

**Trayectoria, Solidez y Confianza**  
**en el Transporte Internacional de sus cargas.**

Desde 1838 brindamos un servicio diferencial en transporte internacional.  
 Cubrimos todo el mundo, Incorporando calidad a sus productos.

Seguimiento permanente    Servicio puerta a puerta    Información al instante    Atención Personalizada

Red Mundial de Agentes    Consolidación Almacenaje

WACO    IATA

**DELFINO**  
 Cargas

San Martín 439 P.B. (C1004AA) Bs. As.  
 Tel. 6320-1000 - Fax 4325-9846  
 www.delfino.com.ar - delfibue@delfino.com.ar

EL CASO PRONTO WASH I

## Lavar el auto, una costumbre universal

De Portugal a Kazakhstán, pasando por Estados Unidos, la franquicia de la pyme argentina se exporta a 20 países

Por Raquel Saralegui

Para LA NACIÓN

La pregunta varía según los matices que encarna el español en América latina. Y más cuando se hace eco en el inglés, el portugués, el moldavo... o en el exótico kazakh. Pero la esencia no cambia: ¿Quiere que le lave el coche? Es que sea en Portugal, Venezuela, Estados Unidos o Kazakhstán, la cuestión es ofrecer el mismo servicio de lavado móvil de autos que, creado por la empresa argentina Pronto Wash, llegó a esos destinos por medio de la comercialización de franquicias maestras y ya está presente en 20 países.

Porque el tiempo es oro, y aprovechar la visita al supermercado mientras limpian el auto en el estacionamiento puede ser un servicio apreciado en cualquier lugar donde la gente vive urgida por el reloj, la iniciativa nació con el fin de desarro-

llarse simultáneamente aquí y en el resto del mundo.

"Desde el inicio concebimos a la empresa como «franquiciable», entendimos que el atractivo de este negocio era tal que nos iba a permitir crecer rápidamente aquí y en otros países. Y, pese a que la Argentina no tiene un historial en la exportación de franquicias, no nos equivocamos. En sólo 5 años dimos un gran salto: tenemos operaciones en 20 países con más de 300 puntos de venta", señala Andrés Spilzinger, director de marketing de Pronto Wash.

La franquicia maestra es la venta de una licencia de exclusividad para desarrollar el negocio en todo el territorio de un país y habilita al comprador a comercializar allí las franquicias individuales. Así, el franquiciado maestro "debe montar y dirigir una empresa y es imprescindible que, además de tener capacidad financiera y de management, sea un jugador local fuerte porque la venta de franquicias individuales también incluye la locación, el lugar donde se instalará la operación", detalla Spilzinger. El franquiciado individual, en cambio, se ocupa de gestionar el pulcro servicio.

En los dos casos, lo que se compra es el concepto, la marca y la transmisión del *know how*, con todo lo que implica en horas de capacitación durante el



Un servicio necesario en todo el mundo

GENTILEZA PRONTO WASH

lapso de la instalación del negocio (ver recuadro), y que continúa con una interacción permanente entre franquiciante y franquiciado, que va más allá del intercambio económico por el pago mensual de las regalías.

### Calidad del lavado

"A diferencia de la exportación tradicional de bienes, conseguir que se mantenga la calidad del mismo lavado aquí como en países de culturas tan diferentes como Moldavia, por ejemplo, es muy difícil, porque los manuales no dejan de ser manuales y quien tiene que brindar el servicio es la persona. Entonces, supervisamos regularmente la tarea del franquiciado maestro y a su vez le damos herramientas para que pueda controlar sus operaciones, propias o franquiciadas. Y estamos permanentemente *on line* por cualquier tipo de consultas", precisa Spilzinger.

Pero la iniciativa de la joven empresa no se reduce sólo a la comerciali-

zación de intangibles, pues también exporta los carros de lavado ecológico, e insumos y accesorios como los uniformes y el material de marketing, todo hecho en la Argentina. "No dejamos de ser una pyme por la estructura y los niveles de facturación, y no obstante exportamos la marca y los bienes a 20 países, somos los creadores de un concepto de servicio que no existía y los líderes en ese segmento", dice, satisfecho.

Además de nuestro país, Brasil, Paraguay, Perú, Ecuador, Venezuela, Colombia, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Guatemala, México, Honduras, Puerto Rico, Estados Unidos, Portugal, España, Kazakhstán, Moldavia y Rumania son los países en los que está Pronto Wash. Para este año está en tratativas para que sus carritos lleguen a toda Europa del Este y, para el próximo, la mira está en los lejanos estacionamientos de Singapur y Malasia.

## El mismo proceso, diferentes valores

La compra de una franquicia maestra implica un proceso imposible de eludir. Tras un tiempo de conocimiento mutuo en el que Pronto Wash le da el *ok* al candidato, se hace un estudio de factibilidad del negocio en el país en cuestión y se firma una carta de intención. Luego, el comprador viene a la Argentina para capacitarse y terminar de definir la exportación y la firma del contrato. A su regreso, el primer contenedor con los carros de lavado, insumos y uniformes y un gerente de operaciones viaja para asistirlo en el lanzamiento de su compañía y en la puesta en marcha de los primeros servicios. El valor de esta franquicia "depende del país, ya que se tiene en cuenta el PBI per cápita, la cantidad de autos, de población y otros factores cualitativos como el climático, porque no es lo mismo hablar de un país helado como Kazakhstán que de Brasil", advierte Spilzinger. Así el precio del arancel inicial puede ir de 35.000 a 350.000 dólares, a los que hay sumarle la inversión para la compra de los equipos, cuyo costo es fijo para cualquier país. Posteriormente se deben abonar las regalías mensuales, que varían según la facturación.

LA FRANQUICIA