

Oscar Iglesias, director general de Folder Papelerías S.A.



Papelerías **Folder** en compañía

Hacer negocios con las empresas es difícil y en tiempo de crisis mucho más. En Folder, especializados en el suministro de productos de papelería a pymes, autónomos y particulares, lo saben muy bien. Precisamente por ello, el nivel de servicio, atención y ayuda al franquiciado no afloja. Se mueven con cautela, porque así lo exigen las circunstancias, pero no por ello renuncian a proteger y acompañar en todo momento a sus asociados.

- ¿Cuáles son los objetivos de Folder dentro del sector de la distribución de papelería y material de oficina?

- Continuar afianzando su posicionamiento como la cadena española de papelerías más moderna y profesional del mercado, con una imagen actual y un compromiso permanente con el cliente.

- ¿Cuáles han sido las principales etapas de la cadena desde su creación hasta el momento actual?

- Realmente cada año desde que empezamos, ha supuesto una etapa y un reto diferente para nosotros. Hemos ido marcándonos retos a medida que han ido pasando los años, ajustados a la situación del momento y a la marcha de la empresa. Los primeros años, nuestros pasos fueron encaminados a abrirnos un hueco en el mercado y a establecer una base sólida para que tanto franquiciados como

clientes entendieran el funcionamiento de Folder, así como que la empresa estuviera preparada para responder a las necesidades del mercado. Después, hemos pasado por unos años de crecimiento y consolidación y ahora estamos en una etapa en la que tenemos que movernos con cautela y constancia para afrontar la difícil situación económica que vive el país, que afecta, sin duda, a nuestros franquiciados y clientes.

- ¿Con qué apoyos financieros y logísticos cuenta la cadena Folder?

- Desde el principio, hemos tenido claro que no debíamos abarcar más allá de lo que nuestra propia contabilidad nos permitiera y eso ha provocado que, en momentos como éste, tengamos la misma liquidez de siempre.

En Folder contamos con un gran almacén central del que

nuestros franquiciados pueden hacer uso diariamente, además de una pequeña flota de reparto para hacer llegar esa mercancía a los franquiciados que la solicitan.

- ¿Qué virtudes destacaría de su franquicia?

- Sin duda, la cercanía y la atención personalizada. Cuando firmamos una franquicia nueva, siempre decimos lo mismo: "no se sentirá solo" y creo que, sin duda, es lo que nos diferencia de cualquier otra cadena. Todos nuestros franquiciados reciben formación personalizada, atención directa, los mejores acuerdos con los proveedores y asesoramiento continuo. Sobre todo en momentos como este, cuando el mercado pide más que nunca profesionalidad y trabajo, no dejamos solos a nuestros franquiciados. Les atendemos, les ayudamos y les formamos para que su negocio sea un éxito. Entendemos que su éxito es el nuestro.

- ¿Cuál es el lugar que ocupan sus propios franquiciados en su estrategia de captación de nuevas franquicias?

- Ocupan un lugar importante. Es sin duda el boca a boca el que muchas veces hace que posibles candidatos llamen a nuestras puertas. Es muy agradable estar en una feria, explicando el proyecto, y que un franquiciado intervenga para explicar o ampliar la información que nosotros estamos dando. Otras veces, las nuevas franquicias son para personas que llevan algún tiempo con nosotros y quieren ampliar su negocio. Hay varios casos con más de una tienda o código postal.

- ¿Qué papel juega Internet en su cadena y cuál es el futuro de ese canal?

- Desde el principio, apostamos por el uso de Internet y las nuevas tecnologías. Tenemos una moderna página web, desde la que nuestros clientes pueden realizar sus compras. Actualizamos la página constantemente y ofrecemos ofertas exclusivas para Internet. Es una herramienta muy cómoda además para el franquiciado, ya que los pedidos de clientes se descargan directamente en nuestro sistema informático, ahorrando llamadas de teléfono y tiempo. Su uso cada vez es mayor e incluso clientes que antes contactaban con la tienda para hacer sus pedidos, han descubierto que esta aplicación también tiene ventajas para ellos y se van animando.

- La crisis de estos últimos años, ¿en qué ha afectado a Folder?

- Realmente, sería ridículo decir que no hayamos notado la crisis porque el momento es malo en todo el país. Tenemos franquiciados que están teniendo dificultades, que necesitan mayor liquidez para hacer sus compras o que tienen problemas de cobros a sus clientes. Todos hemos tenido que sumar esfuerzos y trabajar más horas que nunca para afrontar este reto que supone la crisis y salir airosos de ella.

Primer establecimiento en España

2004

Número actual de tiendas

84

Teléfono

916 448 192

E-Mail

folder@folder.es



Creo que las consecuencias negativas serán las mismas prácticamente en cualquier negocio de España pero estamos sorprendidos por la capacidad que están demostrando muchos de nuestros franquiciados para enfrentarse a todo lo negativo, convirtiendo en una oportunidad lo que en principio se mostraba como un inconveniente.

- ¿Cuáles son las prioridades del presente ejercicio?

- Nuestro principal objetivo es que nuestros franquiciados lo superen con éxito. Por otra parte, queremos terminar el año rebasando el centenar de franquicias y, tal y como hemos empezado, creemos que es un objetivo muy realista.

- ¿En qué proyectos se encuentran trabajando?

- Siempre tenemos proyectos nuevos en desarrollo: ahora mismo estamos valorando la expansión de Folder a otros países de los que hemos tenido solicitudes con muy buenas perspectivas. Y estamos muy centrados en la ampliación de la gama de productos de marca propia que han convencido a nuestros clientes por precio y calidad, siendo sin duda los productos de mayor crecimiento en ventas de los últimos años. ■