

«Habrá más de 150 000 empresas franquiciantes en el Perú para el 2030»

En las últimas dos décadas el sector de franquicias en el Perú ha experimentado un notorio crecimiento, impulsado por el desarrollo económico y la dinámica del mercado. Este fenómeno ha llevado a muchas **empresas** a ver en este modelo de negocio una atractiva oportunidad para emprender.

Lee también: ¿Cómo invertir en una franquicia?: paso a paso

Ante esta dinámica del mercado, **Hernán Lanzara**, segundo vicepresidente de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el marco de la 'X Expo & Rueda de Negocios Internacional de Franquicias 2023', organizado por el Centro de Desarrollo de Franquicias de la CCL, proyectó que habrá más de 150 000 empresas franquiciantes en el territorio peruano para el 2030, lo que revela un continuo crecimiento de este sector.

«Las franquicias crean empleo al proporcionar oportunidades de trabajo y ofrecen a los emprendedores la ventaja de ser dueños de su propio negocio sin tener que empezar desde cero. La expansión de las franquicias contribuye al crecimiento económico al abrir nuevas ubicaciones y mercados. Esto no solo impulsa la economía local, sino que también puede tener un impacto positivo a nivel nacional», enfatizó el representante del gremio empresarial.

Además, Lanzara señaló que entre los sectores más destacados por la cantidad de franquicias en nuestro país se encuentran la **gastronomía, la moda, la salud, la estética y la educación**. También, otros rubros como deportes, cafeterías, heladerías y lavanderías.



Franquicias peruanas

En tanto, **Angélica Matsuda**, presidenta ejecutiva de Promperú, indicó que a la fecha hay **19 franquicias peruanas**, ubicadas en 18 mercados internacionales, de las cuales 74 % son marcas gastronómicas, 16 % son marcas de moda y un 11 % son empresas del sector de servicios.

«Las franquicias peruanas se han internacionalizado debido a que han sabido consolidarse en el mercado local y han logrado desarrollar una actividad rentable haciéndolas atractivas para los inversionistas. Asimismo, los empresarios están buscando posicionar sus marcas, obteniendo credibilidad en los inversionistas que han apostado hoy por conceptos peruanos», remarcó la funcionaria.

Asimismo, Matsuda dijo que este modelo de expansión de negocios es muy utilizado en países como **Estados Unidos, España, Brasil, México**, entre otros, y que brindan la oportunidad a los inversionistas en concesionar sus conceptos de marca por un alto grado de adaptabilidad y rentabilidad.

«Quiero felicitar el esfuerzo sostenido de la CCL y al Comité de Franquicias por tratar de crear una cultura para el emprendimiento de negocios en franquicias para brindar información de valor, buscar capacitar empresarios, identificar oportunidades comerciales para el crecimiento de las empresas peruanas», anotó la representante de Promperú.



Startups peruanas en el mundo

Por su parte, **Juan Lazarte**, presidente del Comité de Franquicias de la CCL, sostuvo que en los próximos años se espera que más franquicias peruanas estén con mucho más locales a nivel mundial.

“La mayor parte de las franquicias nacionales se encuentran en mercados como Chile, El Salvador, México, Panamá y Ecuador”, señaló.

También, el representante del gremio de franquicias destacó que el país posee una buena oferta exportable en bienes y servicios, y destacó que cada vez más franquicias de

tecnología y startups peruanas están desarrollándose en otros mercados.

Del mismo modo, resaltó que el Perú es el país que tiene menor deuda pública en América Latina y una moneda estable, por lo cual nos hace atractivos frente al contexto internacional. “Tenemos un país para seguir creciendo en el futuro y dar la bienvenida a la inversión privada”, puntualizó.

En el primer panel, donde se discutió sobre ‘Las franquicias, retos y su nueva realidad en la búsqueda de la expansión en nuevos mercados’, **Santiago Medina**, gerente de franquicias internacionales de Juan Valdez, y Juan David Carrillo, CEO de Elemento 4K, coincidieron en que las franquicias peruanas están ganando más terreno en Colombia debido a que tienen mayor apertura y adaptabilidad con sus conceptos de marca.

Mientras que en el segundo panel sobre ‘La mirada del inversionista: aspectos claves a considerar para invertir en una franquicia extranjera’, **Paul Launois**, socio de Elemento 4K, comentó que los modelos de franquicia de hoy tienen mayor conexión emocional con el **consumidor**.

LEER MÁS:

Nuevas tendencias de las franquicias en el Perú