

GUÍA PARA COMPRAR UNA FRANQUICIA

Consejos y recomendaciones útiles para adquirir una franquicia

Adquirir una franquicia es invertir en su futuro. La **Asociación Internacional de Franquicias (IFA)** recomienda que los futuros franquiciados tomen decisiones acertadas.

Por ejemplo, que antes de invertir, se cuente con el asesoramiento de un abogado o consultor de negocio, y un contable para estudiar los sistemas de franquicia. Mucha gente sueña con ser emprendedor y tener su propia empresa. Adquiriendo una franquicia, puedes vender los productos y servicios de una marca reconocida, y obtener formación y asesoramiento para alcanzar el éxito. Pero sea prudente. Como en cualquier inversión, adquirir una franquicia no es una garantía de éxito.

1. Las ventajas y responsabilidades de adquirir una franquicia

Este informe realizado por el equipo de consultores de **Buyacom** sirve para ayudarle a evaluar si adquirir una franquicia es la mejor opción. Le ayudará a entender sus obligaciones como dueño de la franquicia, cómo buscar oportunidades de franquicias, y cómo preguntar las cuestiones adecuadas antes de invertir.

Una franquicia le permite, como inversor o "franquiciado", gestionar un negocio. Pagando una inversión inicial de la franquicia, que puede costar varios miles de euros, adquiere un formato o sistema desarrollado por la compañía (**el "franquiciador" o "enseña"**), el derecho a utilizar su nombre de marca por un tiempo limitado, y formación o asesoramiento. Por ejemplo, el franquiciador puede ayudarle a encontrar una localización para su negocio; proporcionar la formación inicial (training) y un manual de operaciones; y aconsejarle en la gerencia, la comercialización, y el personal. Algunas enseñanzas ofrecen soporte tal como boletines de noticias mensuales, un número de teléfono gratis para la asistencia técnica, y talleres o seminarios periódicos.

Mientras que comprar una franquicia puede reducir su riesgo en la inversión permitiéndole asociarse a una compañía establecida, a la vez puede ser costoso. También puede que tenga que renunciar a cierto control sobre su negocio, mientras que adquiere obligaciones contractuales con la compañía franquiciadora.

A continuación le describimos los componentes de un sistema típico de franquicia. Analice cada uno de ellos cuidadosamente.

El coste

A cambio de obtener el derecho de utilizar la marca de la franquicia y su asesoramiento, puede tener que pagar todos o alguno de los siguientes honorarios:

- **Inversión inicial y otros costes.** La inversión inicial de la franquicia, que puede ser no reembolsable, puede costar desde miles hasta cientos de miles de euros. También puede tener costes significativos al alquilar, construir, y/o equipar un negocio y para comprar inventario o stock inicial.
- **Otros costes** incluyen licencias de funcionamiento y seguros. También puede que tenga que pagar una inversión de apertura a la compañía para promocionar su nuevo establecimiento.
- **Pagos de royalty continuos.** Puede que tenga que pagar los royalties o derechos del franquiciador, basados en un porcentaje de sus ingresos brutos semanales o mensuales. A veces, debe pagar estos derechos aunque su negocio no haya obtenido ingresos significativos durante ese periodo de tiempo. Los royalties se pagan generalmente para tener el derecho de utilizar el nombre o marca de la enseña. Por eso, incluso si el franquiciador no cumple su obligación de proporcionar el servicio de asesoramiento prometido, puede que deba pagar royalties durante el tiempo de contrato de franquicia.
- **Honorarios de publicidad.** Puede que tenga que pagar un fondo de publicidad. Una parte de los honorarios de publicidad puede ir destinada a campañas nacionales de publicidad o para atraer nuevos franquiciados, pero no irá destinada al público objetivo de tu franquicia en particular.

Controles

Para asegurarse la uniformidad en todas sus franquicias, los franquiciadores normalmente controlan cómo cada dueño dirige su negocio. Estos controles pueden limitar su habilidad de gestionar su propio negocio. Los siguientes son ejemplos típicos de estos controles.

- **Aprobación del sitio.** Muchas enseñas aprueban previamente los lugares para emplazar las franquicias. Esto puede aumentar las probabilidades de que su franquicia atraiga a clientes. Sin embargo, puede que no aprueben el lugar que usted desea.
- **Estándares de diseño o imagen.** Los franquiciadores pueden imponer el diseño o el aspecto para asegurar que los clientes reciban la misma calidad de productos y servicios en cada establecimiento. Algunas veces requieren renovaciones periódicas o cambios del diseño cada temporada. El cumplimiento de estos estándares puede incrementar sus gastos.
- **Restricciones en los productos y servicios en venta.** Por ejemplo, como dueño de una franquicia restaurante, no puede agregar a su menú platos populares ni suprimir los platos que le parecen impopulares.
- **Restricciones en el método de gestión.** Los franquiciadores pueden imponerle una forma determinada de gestionar el negocio. Por ejemplo:

horarios, uniformes de empleados, anuncios aprobados previamente, o seguir ciertos procedimientos en la contabilidad. También pueden imponerle comprar solamente a determinados proveedores, aunque pueda comprar mercancías similares a otros proveedores a un costo más bajo.

- **Restricciones en el área de ventas.** La enseña puede limitar su negocio a un territorio específico. Mientras que estas restricciones territoriales pueden asegurarle que otras franquicias no compitan con usted por los mismos clientes, también podrían impedirle abrir establecimientos adicionales o trasladarse a una localización más provechosa.

Cierres y renovación

Puede perder el derecho a su franquicia si incumple el contrato. Además, el contrato de la franquicia es por un tiempo limitado; no hay garantía de que podrá renovarlo.

- **Cierre de la franquicia.** Un franquiciador puede terminar su contrato de franquicia si, por ejemplo, no puede pagar derechos o seguir estándares de funcionamiento y restricciones de ventas. Si eso ocurre, puede perder su inversión.

- **Renovaciones.** Los contratos de franquicia suelen tener una duración de 15 a 20 años. Después de ese tiempo, la compañía puede declinar renovar su contrato. También debe saber que las renovaciones no deben mantener necesariamente las condiciones originales. Por ejemplo, el franquiciador puede aumentar los pagos de royalties, o imponer nuevos estándares de diseño y restricciones de ventas.

2. Antes de seleccionar un tipo de franquicia

Antes de invertir en un tipo particular de franquicia, considere cuidadosamente cuánto dinero tiene para invertir, sus capacidades y sus metas. La siguiente lista puede ayudarle a tomar su decisión.

Su inversión

- ¿Cuánto dinero tiene para invertir?
- ¿Cuánto dinero puede permitirse perder?
- ¿Va a adquirir la franquicia por su cuenta o con socios?
- ¿Necesitará financiación y, si es así, dónde podrá obtenerla?
- ¿Tiene ahorros o ingresos adicionales para vivir mientras empieza el negocio de su franquicia?

Sus capacidades

- ¿La franquicia requiere experiencia técnica o formación específica, tal como reparación de coches, decoración de interiores, o conocimientos fiscales?
- ¿Qué habilidades tiene?, ¿tiene conocimientos informáticos, de contabilidad, u otras habilidades técnicas?
- ¿Qué talento o conocimiento especializado puede aportar a un negocio?
- ¿Ha tenido o gestionado un negocio alguna vez?

Sus metas

- ¿Cuáles son sus metas?
- ¿Necesita un nivel específico de ingresos anuales?
- ¿Está interesado en un sector en particular?
- ¿Está interesado en ventas al por menor o en la prestación de un servicio?
- ¿Cuántas horas al día quiere trabajar?
- ¿Desea gestionar el negocio usted mismo o designar a un gerente?
- ¿La franquicia será tu fuente principal de ingresos, o bien complementará sus ingresos actuales?
- ¿Le gustaría gestionar el negocio durante los próximos 20 años?
- ¿Le gustaría gestionar varios establecimientos, o solamente uno?

3. Seleccionar una franquicia

Como cualquier otra inversión, comprar una franquicia es un riesgo. Al seleccionar una franquicia, considere cuidadosamente una serie de factores, tales como la demanda de los productos o servicios, la probable competencia, información sobre la franquicia, y el nivel de soporte que recibirá por su parte.

Demanda

¿Hay demanda de los productos o servicios de la franquicia en su región?

¿Es la demanda estacional? Por ejemplo, el cuidado del césped y del jardín o el mantenimiento de la piscina puede ser provechoso solamente en primavera o verano.

¿Hay una probable demanda continuada para los productos o servicios en el futuro?

¿Es temporal la demanda de ese producto?

Competencia

¿Cuál es el nivel de competencia, tanto nacional como regional?

¿Cuántos establecimientos, tanto propios como franquiciados, tiene el franquiciador en su área?

¿Cuántas compañías competidoras venden lo mismo o productos o servicios similares?

¿Están estas compañías competidoras fuertemente establecidas, con un amplio reconocimiento de marca en tu región? ¿Ofrecen los mismos productos y servicios a un precio similar o más bajo?

Su capacidad de gestionar el negocio

A veces los sistemas de franquicia fallan.

¿Podrá gestionar su franquicia aunque el franquiciador abandone el negocio?

¿Necesitará el soporte de la compañía, la publicidad, u otro tipo de ayuda para tener éxito?

¿Tendrá acceso al mismo u a otros proveedores?

¿Podría dirigir el negocio por su cuenta si tuviera que despedir a personal para recortar costes?

Reconocimiento de marca

Una de las principales razones para adquirir una franquicia es el derecho a asociarse al nombre o marca de la compañía. Cuanto más extenso sea el conocimiento de la marca, más consumidores habrá que conozcan sus productos o servicios. Por lo tanto, antes de comprar una franquicia, considere:

- La marca de la compañía y su grado de reconocimiento (si tiene una marca registrada).
- Cuánto tiempo lleva la franquicia en funcionamiento.
- Si la compañía tiene buena reputación para productos o servicios de calidad.
- Si los consumidores han efectuado quejas contra la franquicia a través de una organización de consumidores y usuarios.

Servicios de soporte y ayuda

Otra razón de comprar una franquicia es obtener la ayuda del franquiciador.

¿Qué tipo de asesoramiento y ayuda proporciona?

¿Cómo es su soporte comparado con el estándar en la industria?

¿Podría competir con otros que tengan un soporte más formal?

¿Se requieren conocimientos técnicos previos o soporte especial para tener éxito?

¿Tienes un conocimiento similar?

Experiencia del franquiciador

Muchos empresarios franquiciadores gestionan compañías bien establecidas con años de experiencia en la venta de productos o servicios y también el sistema de franquicia. De hecho, algunos empezaron gestionando sus propios negocios. No hay garantía, sin embargo, de que un empresario bien establecido pueda gestionar con éxito un sistema de franquicias.

Considere cuidadosamente por cuánto tiempo la compañía ha gestionado un sistema de franquicias.

¿Se sientes seguro con su experiencia?

Si los franquiciadores tienen poca experiencia en la gestión de una cadena de franquicias, sus promesas de dirección, asesoramiento, y otra ayuda pueden ser no muy fiables.

Crecimiento

Un sistema cada vez mayor de franquicia aumenta el reconocimiento de la marca y puede permitirte atraer más clientes. El crecimiento por sí solo no es garantía de éxito; una compañía que crece demasiado rápido puede no poder apoyar a sus franquiciados con todos los servicios de ayuda prometidos. Asegúrese de que la compañía tenga suficientes activos financieros y personal para apoyar a sus franquiciados.

4. Las exposiciones de franquicias

Asistir a una exposición de franquicias le permite ver y comparar una variedad de posibilidades de franquicia. Tenga presente que los expositores en la exposición desean vender sus sistemas de franquicia. Sea cauteloso con los vendedores que quieren venderle una franquicia en la que no estás interesado realmente.

Antes de asistir a la exposición, infórmese sobre el tipo de franquicia que se adapta a sus necesidades, experiencia y nivel de inversión. Cuando asista, compare para buscar la oportunidad que mejor se adapte a sus expectativas y pregunte sus dudas.

Saber cuánto puede invertir

Un expositor puede informarle sobre cuánto puede o no permitirse invertir. Antes de comenzar a explorar opciones de inversión, fije la cantidad que considere más adecuada y la cantidad máxima que pueda permitirse.

Saber el tipo de negocio adecuado para usted.

Un expositor puede procurar convencerle de que una oportunidad es perfecta para usted. Sólo usted puede tomar esa decisión. Piense en el sector que te interesa antes de seleccionar un sistema específico de franquicia. Pregúntese lo siguiente:

¿Había considerado dedicarse a ese sector anteriormente?

¿Puede verse dedicado a ello durante los próximos veinte años?

¿Tiene la experiencia o las habilidades necesarias?

Si el sector no le interesa o no es la persona adecuada para trabajar en ese sector, no permita que un expositor te convenza de lo contrario. Invierta su tiempo en centrarse en los sectores que le ofrezcan una oportunidad más realista.

La comparación

Visite a varios expositores de franquicias del sector que mas le interese. Escuche las presentaciones y las discusiones de los expositores con otros clientes interesados.

Consiga respuestas a las preguntas siguientes:

¿Cuanto tiempo lleva la franquicia en el mercado?

¿Cuántos establecimientos franquiciados existen actualmente?

¿Dónde se localizan?

¿Cuánto cuesta la inversión inicial y cualquier coste adicional de la puesta en marcha?

¿Hay pagos continuos de royalties?

¿Cuántos?

¿Qué gerencia, técnicas, y asesoramiento ofrece la franquicia?

¿Qué controles impone la franquicia?

Los expositores pueden ofrecerle premios, muestras, o comidas gratis si asiste a una reunión promocional más adelante, para discutir la franquicia en mayor detalle.

No se sientas obligado a asistir. Considere estas reuniones como una forma de adquirir más información y hacer preguntas adicionales. Debe estar preparado para escapar de cualquier promoción si la franquicia no satisface sus necesidades.

Conseguir una confirmación de ganancias

Algunos franquiciadores pueden decirle cuánto puede ganar si invierte en su sistema de franquicia o cómo sus franquicias actuales están teniendo éxito. Tenga cuidado. Usualmente, si hacen tales afirmaciones están obligados a efectuar confirmaciones por escrito. Asegúrese de pedir y obtener la justificación por escrito para cualquier previsión de ganancias o beneficios.

Si el franquiciador no tiene la confirmación requerida, o rechaza proporcionársela, considere sospechosas sus afirmaciones.

Tome notas

Puede ser difícil recordar cada exposición de franquicias. Por ello es aconsejable que lleve papel y bolígrafo para tomar notas. También que coja folletos informativos que luego pueda repasar, así como las tarjetas de visita de los expositores para que pueda contactarles más adelante con cualquier pregunta adicional.

Evitar la táctica de alta presión comercial

Puede que le digan que la oferta de la franquicia es limitada, que hay solamente una zona geográfica disponible, o que le ofrecen un precio de venta reducido solo por esta vez. No se sientas presionado. Las compañías legítimas esperan que compare y evalúe su oferta. Una buena oportunidad hoy debería estar disponible mañana.

Estudiar la oferta del franquiciador

No firme ningún contrato ni haga ningún pago hasta que tenga la oportunidad de investigar al franquiciador a fondo. Él debe proporcionarle un documento que contenga la información necesaria sobre el sistema de franquicia. Estudie el documento. Hable con los franquiciados actuales y anteriores sobre sus experiencias. Porque la inversión en una franquicia puede ser significativa, debe tener un abogado para repasar el contrato y hacer que un contable repase los aspectos financieros de la compañía.

5. Investigar ofertas de franquicias

Antes de invertir en un sistema de franquicias, asegúrese de leer toda la información necesaria. Debe recibir la información antes de que le pidan firmar cualquier contrato o pagar dinero. Debe leer todas las condiciones y conseguir aclaraciones o respuestas a sus preocupaciones antes de invertir.

Experiencia en el negocio

Esta información identifica la experiencia previa que debe tener el futuro dueño de una franquicia. Considere no sólo la experiencia acerca del tipo de negocio en concreto, sino también en la gestión de una franquicia. Si es el caso, también considere cuánto tiempo ha estado el franquiciado con la enseña. Debe tener en cuenta que invertir en una enseña inexperta puede ser más arriesgado que con una con experiencia.

Estado financiero y jurídico

Debe informarse sobre el cumplimiento jurídico y la situación financiera de la franquicia. Esto le ayudará a determinar la estabilidad financiera del franquiciador y a predecir si la compañía es financieramente capaz de prestar los servicios de ayuda prometidos.

Costes

Debe estar informado sobre los costes de abrir una de las franquicias de la compañía. Esto es, cualquier honorario de la inversión inicial, que pueda ser no reembolsable, y los costes de inventario, las muestras, el equipo, los arriendos, o los alquileres iniciales. Tenga presente que puede haber otros costes imprevistos. La lista siguiente le ayudará a preguntar por costes potenciales:

- Pagos de royalties.
- Pagos de publicidad, tanto locales como nacionales.

- Gastos de apertura u otras promociones iniciales del negocio.
- Licencias de funcionamiento.
- Costes de suministro del producto o servicio.
- Locales.
- Equipamiento, como sistema informático o sistema de alarma del negocio.
- Formación del personal.
- Gastos legales.
- Asesoramiento financiero y fiscal.
- Seguro
- Cumplimiento de la legislación local (desechos, medidas antiincendio y otros códigos de seguridad).
- Seguro médico.
- Sueldos de los empleados

Abrir su negocio puede tomar varios meses. En su valoración de costes totales, incluye los gastos de explotación del primer año y los costes personales hasta dos años. Compare sus estimaciones con lo que han pagado otros franquiciados y con los sistemas de franquicias de la competencia. Quizás pueda conseguir mejores resultados con otro franquiciador. Un contable puede ayudarle a evaluar esta información.

Restricciones

Su enseña puede restringir cómo gestionar tu franquicia. Debe informarse sobre si limita:

- El proveedor de productos del que puede comprar.
- Los productos o servicios que puede ofrecer.
- Los clientes a quienes puede vender.
- El territorio en el cual puede actuar.

Tenga presente que estas restricciones pueden limitar perceptiblemente su capacidad de gestionar tu propio negocio.

Cierre

También puede saber las condiciones bajo las cuales la compañía puede terminar su contrato y sus obligaciones posteriores. También las condiciones bajo las cuales puede renovar, vender, o asignar su franquicia a terceros.

Formación y otra ayuda

El programa de formación y la ayuda del franquiciador pueden ser de importancia. Debe informarse sobre el nivel de asesoramiento ofrecido. La lista siguiente le ayudará a hacer las preguntas adecuadas.

¿Cuántos empleados son los adecuados para la formación?

¿Pueden los nuevos empleados recibir formación, y, en tal caso, hay algún coste adicional?

¿Cuanto tiempo duran las sesiones de formación?

¿Cuánto tiempo se destina a formación técnica, formación de gestión, y marketing?

¿Quién se encarga de los cursos de aprendizaje y cuál es su calificación?

- ¿Qué tipo de formación en curso realiza la compañía y con qué coste?
- ¿Con quién hablar si se presentan problemas?
- ¿Cuánto personal de asesoramiento está asignado a tu área?
- ¿Cuántos franquiciados recibirán asesoramiento del personal de soporte?
- ¿Habrá alguien disponible para venir a su establecimiento y proporcionar una ayuda más individual?

El nivel de formación que necesite depende de su propia experiencia en el negocio y del conocimiento de los productos o servicios del franquiciador. Si piensa que el entrenamiento puede ser escaso para gestionar su franquicia, considere otra oportunidad de franquicia más acorde a sus necesidades.

Publicidad

A menudo deberá contribuir con un porcentaje de sus ingresos a un fondo de publicidad aunque discrepe sobre cómo se utilizan estos fondos. Debe informarse sobre los costes de publicidad. La lista siguiente le ayudará a determinar si la publicidad de la franquicia le beneficiará.

- ¿Qué proporción del fondo de publicidad se gasta en costes administrativos?
- ¿Se pagan otras cosas con el fondo de publicidad?
- ¿Tienen los franquiciados control sobre cómo se gasta el dinero para publicidad?
- ¿Qué promociones de publicidad tiene la compañía ya en marcha?
- ¿Qué campañas de publicidad están previstas para un futuro próximo?
- ¿Cuánto se destina a publicidad nacional?
- ¿Cuánto se destina a publicidad local?
- ¿Cuánto se destina en venta de más franquicias?
- ¿Contribuyen todos los franquiciados por igual al fondo de publicidad?
- ¿Necesitas la aprobación del franquiciador para gestionar su propia publicidad?
- ¿Hay descuentos en la contribución si gestiona usted su propia publicidad?
- ¿El franquiciador recibe comisiones o ventajas cuando coloca los anuncios?
- ¿Los franquiciados se benefician de tales comisiones o ventajas, o sólo la compañía se beneficia de ellas?

Franquiciados actuales y anteriores

Puede saber cuantos centros franquiciados de la marca están funcionando actualmente. Una gran cantidad de franquicias en su área puede significar una competencia creciente. Una gran cantidad de franquicias cerradas o no renovadas puede indicar problemas. Debe saber que algunas compañías pueden intentar encubrir el número de franquicias cerradas readquiriéndolas y después enumerándolas como franquicias propias de la compañía.

Si adquiere una franquicia en funcionamiento, pregunte cuántos dueños la gestionaron y por cuanto tiempo. Diversos dueños en un corto período de tiempo pueden indicar que la localización no es provechosa, o que la enseña no ha apoyado a ese establecimiento con los servicios prometidos.

También puede informarse sobre los nombres y las direcciones de los franquiciados actuales y de los que han dejado el sistema durante el año

pasado. El comentario con ellos es probablemente la manera más fiable de verificar las demandas del franquiciador. Visítelos o llámelos. Pregúnteles acerca de sus experiencias. Valore usted mismo el volumen y el tipo de negocio.

La lista siguiente le ayudará a preguntar a los franquiciados actuales y anteriores cuestiones tales como:

- ¿Por cuánto tiempo ha gestionado la franquicia?
- ¿Dónde está localizada?
- ¿Cuál fue su inversión total?
- ¿Había algún coste oculto o inesperado?
- ¿Cuanto tiempo necesitó para cubrir gastos de explotación y ganar unos ingresos razonables?
- ¿Están satisfechos con el coste, la entrega, y la calidad de los productos o servicios ofrecidos?
- ¿Cuál era su experiencia antes de ser franquiciado?
- ¿Fue adecuada la formación por parte de la compañía?
- ¿Qué ayuda en curso proporciona el franquiciador?
- ¿Están satisfechos con el programa de publicidad de la enseña?
- ¿Cumple sus obligaciones contractuales?
- ¿Invertiría en otra franquicia?
- ¿Recomendaría la inversión a alguien con tus metas, requisitos de ingresos, y experiencia?

Tenga presente que algunas compañías pueden darle una lista seleccionada de franquiciados con los que ponerse en contacto. Tenga cuidado. Ésos pueden ser individuos pagados por la compañía para dar una buena opinión de ella.

Ganancias potenciales

Puede desear saber cuánto dinero puede ganar si invierte en un sistema particular de franquicia. Sea prudente. Las previsiones de ganancias pueden ser engañosas. Insista en tener una justificación por escrito de cualquier previsión de ventas potenciales.

Se requiere que las enseñas tengan una base razonable para justificar sus previsiones de ventas y un documento que las verifique. Asegúrese de conseguir y repasar la información sobre las previsiones de ganancias.

Considerar lo siguiente cuando revise esta información.

Tamaño de la muestra. Una enseña puede decir que las franquicias de su marca ganaron, por ejemplo, 50.000 euros el año pasado. Esta cifra puede ser engañosa, ya que puede que solamente algunos ganaran esa cantidad y no representan las ganancias "normales" de todos ellos. Pregunte a cuántos centros franquiciados se incluyeron en el cálculo.

Ingresos medios. Una compañía puede decir que las franquicias en su sistema ganan unos ingresos medios de, por ejemplo, 75.000 euros por año. Las medias como ésta dicen muy poco sobre cuánto gana cada establecimiento individual. Recuerde, algunos, sólo los franquiciados más

exitosos pueden inflar el promedio. Una media puede hacer que el sistema de franquicia parezca más exitoso de lo que realmente es.

Ventas brutas. Algunas enseñanzas proporcionan las ventas brutas de sus franquiciados. Estas, sin embargo, no dicen nada sobre los costes reales o los beneficios. Una franquicia con unas ventas brutas altas en el papel realmente puede perder dinero debido a altos gastos indirectos, alquiler, y otros costes.

Beneficios netos. A menudo, las marcas no tienen datos sobre los beneficios netos de sus franquicias. Pregunte si proporcionan información sobre las franquicias propias de la compañía. Éstos pueden tener costes más bajos porque pueden comprar el equipo, el inventario, y otros artículos en cantidades más grandes, o pueden poseer sus propiedades, en lugar de alquilarlas.

Importancia geográfica. Las ganancias pueden variar en diferentes partes del país. Si le dicen que un franquiciado ganó unos ingresos en particular, pregunte dónde se localiza.

Experiencia del franquiciado. Tenga presente que los dueños de cada franquicia tienen diferentes niveles de habilidades y conocimientos. Los más avanzados pueden tener éxito en los casos donde otros no pueden. El éxito de algunos no supone ninguna garantía de que tendrás el mismo éxito.

Historial financiero

Puede tener información sobre el estado financiero de la compañía, incluyendo estados financieros auditados. Tenga en cuenta que invertir en una compañía financieramente inestable es un riesgo significativo; la compañía puede entrar en crisis o estar en bancarrota después de que haya invertido su dinero.

Contrate a un abogado o contable para repasar los estados financieros del franquiciador. No procure extraer esta información importante por su cuenta a menos que tenga experiencia en estas materias. Su abogado o contable pueden ayudarle a entender lo siguiente:

¿La compañía tiene un crecimiento constante?

¿Tiene un plan del crecimiento?

¿La mayor parte de su renta proviene de la venta de franquicias o de derechos de royalty?

¿Dedica suficientes fondos para apoyar su sistema de franquicias?

6. Fuentes adicionales de información

Antes de invertir en un sistema de franquicias, investigue la compañía a fondo. Además de leer su información y hablar con los dueños de franquicias actuales y anteriores, debe contactar con los siguientes:

Abogado y contable

Invertir en una franquicia es costoso. Un contable puede ayudarle a entender los estados financieros de la compañía, a desarrollar un plan de

negocio, y a determinar una previsión de las ganancias y las condiciones sobre las cuales se basen. Puede ayudarle también a escoger un sistema de franquicia que sea más adecuado a sus recursos y a sus metas.

Los contratos de franquicia son generalmente largos y complejos. Un problema en el contrato que se presente después de que haya firmado puede ser imposible o muy costoso de resolver. Un abogado le ayudará a entender sus obligaciones bajo contrato, así no tendrá "sorpresas" más adelante. Elija a un abogado que tenga experiencia en franquicias. Es mejor confiar en su propio abogado o contable, antes que en los del franquiciador.

Bancos y otras instituciones financieras

Estas organizaciones pueden proporcionar una vista imparcial de la oportunidad de negocio que está considerando. Su banquero debe poder conseguir un informe financiero sobre la compañía.

Organizaciones de consumidores

Infórmese en las organizaciones de consumidores y usuarios sobre las ciudades donde el franquiciador tiene sus sedes. Pregunte si algunos consumidores se han quejado por los productos, los servicios, o el personal de la compañía.

Organismos gubernamentales

Varias Comunidades Autónomas o regiones regulan la venta de franquicias. Infórmese sobre sus derechos como dueño de la franquicia en su Autonomía o Municipio.