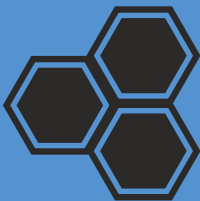
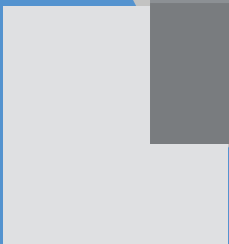
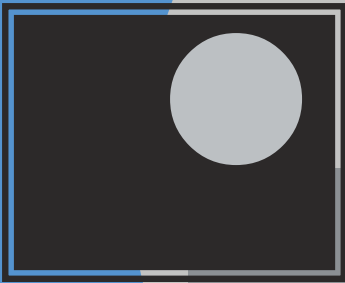
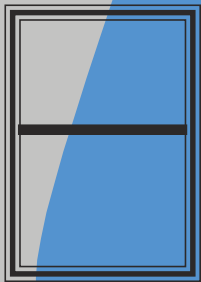


Cómo Comprar Una Franquicia De Servicios De Limpieza



Índice

CÓMO FUNCIONAN LAS
FRANQUICIAS DE SERVICIOS
DE LIMPIEZA 4

POSIBLES PROBLEMAS 5

REGLAMENTO DE LA
FTC SOBRE
FRANQUICIAS 13

PROTÉJASE 15

PARA MAYOR
INFORMACIÓN 19

GLOSARIO DE
TERMINOLOGÍA 22



Si usted está pensando en abrir su propio negocio pero sólo tiene una pequeña cantidad de dinero para invertir, es posible que esté considerando la compra de una franquicia de servicios de limpieza. Generalmente, una empresa de servicios de limpieza (el “franquiciador”) le cobra un cargo para proporcionarle a usted (el “franquiciado”) clientes, comercialización y servicios de facturación y cobranza.

Todo franquiciador le puede relatar cuentos de éxitos. Tenga cuidado. En el ramo de los servicios de limpieza es posible tener éxito, pero no hay garantías.

Al final de este folleto se incluye un glosario de terminología utilizada en la industria concesionaria.

CÓMO FUNCIONAN LAS FRANQUICIAS DE SERVICIOS DE LIMPIEZA

En una franquicia típica de limpieza, usted le paga un cargo al franquiciador a cambio de un “paquete” de clientes. Este cargo está basado en el valor monetario de los clientes de servicios de limpieza que la empresa le proporciona y generalmente equivale aproximadamente a la mitad de los ingresos brutos anuales que éstos deben generar. Por ejemplo, por un cargo de \$10,000, usted recibe clientes por valor de \$20,000; por un cargo de \$15,000, recibirá clientes por valor de \$30,000. También tendrá que pagar regalías periódicas o cargos administrativos.

El franquiciador podría ofrecerle financiamiento, esto podría resultarle atractivo especialmente si ha experimentado problemas para obtener crédito de prestadores tradicionales.

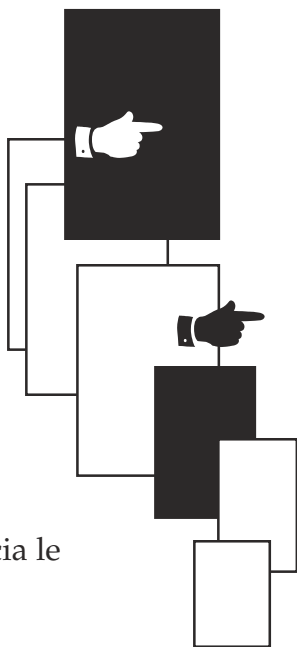
El franquiciador debe ofrecerle clientes de limpieza que producirán el nivel de ingreso que se describe en el paquete que usted compró. Sin embargo, el nivel de ingresos puede verse afectado por varios factores. Por ejemplo, si usted no acepta un cliente,



es posible que el franquiciador no tenga que ofrecerle un sustituto. O si usted rechaza un cliente porque piensa que le queda demasiado lejos, podría perder el derecho a recibir ese ingreso. El franquiciador tampoco tiene que reemplazarle los clientes que usted pierda por haber hecho una limpieza mediocre.

POSIBLES PROBLEMAS

La Comisión Federal de Comercio y el Fiscal General del Estado de Maryland le aconsejan que sea precavido si piensa comprar una franquicia de servicios de limpieza, este tipo de negocios con frecuencia le resulta atractivo a los inmigrantes y a otras personas cuyo inglés es limitado. El contrato de franquicia que le proporcionará el franquiciador puede ser largo y complicado. Sus derechos y obligaciones legales y las obligaciones del franquiciador pueden ser difíciles de comprender. *Considere*



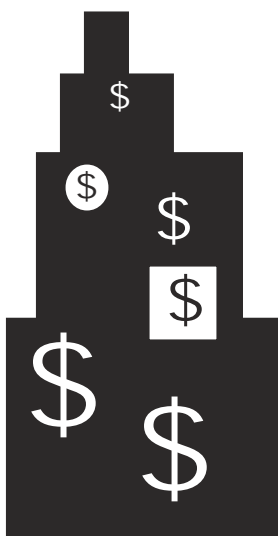
la asesoría profesional. Consulte con un abogado, contador o asesor comercial para que le revise el contrato de franquicia. El dinero y tiempo que gaste en la asistencia de un profesional podrían ayudarlo a evitar una mala inversión.

Estos son algunos de los problemas que podría enfrentar:

■ *Diferencia entre la cantidad de clientes que le ofrecen y los que recibe.* Es posible que exista una diferencia entre la cantidad de clientes que el franquiciador le

promete y los que usted en realidad recibe, y también en los ingresos que estos clientes producen. Por ejemplo, el franquiciador podría prometer que le ofrecerá clientes que generan facturas de \$1,000 mensuales durante el

primer año. Para cumplir con su obligación, el franquiciador le podría ofrecer más de un cliente de servicio de limpieza. Pero, por dificultades de tiempo, de



distancia u otros problemas, es posible que usted no pueda aceptar todos los clientes que le ofrece el franquiciador. Además, el franquiciador podría ofrecerle esos mismos clientes a otros franquiciados sobre una base de orden de llegada. Si, a raíz de su ubicación, usted no puede aceptar el cliente o si otro franquiciado lo acepta antes que usted, posiblemente se considere satisfecha la obligación de oferta de clientes del franquiciador. Y como es posible que el franquiciador no le informe sobre este sistema antes de que usted compre el “paquete” de clientes, usted no debe contar con recibir todos los ingresos que al principio le prometió el franquiciador.

■ *Clientes rechazados.* Es posible que el franquiciador no tenga que reemplazarle un cliente que usted haya rechazado.

■ *Clientes seleccionados por el franquiciador.* Generalmente, los clientes se los elige el franquiciador; y tal vez, el tamaño, cantidad y ubicación de los clientes no sean lo que usted esperaba. Por ejemplo, es posible que el franquiciador le requiera atender a más de un cliente simultáneamente o que los lugares de trabajo estén muy separados el uno del otro.



■ *Cientes perdidos.* La mayoría de las franquicias de limpieza especifican que si un cliente cancela el contrato de limpieza, el franquiciador no está obligado a reemplazarlo. Además, es posible que usted deba pagar cargos adicionales de comercialización y ventas para obtener otro cliente y compensar los ingresos perdidos.

■ *Cláusula de integración.* En el contrato de franquicia que usted firma se podría incluir una cláusula limitándolo a los términos que hayan sido específicamente detallados *por escrito*. Esto significa que las promesas o declaraciones verbales que haya hecho el franquiciador no forman parte del contrato. Esta es una razón por la cual es muy importante que *en el contrato de franquicia se incluyan por escrito todas las promesas efectuadas.*

■ *Retraso para recibir clientes durante el primer año.* El paquete de clientes que usted compra sugiere un cierto nivel de ingresos en el primer año. Pero es posible que el franquiciador se tome varios meses en proporcionarle los clientes prometidos. Esto significa que, posiblemente, no comience a recibir ingresos hasta varios meses *después* de haber comprado el paquete y que en

consecuencia su ingreso anual no sea el que había calculado. Por lo tanto, es importante que tenga otras fuentes de ingreso durante los primeros meses de operación.

■ *Cargos corrientes.* El franquiciador le podría cobrar un cargo mensual de administración o servicio que usted debe pagar aunque durante ese mes no haya tenido ningún ingreso por su servicio de limpieza. Si el cargo de franquicia está financiado, tendrá que pagar la cuota mensual esté recibiendo ingresos o no del servicio de limpieza. Y aunque consiga clientes sin asistencia del franquiciador, todos los ingresos provenientes de un cliente de servicio de limpieza que usted haya negociado serán incluidos en los cálculos del franquiciador por regalías y cargos administrativos que usted adeude.

■ *Clientes del franquiciador.* **Todos** los clientes pueden ser propiedad del franquiciador, aún los que usted haya conseguido por su cuenta. Esto significa que si se termina su contrato de franquicia, usted no podrá atender a los clientes por los que pagó un

cargo, ni tampoco a los que consiguió por su cuenta.

■ *Capacitación.* Antes de invertir obtenga información sobre el programa de capacitación del franquiciador. La capacitación que usted recibe está determinada por el franquiciador y podría tratarse de ver videos y leer libros y no de cursos prácticos o teóricos de entrenamiento.

■ *Procedimientos de licitación.* Es posible que el franquiciador no le informe de qué forma se presenta a licitaciones de contratos de limpieza o qué servicios específicos le debe proporcionar usted al cliente. Tal vez sólo le indique que lo que usted puede ganar con el servicio de limpieza es de \$12 a \$15 por hora. Sin embargo, cuando se presenta a licitaciones de servicio de limpieza, el franquiciador puede ofrecer sus servicios a precios más bajos y es posible que a usted no se le permita opinar si la cantidad es o no razonable. Por lo tanto, aunque se



sugiera que el cliente representa una cierta cantidad monetaria, es posible que para usted no sea así, y tal vez usted no reciba ninguna ganancia después de pagar los gastos de materiales y transportación.

■ *Clientes de corto plazo.* Los operadores de franquicias de limpieza con frecuencia advierten que muy pocos clientes mantienen la cuenta más de un año. El motivo es que prefieren los contratos de corto plazo porque de esa forma pueden buscar mejores precios. Si el franquiciador le ofrece clientes de reemplazo, es posible que usted deba pagar otro cargo de recomendación o comercialización.

■ *Obligaciones de rendimiento.* Posiblemente usted tenga que cumplir requisitos mínimos de rendimiento o de crecimiento. De no ser así, podría perder la franquicia o, lo que es peor, el derecho a que le reembolsen el costo de entrada.

■ *Pago de servicios.* El franquiciador le cobra a sus clientes. Si el cliente no paga, a usted no se le paga. El franquiciador podría no tener la obligación legal de exigirle a sus clientes que paguen, pero si éste presenta una demanda de cobro, es

posible que sea usted quien deba pagar los costos legales.

■ *Garantías personales.* En muchos casos, el franquiciador requiere que



sea el franquiciado quien garantice personalmente las deudas de la franquicia. Esto significa que si su capital comercial no cubre las deudas de la

franquicia, usted podría perder bienes personales, como su casa o su automóvil.

■ *Reglas de no-competencia.* Es posible que no se les permita a usted y a sus familiares directos (su esposa y sus hijos) tener interés de propiedad ni desempeñar un servicio en otra compañía de limpieza aún cuando su familiar no tenga interés de propiedad sobre su franquicia de limpieza. Esta restricción podría continuar aun después de terminada la franquicia.

REGLAMENTO DE LA FTC SOBRE FRANQUICIAS

La ley dispone que el franquiciador debe entregarle a usted una declaración informativa detallada que debe incluir:

- la cantidad total de franquicias y la cantidad de franquicias canceladas o no renovadas durante el año anterior;
- los fundamentos y las presunciones sobre las que se basan las afirmaciones sobre ganancias potenciales o sobre las ganancias de otras franquicias en existencia;
- el costo de inicio y mantenimiento del negocio;
- los nombres, las direcciones y los números de teléfono de por lo menos 10 franquiciados que vivan cerca de su domicilio (ciertos Estados, incluyendo Maryland, requieren que se le entreguen nombre, dirección y números de teléfono de por lo menos 100 franquiciados);

- los antecedentes y la experiencia de los ejecutivos principales del franquiciador;
- el estado financiero del franquiciador completamente verificado por auditoría.
- toda demanda presentada por franquiciados en contra del franquiciador o su cuerpo directivo; y
- las responsabilidades que tienen entre sí usted y el franquiciador después de la compra de la franquicia.

Este documento usted lo debe recibir por lo menos 10 días hábiles *antes* de abonar cualquier suma de dinero o de comprometerse legalmente a comprar la franquicia. Estos 10 días hábiles deben ser suficientes para que usted pueda estudiar el documento, obtener respuestas a sus preguntas, hablar con otros franquiciados y consultar con un abogado, contador o asesor comercial.

PROTÉJASE

La compra de una franquicia es una decisión importante. Antes de comprometerse, tome las siguientes precauciones:

■ *Lea la declaración informativa de la compañía.* Estúdiela con atención e infórmese sobre sus obligaciones y los antecedentes de la empresa relacionados a demandas y a la tasa de fracaso. Esto lo ayudará a determinar si los otros franquiciados están o no satisfechos con la franquicia.

■ *Hable con otros franquiciados.* No se base únicamente en la información que obtiene del franquiciador. Hable con franquiciados actuales y pasados sobre sus experiencias con el franquiciador. La declaración informativa de la compañía debe incluir el nombre, número de teléfono y dirección de los mismos. El franquiciador podría recomendarle que se comuniqué directamente con franquiciados que hayan tenido éxito. No se base en referencias seleccionadas por la compañía.

■ *Comuníquese con el administrador de franquicias de su Estado.* Si usted vive en California, Hawaii, Illinois,

Indiana, Maryland, Minnesota, New York, North Dakota, Rhode Island, South Dakota o Virginia, en su Estado hay una oficina que regula la oferta y venta de franquicias; *antes* de invertir consulte con ellos. Pregúnteles si la franquicia que está considerando está registrada para hacer ofertas en su Estado. Si

usted vive en Maryland, llame a la oficina del Fiscal General del Estado de Maryland al (410) 576-7042, o visite

**NORTH AMERICAN
SECURITIES
ADMINISTRATORS
ASSOCIATION
(202) 737-0900**

WWW.NASAA.ORG

www.oag.state.md.us. Usted puede averiguar el nombre del administrador de franquicias de su Estado llamando a North American Securities Administrators Association al (202) 737-0900 o visitando www.nasaa.org. Para obtener mayor información, también puede comunicarse con el Fiscal General de su Estado visitando www.naag.org o con la Oficina de Buenas Prácticas Comerciales (Better Business Bureau) visitando www.bbb.org.

■ *Solicite que todas las promesas sean puestas por escrito.* Si un vendedor le

dice que el franquiciador le dará clientes cerca de su domicilio, pero el contrato escrito define más ampliamente la zona geográfica, lo que cuenta es lo que está escrito. Si una cláusula del contrato indica algo distinto a lo que habló con el vendedor, exija que cambien el contrato escrito. Si el vendedor le dice que debe ganar de \$12 a \$15 por hora, cerciórese que ese pronóstico se haya incluido en la declaración informativa. Si el vendedor o el franquiciador no está de acuerdo, no acepte el trato.

■ *Estudie detenidamente el contrato de franquicia.* Es importante que comprenda todas las cláusulas del contrato ya que éste controla su relación con el franquiciador. Asegúrese que el acuerdo especifique todos los detalles para que no haya sorpresas.

■ *Comprenda sus obligaciones.* Como franquiciador, es posible que tenga que pagar regalías y otros cargos. Averigüe exactamente qué tipos de cargos tendrá que pagar, cuánto pagará y con qué frecuencia.

■ *Investigue las afirmaciones sobre ganancias potenciales.* El valor estimado del paquete de clientes que usted compra podría no reflejar las

ganancias que recibirá por atender a los clientes. Pregunte de qué manera le asigna la compañía el valor a los clientes. Averigüe cuántos franquiciados recibieron las ganancias que describen y dónde están localizados.

■ *Tenga cuidado al financiar.*

Aunque le parezca atractivo hacer el financiamiento a través del franquiciador, es posible que los términos del contrato de financiamiento no sean los más convenientes para usted. Por ejemplo, es posible que tenga que firmar un pagaré para garantizar el préstamo y firmar un acuerdo cuyos términos podrían dificultar la presentación de una demanda de su parte contra la compañía en caso de que usted quiera cancelar el contrato. Antes de aceptar el financiamiento del franquiciador, debe comprender todas las cláusulas del acuerdo.

■ *Considere obtener asesoría profesional.* Consulte con un abogado, contador o asesor comercial para que revise el contrato de franquicia. El dinero y tiempo que gaste en la asistencia de un profesional podrían ayudarlo a evitar una mala inversión.

PARA MAYOR INFORMACIÓN

La FTC publica una serie de folletos para el consumidor sobre franquicias y oportunidades de negocios. Para obtener copias gratuitas, comuníquese con Consumer Response Center, Federal Trade Commission, Washington, DC 20580, 1-877-FTC-HELP (1-877-382-4357), TDD: (202) 326-2502, www.ftc.gov. La FTC trabaja en favor del consumidor para la prevención de prácticas comerciales fraudulentas, engañosas y desleales dentro del mercado y para proveer información de utilidad al consumidor con el objeto de identificar, detener y evitar dichas prácticas. Para presentar una queja o para obtener información gratuita sobre temas de interés del consumidor visite www.ftc.gov o llame sin cargo al 1-877-FTC-HELP (1-877-382-4357). La FTC ingresa todas las quejas relacionadas a fraudes de Internet y sistema de telemarketing, robo de identidad y otras quejas sobre prácticas fraudulentas a una segura base de datos en línea llamada Centinela del Consumidor (Consumer Sentinel) que se encuentra a disposición de cientos de agencias de aplicación de la ley civil y penal en los Estados Unidos y en el exterior del país.

El Estado de Maryland también publica folletos para inversionistas sobre franquicias y oportunidades de comerciales. Para obtener copias o mayor información sobre los requisitos de Maryland acerca de la venta de franquicias y oportunidades comerciales, comuníquese con la Oficina del Fiscal General (Office of the Attorney General), Maryland Securities Division, 200 St. Paul Place, Baltimore, MD 21202, 1-410-576-7042, www.oag.state.md.us, correo electrónico: securities@oag.state.md.us.

GLOSARIO DE TERMINOLOGÍA

Cargo de Administración o Servicio (Management or Service Fee) — cargo que paga el franquiciado para recibir apoyo adicional o continuo, tal como el suministro de clientes adicionales o sustitutos.

Cargo de Regalías (Royalty Fee) — pago específicamente realizado por el franquiciado por el derecho de usar la marca comercial del franquiciador. En la mayoría de los casos, el franquiciado paga este cargo durante la duración del contrato, sin importar las acciones adicionales que pueda o no tomar el franquiciador.

Contrato de Franquicia o Acuerdo de Franquicia (Franchise Agreement or Franchise Contract Agreement) — documento escrito que describe las obligaciones con fuerza jurídica obligatoria entre el franquiciador y el franquiciado.

Costo de Entrada (Franchise Fee) — precio de compra de la franquicia.

Declaración Informativa (Disclosure Agreement) — documento escrito que describe la oferta general de franquicia, incluyendo información

sobre antecedentes del franquiciador, un resumen del contrato de franquicia y una lista de los actuales franquiciados.

Franquiciado (Franchisee) — persona que compra o invierte en una franquicia.

Franquiciador (Franchisor) — persona que vende una franquicia.

FEDERAL TRADE COMMISSION

FOR THE CONSUMER

1-877-FTC-HELP

www.ftc.gov

Publicación producida conjuntamente con la
Oficina del Fiscal General de Maryland