

La inversión, el apoyo más efectivo para la franquicia

Atlanta Inversiones reúne a ocho expertos para desgranar el papel de los inversores en esta fórmula de negocio

¿Qué papel juegan los inversores a la hora de poner en marcha una franquicia? Éstas y otras preguntas han sido analizadas por ocho reconocidas personalidades en un encuentro corporativo organizado por el Grupo Atlanta Inversiones, la compañía especializada en captación de inversores para abrir negocios de restauración a través del sistema de franquicia, y el Grupo Salvia Comunicación. El título de la jornada ha sido “el papel de los inversores en la franquicia”.

La cita ha servido para analizar desde diferentes perspectivas la importancia de la financiación para desarrollar proyectos empresariales, así como debatir la función que desempeñan los inversores en el ámbito de la franquicia. Sus asistentes fueron: Roberto Palencia, Consejero Delegado de Atlanta Inversiones; Carlos Ramos, Director de Relaciones Institucionales y Desarrollo de Negocio de la Sociedad de Garantía Recíproca Avalmadrid; Rocío Belda y Roldán García, abogados de Garrigues; Óscar Gil, Jefe del Departamento Jurídico y Financiero de la franquicia de papelería Carlin; David Rubiato, Consultor de Create Lee Hecht Harrison; Mario Cañizal, Editor Asociado de la revista Restauración News, y Miguel Garvía, emprendedor y miembro de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid. Antonio Gigirey, socio-director de Salvia Comunicación, fue el encargado de moderar este debate-coloquio.

Estos fueron los distintos puntos de vista de cada uno de ellos:

? Roberto Palencia de Atlanta Inversiones considera que “la franquicia tiene unos estándares de retorno de la inversión muy positivos. En cualquier caso, los negocios hay que analizarlos con criterios empresariales y, en este sentido, profesionalizar la gestión aporta una mayor cuota de garantía. En nuestro Grupo captamos fondos e inversores para montar negocios de restauración bajo la fórmula de franquicia, siempre buscando la máxima rentabilidad en las operaciones. Frente al conformismo actual hay que tener optimismo e iniciativa y abrir la mente a nuevas oportunidades”.

? Óscar Gil, de la firma Carlin asegura que “hay franquicias que buscan franquiciados que gestionen el negocio como un autoempleo, mientras que otras son enseñanzas para invertir. En uno u otro caso, la central franquiciadora tiene la responsabilidad de que el franquiciado no fracase”. Además, subraya que “hay que estimular la inversión en franquicia, con grupos como Atlanta, ya que las entidades financieras no están prestando dinero, hay morosidad y la circulación del capital ha descendido de forma notable”. Sobre la coyuntura económica aclara que “es necesario que se solucionen los problemas de morosidad para que la economía se recupere”.

? Rocío Belda de Garrigues señala que “la aportación de un socio capitalista es esencial en la toma de decisiones. El inversor que se involucra en el negocio obtiene buenos resultados, aquel que no sólo busca dividendos, sino que se implica está llamado a tener éxito. El franquiciador debería ayudar al

franquiciado a diseñar el plan financiero”. Asimismo, para Roldán García, también de la firma Garrigues, “los grupos inversores son una opción muy válida, especialmente en estos momentos en los que los bancos tienen un gran problema de apalancamiento financiero”.

? Carlos Ramos de AvalMadrid, defiende que “el modelo de franquicia presenta un aval de resultados, aunque conviene controlar que las vías de financiación no desvirtúen ese modelo. De todas formas, la combinación inversor más franquiciado, más financiación es muy buena fórmula, ya que en España tenemos una dependencia excesiva de las entidades financieras y no estamos tan avanzados a nivel de ayudas financieras como en otros países”. Además, añade que: “el modelo de franquicia presenta el aval de unos resultados ya contrastados. AvalMadrid tiene una experiencia positiva con las franquicias. Eso sí, es importante que las vías de financiación no desvirtúen el modelo de negocio”.

? Mario Cañizal, de Restauración News, “veo con optimismo modelos como el de Atlanta, porque no siempre se franquicia con manuales operativos, y encontrar una cuenta de explotación real y transparente en algunos modelos de negocio resulta extraño. Entidades como el Instituto de Crédito Oficial (ICO), en la práctica no están financiando, con lo que es bueno estimular la entrada de inversores externos en las empresas”.

? Miguel García, emprendedor y miembro de AJE Madrid, puntualiza que “la franquicia es una fórmula de negocio testada, donde la posibilidad de fracaso se reduce, y modelos como el de Atlanta conviene ponerlos en práctica porque generan buenas empresas. Además, actualmente desconfío de la posibilidad real de acceder a financiación en los bancos y creo más en inversores particulares o en grupos de inversión”.

? Finalmente, el consultor David Rubiato argumenta respecto al asunto tratado que “es cierto que en España poner dinero para otros no es algo habitual, por desgracia, pero también es verdad que hay muchos emprendedores que no saben negociar con los bancos cuando les explican sus proyectos. No obstante, cada vez hay más personas que se plantean montar su propio negocio o regresar al mundo laboral como inversores”. Concluye que: “ahora mismo nos llegan casos de profesionales que han sufrido un Expediente de Regulación de Empleo que y se plantean seriamente montar un negocio. Muchos son profesionales altamente cualificados y con capacidad económica”.

¿Quién es ATLANTA INVERSIONES?

www.atlantainversion.com

Es una sociedad de inversión creada para apoyar a las franquicias en su crecimiento, aportando una alta capacidad de inversión, en un periodo delimitado de tiempo, vinculada a la apertura de unidades franquiciadas sin carácter excluyente a cualquier otro plan de aperturas de la central de EL FRANQUICIADOR.

Trabaja desde la detección de oportunidades de inversión, dada su amplia experiencia en este mercado, y en la creación de estrategias de negociación para cumplir los objetivos de inversión y rentabilidad de un proyecto.

Su experiencia activa tanto en los mercados de franquicias, financieros, de construcción y gestión así como en las asociaciones de referencia les permite acceso a información, tendencias, contactos,... sobre los que plantear las propuestas más adecuadas en cada caso, especialmente en INVERSIÓN y GESTIÓN de REDES DE FRANQUICIAS. Además y de acuerdo con el objeto social establecido en sus Estatutos, tiene servicios de consultoría, asesoramiento, diseño y creación de espacios comerciales, así como la gestión y dirección de proyectos de imagen comercial y la creación y gestión de campañas de publicidad y marketing.

SALVIA COMUNICACIÓN - Gabinete de Prensa y RR.PP

Para la gestión de entrevistas, la ampliación de información o el envío de material gráfico no dudes en contactarnos

Maria Tejedor prensa@salviacomunicacion.com

Nuria Coronado nuria@salviacomunicacion.com

Tfno: 91 657 42 81 / 667 022 566

Datos de contacto:

Nuria Coronado

916574281

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Franquicias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>