

VÍSTEME DESPACIO

Franquiciado

Peculiaridades del sistema

Información

Análisis de operación

Apertura de negocio

Si deseas iniciar una nueva andadura empresarial y piensas hacerlo en el seno de una organización franquiciada debes disponerte a iniciar un proceso de búsqueda, análisis y selección de negocios entre las múltiples alternativas que hoy en día nos ofrece el mercado. La franquicia que adquieras deberá adecuarse a tu perfil y objetivos, pero también a las circunstancias, situación y peculiaridades del mercado en el que deseas llevar a cabo la explotación.

A continuación, te presento una relación de 50 consejos prácticos y recomendaciones con los que espero poder ayudarte a decidir la mejor alternativa para tus intereses

01

¿Sabes bien qué es una franquicia?

Adquirir la condición de empresario franquiciado exigirá un conocimiento previo de las características y peculiaridades de este tipo de relaciones comerciales y de las obligaciones que representará en la explotación y gestión de nuestro nuevo negocio.

02

¿Y cómo está el sector?

Infórmate sobre el panorama actual de la franquicia en España, en tu comunidad autónoma y, más concretamente, en tu ciudad. Existen numerosos datos estadísticos que te aportarán una detallada información en este sentido. Podrás encontrarlos en estudios publicados en anuarios y guías especializadas editadas por consultoras, asociaciones, cámaras de comercio... Hazte con alguno de estos informes. Seguramente encontrarás en ellos las fichas técnicas de las franquicias en las que se basa el estudio, lo que te servirá también para ampliar tu información respecto a propuestas de franquicia de la competencia.

03

Analiza las ventajas y los inconvenientes

Estudia cómo la franquicia podrá beneficiarte y en qué te podrá perjudicar o en qué medida puede no responder a tus expectativas y objetivos. Indudablemente la franquicia te ofrecerá numerosas ventajas en la creación de una nueva empresa, pero también presenta inconvenientes que es preciso que conozcas y valores, analizando con rigor como podrán afectar a tus propósitos y pretensiones de gestión.

04

Ponte tus propios objetivos.

Hazte una lista de los objetivos que pretendes alcanzar con tu nueva franquicia y hazlo tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Sé ambicioso, pero no permitas que tus pies despeguen del suelo. Establece unos objetivos razonables que sean difíciles de conseguir, pero en ningún caso lo sean tanto hasta ser imposibles de alcanzar.

05

Intercambia opiniones.

Habla con empresarios franquiciados y trata de aprender de sus experiencias, especialmente si son del mismo segmento de actividad o de algún otro que muestre cierta similitud con aquel en el que quieras establecerte. Sin duda te servirá para saber cómo definieron el proceso y pudieron llevarlo a cabo. Selecciona bien tus interlocutores y obtendrás seguramente un buen número de buenos e interesantes consejos en muy diversos aspectos. Síguelos.

06

Asiste a un seminario.

Este tipo de eventos suelen ser de gran utilidad en tanto te aportarán datos o peculiaridades de la franquicia que seguramente no habías contemplado. Selecciona alguno de los numerosos seminarios que hoy en día se realizan y asegúrate que va especialmente dirigido a franquiciados y que abordará con rigor el proceso de elección y adquisición de una franquicia.

07

Infórmate sobre el perfil de franquiciado.

Infórmate sobre qué habilidades y cualidades considera el franquiciador como más relevantes en el gestor de una de sus unidades de negocio para así intentar identificarlas en tu propio perfil empresarial antes de presentar tu candidatura.

**AL FUTURO FRANQUICIADO SE LE
RECONOCEN DERECHOS
LEGALES DE INFORMACIÓN
PRECONTRATUA**

08

Evalúa tus cualidades y aptitudes.

Todo empresario que se plantee la franquicia como sistema para la creación y puesta en marcha de un nuevo negocio, tendrá que meditar detenidamente su decisión y autoanalizar sus aptitudes personales y grado de cualificación profesional. Estudia con objetividad tus aptitudes empresariales de cara a la dirección del negocio e intenta verte a ti mismo al frente de una unidad de negocio de la cadena de tu interés. En numerosos sitios web y publicaciones podrás encontrar cuestionarios de autoevaluación que te ayudarán a dar este importante y definitivo paso.

Sé crítico y analiza con rigor su adaptación a los cánones exigidos o considerados como aconsejables. Pero no te quedes ahí. Ve más lejos y solicita a personas de tu entorno más cercano y que te conozcan bien, que te den su opinión más sincera respecto al cumplimiento por tu parte del perfil requerido.

09

Busca el apoyo de tu familia

Vas a iniciar un nuevo proyecto empresarial y requerirá de toda tu atención. Es fundamental que te sientas arropado y apoyado en todo momento por tu familia y amigos.

Como en todo negocio, es de suponer que surjan dificultades e imprevistos que sin duda influirán en tu horario habitual e incluso en tu propia forma de ser. Debes preguntarte si tus relaciones familiares se verán afectadas por estas tensiones y si tu familia sabrá escucharte, comprenderte y ayudarte a resolver los posibles problemas que puedas encontrarte

10

Ten muy claras las claves de negocio.

Identifica los puntos clave de la franquicia que te gusta, lo que la identificará y la diferenciará en el mercado y cotéjalos con lo que, en tu opinión, demandará el mercado en el que quieres desarrollar la franquicia y, ante todo, con lo que actualmente ofrece tu competencia más directa en la ciudad en la que quieres tener tu negocio. Tenlos muy en cuenta a la hora de decidirte por una u otra enseña. Intenta identificarlos de forma clara en las propuestas alternativas de negocio que te dispone a estudiar.

11

Mira bien la inversión.

La adquisición de una franquicia, como el inicio de cualquier negocio, supondrá para el futuro franquiciado hacer frente a unas inversiones previamente establecidas, lo que requerirá la disponibilidad de los fondos necesarios para ello. Sin duda este factor acotará las posibles alternativas de negocio a las que puedas optar y guiará tu proceso de búsqueda de financiación.

12

No elijas por marca. Hazlo por actividad.

Son numerosos los sectores que emplean la franquicia como fórmula de expansión empresarial y, en definitiva, amplias las posibilidades de elección. Pero no hagas tu selección por la relevancia de la marca de la franquicia. Hazlo siempre de acuerdo al tipo de actividad en el que te gustaría tener un negocio y tras un minucioso estudio de las posibilidades que te ofrezca el sector.

13

Selecciona tu sector de actividad e identifica un negocio.

No desestimes ninguna de las alternativas de negocio operativas que identifiques en el sector de tu interés y disponte a profundizar en todas y cada una de las respectivas propuestas asociativas, organizaciones y enfoques de negocio que te plantee.

14

No te dejes deslumbrar.

Sé prudente y crítico. La selección de la franquicia no debes hacerla en base a llamativas campañas realizadas para captar franquiciados, ni por la amplia difusión y reconocimiento de sus marcas y mucho menos por el dimensionamiento de la red. Indudablemente serán factores a tener en cuenta, pero no supondrán garantía alguna de su éxito. Puede no tratarse de la franquicia más adecuada para ti y para el mercado en el que quieres tener tu negocio. Selecciona de acuerdo a las conclusiones de un análisis muy detallado y lo más objetivo posible. Y si el análisis es asistido por profesionales, mucho mejor.

**LA SELECCIÓN DE LA FRANQUICIA
COMIENZA CON LA IDENTIFICACIÓN
DE LAS ALTERNATIVAS DE NEGOCIO
QUE SE AJUSTEN A LAS VARIABLES DE
BÚSQUEDA**

15

Solicita ayuda profesional en la búsqueda.

Son muy numerosas las variables que podrán influir en la correcta selección de la franquicia. Capacitación, cualidades gestoras, inversión, mercado, entorno de competencia, ubicación... Además, puede tratarse de un segmento de actividad en el que el número de alternativas sea amplio. Déjate aconsejar por un consultor profesional. Te orientará sin duda en la preselección de alternativas de negocio y a la hora de adoptar una decisión analítica y definitiva.

16

Conoce tus derechos.

La normativa en vigor protege los derechos de información de todo potencial franquiciado. Conocer el tipo de información que puedes solicitar al franquiciador es esencial para dar los primeros pasos del proceso.

17

Consigue información sobre las franquicias que te interesan.

Solicita los dossiers de información precontractual (DIP) de las enseñas que formen tu lista de preferencias. Estos documentos deben poder facilitarte toda la información que la legislación española te reconoce como posible franquiciado. Complementa esta información con cualquier otra información que sea capaz de recopilar sobre la enseña y no te limites a las entrevistas que puedas tener con el personal técnico del franquiciador.

Rechaza aquellas franquicias que de antemano no te faciliten información amplia y por escrito o aquellas otras que se excusen con absurdos procesos particularizados en cuanto a la sistemática de información a candidatos.

18

Considera siempre propuestas alternativas.

No te limites a estudiar una única propuesta, la que, a priori, más te pueda gustar. Selecciona diversas alternativas dentro del propio sector de actividad y disponte a realizar un análisis comparativo lo más objetivo y amplio posible. No tengas prisas

19

Ve a alguna feria de franquicias.

En España existen numerosos certámenes especializados, ferias y foros de franquicias, en los que se da una importante concentración de enseñas presentando sus propuestas de negocio. Visita alguno de ellos, los más importantes, y conoce de primera mano qué es lo que te ofrecen las marcas que ahí encuentres. Entrevístate con algunos franquiciadores y estudia las documentaciones informativas que te faciliten. Podrás observar también las últimas tendencias y novedades, identificar los segmentos más representativos, asistir a alguna conferencia e incluso, posiblemente, ver diversas iniciativas en el sector de tu interés.

EL ANÁLISIS DE LA FRANQUICIA DEBE REALIZARSE A PARTIR DE UNA INFORMACIÓN COMPLETA Y VERAZ

20

No pierdas de vista las asociaciones.

Existen agrupaciones y asociaciones especializadas tanto en el ámbito nacional como en el de algunas Comunidades Autónomas. Conversa con los máximos responsables de estas entidades e infórmate de los servicios y recomendaciones que pueden prestarte en la búsqueda y adquisición de tu franquicia.

Es posible que la enseña que te interesa forme parte de alguna de estas asociaciones, lo que la confiere unas peculiaridades que ya de por sí la diferenciarán de otras alternativas.

21

Indaga en el mercado de implantación.

Trata de prever los resultados de la explotación en el mercado en el que quieres desarrollar la actividad, prestando especial atención al potencial de demanda, al dimensionamiento del mercado, a las empresas competidoras y sus propuestas de negocio, zonas preferentes de apertura...

22

Ata en corto a tus competidores locales más directos.

Competirás en tu zona no solo con los negocios de otras cadenas que puedan estar ya presentes en la misma o puedan estarlo en el futuro, sino también con negocios independientes que, posiblemente, tengan una amplia trayectoria y cuenten ya con el reconocimiento general del público. Estudia las principales características de estos competidores y trata de prever como afectarán a la explotación de la nueva actividad.

23

Ata en corto a tus competidores locales más directos.

Si fuera posible, intenta conocer la opinión que puedan tener los clientes respecto al producto o servicio de la franquicia que te gusta. Haz un test de mercado y comprueba si el modelo de negocio que pretende poner en marcha puede tener una buena acogida

por parte del público objetivo. Los resultados de esta prueba te permitirán disponer de una excelente información para decidir qué propuesta de franquicia se adecúa mejor a las exigencias del mercado (oferta comercial, políticas de venta, imagen, servicio al cliente, precios...).

24

Haz su propio análisis de la propuesta de franquicia.

Para cada una de las alternativas de negocio que hubieras seleccionado dentro del sector de actividad de tu interés, tendrás que hacer un análisis en el que basar tu decisión final. Para ello será preciso estudiar el tipo mercado requerido, el concepto de negocio objeto de la franquicia, la experiencia de la que disponga el franquiciador y el tipo de asociación que se nos sugiere.

25

Contrata los servicios de un consultor de franquicias.

Lo ideal será conseguir un asesoramiento profesional con el que seguramente verás ampliada tu información y complementadas tus propias conclusiones. Su soporte será de gran valor en aspectos jurídicos, conceptuales y, por supuesto, en materia de valoración de la viabilidad económica del proyecto.

La amplia variedad de negocios en los muy diversos segmentos de actividad que actualmente están franquiciando y el carácter jurídico de las relaciones de franquicia, hacen más que aconsejable contar con asesoramiento especializado.

LOS ESTUDIOS DEBEN SER DIRIGIDOS POR UN ESPECIALISTA EN FRANQUICIAS

26

Asígnate un presupuesto.

Está claro que necesitarás un presupuesto para poner en marcha tu nuevo negocio. Tendrás que contar con unos recursos suficientes para abordar sin problemas los costes de apertura y puesta en marcha de la franquicia (arrendamiento y adecuación del local, adquisición de la franquicia, campañas de lanzamiento, dotaciones tecnológicas, formación, compra de mercancías...). Un sencillo estudio de inversiones estimadas te permitirá determinar si cuentas o no con recursos suficientes.

27

Determina formas de financiación.

Concreta las diversas fuentes a las que podrás acudir para financiar una parte de las inversiones de apertura, aquella que resulte aconsejable de acuerdo al plan financiero de negocio que realices. Estas fuentes pueden ser muy diversas, desde la financiación bancaria (préstamos, pólizas de crédito, contratos de leasing...), hasta las subvenciones (locales, provinciales, autonómicas, estatales y comunitarias), pasando por financiación pública (créditos ICO), créditos comerciales de proveedores y suministradores de equipo, rappels anticipados de consumo, etc.

28

No te olvides de las subvenciones y ayudas.

Son muy numerosos los conceptos de inversión en la compra de una franquicia que pueden ser subvencionados. Infórmate de las ayudas existentes (municipales, provinciales, autonómicas, nacionales y comunitarias) y de la documentación que sea necesario elaborar para optar a ellas.

Prácticamente la totalidad de las partidas de inversión que tendrá que abordar pueden encontrar una subvención. Es más que aconsejable que te apoyes en expertos en este tipo de ayudas para su localización, tramitación y seguimiento. Pero nunca des por hecho la consecución de estos fondos y cuentas de antemano con ellos.

29

Ten muy claras tus obligaciones financieras.

Determina con total claridad el alcance del plan de obligaciones financieras al que tendrás que hacer frente con tu integración en la cadena. Estas obligaciones pueden adquirir una forma muy diversa y sin duda afectará a tu plan de inversiones y a tu cuenta de resultados. Intenta identificar estas obligaciones con las contraprestaciones que recibirás en forma de servicios de asistencia y capacitación.

UN PLAN FINANCIERO OBJETIVO ACLARARÁ LAS VERDADERAS POSIBILIDADES DE VIABILIDAD DEL NEGOCIO

30

Haz números y hazlos bien.

Llegó la hora de hacer cuentas y de hacerse con un buen análisis de viabilidad financiera de la apertura. No adoptes decisiones basándose únicamente en datos medios y/o aportados por el franquiciador. Te diría que hasta llegues a ponerlos en duda.

Haz tú mismo las previsiones. Estimaciones realistas y particularizadas que te aporten criterios de rentabilidad, de recuperación de la inversión...

Emplea para ello algún soporte informático de simulación. Un consultor de franquicia podrá ayudarte mucho en este importante punto del estudio.

31

Constata la veracidad de la información con otros franquiciados de la cadena...

Conversar con actuales franquiciados de la enseña te permitirá obtener una información adicional de gran importancia que seguramente no encontrarás en ningún documento informativo que pueda facilitarte el franquiciador. Esto también te servirá para constatar la veracidad y solvencia del proyecto que se te propone acometer.

32

...y también con un consultor especializado.

Con independencia de contar o no con el apoyo de un consultor en lo que se refiere al proceso de análisis y en cuyas conclusiones basar tu decisión de integración, sí será aconsejable conocer su opinión respecto a la enseña en cuestión. Este tipo de profesionales disponen de información respecto de los franquiciadores operativos, de sus trayectorias y capacidades, de su posicionamiento real y de su respuesta en el mercado. Te podrán aconsejar de una forma definitiva y contundente.

33

No te confíes demasiado.

No subestimes la franquicia, ni la consideres como algo sencillo de crear. Mucho menos como sinónimo de éxito empresarial y garantía de rentabilidad. Las cosas no son realmente así. Todo nuevo negocio requiere un gran esfuerzo y dedicación en su puesta en marcha y gestión diaria y una franquicia no será menos. El franquiciador te aportará lo necesario para tener éxito, experiencia, sistemas de gestión, elementos comerciales, marca,... pero aún así, de nada te servirán sus aportaciones, sin la dedicación efectiva del que será el verdadero gestor del negocio: tú

34

Actúa en un marco precontractual.

Posiblemente será en el contexto de un precontrato, como el franquiciador planteará la realización de estudios específicos y particularizados que le lleven a verificar la viabilidad de la operación de concesión de una de sus franquicias. Considera la firma de un precontrato como una posibilidad de profundizar aún más en el estudio del proyecto y, en definitiva, de aumentar sensiblemente tu conocimiento de la operación. La firma del precontrato no te supondrá la adquisición de la franquicia, pero sí la de unos derechos preferentes para hacerte con ella en tu localidad. Seguramente tengas que realizar algún desembolso, generalmente anticipo del derecho de entrada, para financiar los costes de estos estudios y servicios que te prestará el franquiciador.

EL CONTRATO HA DE ANALIZARSE BAJO EL ASESORAMIENTO DE UN JURISTA ESPECIALIZADO

35

Asegúrate una correcta zona de exclusiva.

La mayoría de las franquicias suelen asignar a sus franquiciados espacios de explotación en exclusiva. Si así fuera, cerciórate de la amplitud del mercado que te conceden y la disponibilidad de un número de potenciales clientes lo suficientemente adecuado como para permitirte rentabilizar tu gestión. Esta asignación de zona debe hacerse de acuerdo a estudios de mercado que cuenten con las suficientes garantías de veracidad. Desaprueba una concesión si no hay un análisis serio de por medio.

36

No lo confíes todo a la intuición.

Nadie como tú para conocer mejor tu ciudad. Aunque tu experiencia en esto será lo más importante, no adoptes una decisión de ubicación de un nuevo punto de venta sin antes hacer un minucioso estudio mercadológico del entorno. El coste de este tipo de estudios no es elevado y te dará una información realmente valiosa. Es posible que sea el franquiciador quien corra con el coste del estudio o que pueda ayudarte a financiarlo. Mira a ver.

37

¿Y por qué no una multifranquicia?

Con este término nos referimos a la explotación de más de una unidad de negocio de una misma franquicia. Numerosas enseñas contemplan esta posibilidad de antemano por lo que será bueno analizar la adquisición de este tipo de derechos en el mismo instante de la integración en la red, reservándote así la opción de explotación en el futuro de los derechos de franquicia de la marca en zonas limítrofes o cercanas a una inicial.

38

Pide un informe de idoneidad de emplazamiento.

El franquiciador podrá indicarte las características que debe reunir no sólo el punto de venta, sino también el espacio comercial en el que debe ubicarse. Las características mercadológicas de la zona deben figurar en un documento que se te debe aportar para que pueda conocerlas con exactitud y así iniciar la búsqueda del emplazamiento más adecuado.

39

Conoce a fondo la organización franquiciadora.

Se trata de una de las claves del proceso de análisis. La central de franquicias debe estar suficientemente estructurada y contar con una organización adecuada. No en vano la prestación de la asistencia a la que te obliga dependerá en buena medida de ello. Una central mal estructurada puede dar lugar a una asistencia inadecuada o insuficiente. Identifica los diversos servicios asistenciales que te prestarán y asegúrate de que el franquiciador está preparado para hacerlo

40

Ten muy presente el cronograma de la apertura.

Tampoco aquí la improvisación será deseable. Es preciso concretar los hitos del proceso (adecuación, instalaciones, suministros, formación, lanzamiento...) y planificarlos para que éste se desarrolle en el menor tiempo posible. Más aún cuando puedes estar pagando la renta de un local en el que ubicar la unidad de negocio. Solicita al franquiciador clara y detallada información respecto a cómo llevará a cabo este proceso.

LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN DEBE CONSTATARSE CON OTROS FRANQUICIADOS DE LA CADENA

41

Considera siempre propuestas alternativas.

No te los facilitarán hasta la firma del contrato. Es lo normal y deseable para salvaguardar la confidencialidad del saber hacer. El franquiciador no está obligado ni siquiera a mostrarlos, pero intenta asegurarte sobre su disponibilidad (por ejemplo, conversando con algunos franquiciados de la marca) pues lo que sí es obligatorio para el franquiciador es la identificación por escrito de ese saber hacer en manuales de negocio.

No aceptes una franquicia que no disponga de estos manuales pues no se te estará aportando la base fundamental de los derechos que adquieres: las claves y parámetros básicos de la gestión del negocio.

42

Considera siempre propuestas alternativas.

Una de las facetas más características de la franquicia es la transmisión de experiencias y conocimientos técnicos que realiza el franquiciador. Es sin duda la principal ventaja que vas a tener como empresario al integrarte como franquiciado en una cadena.

Siendo así, bien merece la pena dedicar tiempo a estudiar los planes formativos que haya diseñado el franquiciador para sus franquiciados, y no sólo en la apertura y puesta en marcha del negocio, sino durante toda la vigencia del contrato de franquicia. Presta especial atención a este asunto.

43

Infórmate sobre la exclusividad del producto.

Si así fuera, ten por seguro que tu franquicia contará con un elemento diferencial de mercado incuestionable, aunque no por ello fórmulas de negocio que no basen su actividad comercial en esta exclusividad dejarán de ser opciones de negocio atractivas (franquicias de distribución o simplemente de servicios). Con este activo estratégico, merecerá la pena cuando menos estudiar la propuesta de negocio con mayor detenimiento e interés, pero en estos casos, cerciórate de la efectiva exclusividad del producto y convéncete de que este, durante la vigencia del contrato, no se comercializará en otros puntos del mercado.

44

Estudia a fondo las políticas de compra.

Analizar las fuentes de abastecimiento y las facetas logísticas te ayudará a conocer mejor la capacidad de la organización franquiciadora, la diferenciación del modelo en el mercado y el potencial del negocio que te dispones a iniciar. Es posible que la franquicia cuente con una central de compras y que ésta quede integrada por almacenes propios y/o por proveedores homologados por la enseña y que abastecerán a la red en los términos previamente convenidos con el franquiciador (recepción de pedidos, suministro, almacenamiento, facturación, formas de pagos, promociones, descuentos, atención de reclamaciones, etc.).

45

¿Cómo van a controlar tu gestión?

Si la asistencia que recibas resultará clave para la correcta evolución de tu negocio, ésta deberá quedar condicionada a las conclusiones que se deriven de un control efectivo de la gestión que lleves a cabo. Saber cómo realizará el franquiciador un seguimiento de tu unidad de negocio y de con qué recursos cuenta para ello, adquiere una importancia clave a la hora de decidir adquirir o no la condición de franquiciado de la cadena. Tú debes dejarte ayudar, pero el franquiciador ha de estar preparado para hacerlo.

**LA NEGOCIACIÓN DE ADQUISICIÓN DE LA FRANQUICIA
DETERMINARÁ EL CLAUSULADO DEFINITIVO DEL
CONTRATO.**

46

Asegura la legalidad de tu contrato.

En este aspecto no hay mejor consejo que el de dejarse asesorar por juristas. El departamento jurídico de una consultora o un bufete de abogados especializados en franquicia podrán asesorarte respecto a la conveniencia del contrato cuyo borrador te facilitará el franquiciador, informándote así respecto a la existencia de posibles cláusulas nulas o abusivas.

47

Ante todo, ten mucha paciencia.

No hay ninguna prisa. No te lances antes de tiempo. Se muy prudente. No aceptes una propuesta de franquicia hasta no estar totalmente seguro de que lo que está ofreciendo es una buena oportunidad de negocio para ti. No des nada por hecho e invierte todo el tiempo del mundo para estudiarlo todo muy a fondo.

48

Concreta la forma jurídica de tu franquicia.

Puedes operar como un autónomo o bien constituir alguna sociedad para explotar la franquicia. Aunque no es habitual, algunas enseñas pueden mostrar exigencias en este sentido y requerir de sus franquiciados fórmulas jurídicas concretas. Infórmate sobre este particular para iniciar con tiempo los trámites administrativos y fiscales precisos y poder otorgar el contrato bajo la fórmula jurídica adecuada.

49

¿Socio franquiciado?

Aunque las participaciones accionariales recíprocas entre franquiciador y franquiciados no son habituales y distorsionarían la calidad de independencia jurídica que en una franquicia deben tener las partes, lo cierto es que el franquiciado debe ser considerado como un verdadero 'socio'. Éste desarrollará la actividad y la imagen de marca en una zona concreta y se erigirá como la representación de la enseña en una fracción del mercado más o menos amplia. Sus aportaciones resultarán por tanto claves para la evolución del modelo y por tanto para el crecimiento de la empresa. Nunca te integres en una red en la que tu figura de empresario asociado no reciba el tratamiento y el reconocimiento del que te hará merecedor tu permanente aportación.

50

Cuenta con la asistencia de un profesional en la negociación y firma.

Aunque veras que mis consejos siempre han ido en esta línea durante el proceso, será importante contar al menos con la aportación de un consultor especializado en franquicia, que nos asesore en el transcurso de las conversaciones con la central y esté presente en el acto de firma del contrato. Son muy numerosas las directrices de una relación en franquicia y que es preciso analizar y concretar con anterioridad a la firma del contrato. En este sentido, la intervención de una firma de consultoría adquiere una especial relevancia.

ALGUNAS ENSEÑAS PUEDEN REQUERIR A SUS FRANQUICIADOS FÓRMULAS JURÍDICAS CONCRETAS

Así que ya sabes. Esto no es coser y cantar. Se trata nada más y nada menos que de hacerte franquiciado, de abrir un nuevo negocio para el que lógicamente desees toda clase de éxitos. Pues bien, buena parte de estos radicarán en la meticulosidad con la que des los primeros pasos que, como verás, no deben ser pocos ni alocados. Debes verlo como un proceso que tendrás que acometer con rigor, seriedad y buenas dosis de calma. Tu patrimonio, tus ilusiones y seguramente tu futuro, están en juego. Y con eso, ni una broma ¿verdad? Mucha suerte.