el restaurante desde todos los campos. Se programa una semana entera en la cual se estará observando cada área funcional del restaurante, después de esto se reúne el grupo auditor hace una evaluación, y se hace conocer a todo el personal laborando en el restaurante.

Al conocer los resultados de la evaluación se toman acciones correctivas inmediatas en los puntos en los cuales se está fallando y se tra-

bajan mancomunadamente con todo el equipo para mantener los puntos positivos.

Cuando el franquiciador evalúa, y observa que la franquicia ha tenido un nivel de calidad alto y lo ha mantenido por un determinado periodo de tiempo, programa nuevas evaluaciones cada año, donde también se observan 700 puntos, cabe resaltar que en el 2008 el restaurante tiene una calificación de 93 puntos sobre 100.

La boutique

La boutique ha sido componente importante dentro del sistema de franquicias de Hard Rock Café a nivel mundial, ya que en la mayoría de ciudades donde se ubican los restaurantes, turistas de todo el mundo acuden para comprar artículos relacionados con el sitio, con el fin de tener algo representativo de la ciudad visitada.

En Bogotá se abre al público el mismo día de la apertura del restaurante, al principio las camisetas y los artículos eran traídos de Estados Unidos ya que la franquicia exigía que se tuvieran determinadas especificaciones y estándares de calidad, luego al siguiente año de la apertura se entabla un contacto con un proveedor colombiano, se realizan pruebas de calidad y se obtiene el visto bueno para comercializar los productos hechos en Colombia por medio de este proveedor. Éste continúa con el proceso de certificación de especificaciones y calidad, Hard Rock Café lo avala como proveedor certificado para su sistema mundial y ahora está proveyendo los artículos para los restaurantes en Panamá, Caracas, Margarita y Buenos Aires.

La boutique ha sido impulsada directamente por Estados Unidos, se han hecho nuevos diseños e incursión de nuevas prendas de acuerdo con resultados de estudios de mercado hechos para los perfiles de consumidores en Bogotá. En 2006 se hace una remodelación a todas las boutiques del sistema por instruc-

ción del franquiciador, se cambia la imagen de sitio sombrío y se le da más iluminación y un concepto mucho más de tienda de ropa.

Según datos del franquiciador, en una ciudad turística las ventas en la boutique llegan a ser del 50% del total de las ventas del restaurante, en Bogotá el peso de la boutique en las ventas es del 30%, aunque la ciudad tiene un número alto de población el porcentaje que acude a comprar artículos en la boutique es proporcional al que puede acceder al sitio.

Organización de la empresa

Misión

Difundir el espíritu del rock and roll creando auténticas experiencias.

Lemas

Love all - Serve all - Ama a todos - Sirve a todos

All is one - Todo es uno

Save the Planet - Salva el planeta

Take time to be Kind - Toma tu tiempo para ser amable

Dentro de las políticas y los lineamientos del sistema Hard Rock Café, está no sólo vender sus experiencias, sino también la colaboración con el medio ambiente, la comunidad, y sus trabajadores. Esto forma parte de sus compromisos a nivel mundial, y en Bogotá específicamente se ha visto reflejado con actividades desarrolladas de la mano de fundaciones que ayudan a personas afectadas por la guerra, el desplazamiento y la pobreza. Adicional a esto, dentro de los restaurantes es política no discriminar a nadie sin importar su raza, condición social, ideologías, etc. Aunque en algunos casos se han presentado inconvenientes con algunos clientes porque no se sienten cómodos con los visitantes al restaurante por las diferencias de cultura y pensamientos, pero es deber del sitio respetar esto ya que es un lugar creado para servir a todos.

Visión

Ser la primera opción cuando la elección de la gente sea comida rápida americana.

Características generales

El restaurante actualmente cuenta con 60 empleados en diferentes niveles de la organización, donde cada uno es parte activa del negocio.

Perfil del empresario

Francisco Bonnet, administrador de empresas de la Universidad Sergio Arboleda con especializaciones en el área de restaurantes en el exterior, es la cuota de experiencia en el campo de las franquicias del equipo inversionista.

“Yo tenía un negocio de perros calientes en la universidad, tres años tuve mis perros calientes en la universidad” recuerda Francisco, y gracias a ese emprendimiento personal fue convocado por el equipo inversionista que gestionó la franquicia de McDonald’s para Colombia; cursando sexto semestre le proponen hacer parte activa del equipo, aplaza semestre y es enviado a Venezuela y Argentina a entrenamiento en manejo de restaurantes de comida rápida. Después de seis meses vuelve al país a terminar su carrera haciendo parte activa del equipo de McDonald’s Colombia y comienza a aportar todo su conocimiento y experiencia adquirida en su pequeño negocio, su universidad y su entrenamiento en el exterior.

Trabaja durante ocho años en McDonald’s abriendo restaurantes en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Cartagena, en este tiempo conoce al detalle el manejo de restaurantes de cadena, apertura de locales, características de las ciudades y relaciones con el franquiciador. Posteriormente decide comenzar su propio negocio y pone en la mira a Hard Rock Café.

Se define a sí mismo como una persona en crecimiento y en etapa de aprendizaje, resaltando que la industria de los restaurantes es muy cambiante y cada día se presentan problemas distintos que hacen que quienes están al frente del negocio aprendan cada día más. Dentro de sus cualidades destaca la equidad, la justicia, la energía que le inyecta a sus proyectos, y la forma que se exige a sí mismo; y como oportunidad de mejora cree que le falta aprender a delegar. Opinando sobre las franquicias cree que Colombia va por buen camino y que la barrera que se está presentando es el miedo de las personas a acercarse a marcas que son grandes, y para crear empresa; la costumbre que tiene la gente a recibir su quincena, ya que cuando se es empresario al inicio eso se complica un poco pero en el largo plazo puede traer más satisfacciones que ser empleado.

Conclusiones

Las franquicias son una opción clara de creación de empresa en Colombia, se necesita conocer el mercado, tener una experiencia anterior en el negocio al cual se va a entrar, y un capital de respaldo para comenzar con la operación.

El empresario quien se muestra como una persona emprendedora, innovadora y disciplinada, desempeña un papel definitivo en la creación de la empresa ya que es en él donde surge la iniciativa, reúne los elementos y componentes necesarios para poner en marcha el proyecto, desarrolla la planeación, y hace que las partes que componen la organización funcionen coordinadamente para lograr un objetivo final. Además, su experiencia tanto en el negocio que comenzó en la universidad como en McDonald's fue lo que le permitió conocer a fondo el mercado para poder traer su propia franquicia al país.

Bibliografía

[www.hardrock.com/corporate/history/].

[Citado diciembre de 2006]. [www.monografias.com/trabajos/quefranq/.shtml].

[Citado diciembre de 2006]. [www.tormo.com].

Entrevista realizada a FRANCISCO BONNET. 6 de noviembre de 2007.