

La ruta de las franquicias en la nueva normalidad

El Centro de Desarrollo de Franquicias de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), con el apoyo de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), organizaron la VII Expo & Foro Internacional de Franquicias denominada: La nueva ruta de las franquicias: Panorama y retos frente a la nueva normalidad.

Durante el evento, realizado los días 25 y 26 de noviembre, se analizaron la coyuntura actual, el aprendizaje y la visión del futuro de las franquicias en Latinoamérica; así como la adaptabilidad y retos de los nuevos cambios tecnológicos.

La inauguración del evento estuvo a cargo del vicepresidente de la CCL, Leonardo López, quien sostuvo que frente a los cambios que ya comienzan a ocurrir por la pandemia en las diversas actividades de la sociedad, pero sobre todo en el desempeño de la economía por el obligado aislamiento social, se tienen que redoblar los esfuerzos para que estas empresas se adapten a la nueva normalidad que hoy se vive.

Por su parte, el gerente de Exportación de Servicios de PromPerú, David Edery, indicó que los empresarios y emprendedores en Latinoamérica se están convirtiendo en netos productores de franquicias.

Explicó que en el caso de Brasil, el 95% del inventario de sus franquicias son 100% brasileños; en México, el 86%; y en Perú,

el 42% de estas son netamente nacionales.

Panorama actual del rubro

En el panel denominado Panorama actual, aprendizajes y visión del futuro de las franquicias en Latinoamérica, el presidente del Gremio de Franquicias de la CCL, Miguel Ángel Castillo, recordó que en el Perú el 42% de este tipo de empresas proviene del sector gastronomía, el 14% de salud y estética, el 11% de educación y el 8% de deportes, entre otros.

Explicó que en el caso de nuestro país, este sector si tuvo apoyo del Gobierno a través de Reactiva Perú, evitando que de esa manera se corte la cadena de pagos. “Hubo mucha flexibilización también en el tema de los alquileres de inmuebles, pues negociaron y se adaptaron a la coyuntura”, destacó.

Respecto a qué sector de las franquicias se adaptó mejor a esta nueva normalidad, **Castillo refirió que las veterinarias fueron las que más se favorecieron porque no tuvieron mayor inconveniente, pues se incrementaron los servicios que brindaron y los productos de entretenimiento como los Pet Shops.**

Además, explicó que la transformación digital es un punto importante para el desarrollo de estas franquicias. Por ello, mencionó que el medio más importante que hoy están utilizando las empresas para sus negocios es el WhatsApp que, a partir

del 2021 –según Castillo– será de uso masivo.

Por su parte, el presidente de LFM SAS y vicepresidente de la Cámara Colombiana de Franquicias, Luis Felipe Jaramillo, sostuvo que desde el 2012 la industria de franquicias colombiana ha tenido un crecimiento muy significativo pasando de 103 marcas a 569 a finales del 2019. Anotó que este sector ha venido ganando espacios muy importantes, pues por primera vez en el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno se incluyó un acápite especial para este sector.

“En medio de la pandemia realizamos una encuesta donde encontramos que solo el 2,4% de los negocios franquiciados cerraron”, reveló.

A su turno, el presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias, Julio Beleki, informó que en su país existen más de 900 conceptos de franquicias que representan el 4,2% del Producto Bruto Interno (PBI) y aproximadamente 90.000 puntos de venta.

“En México, durante la pandemia el sector de franquicias, así como el empresariado en general, no recibió ninguna ayuda del Gobierno, pues dejó de lado cualquier tipo de apoyo”, apuntó. Sin embargo, explicó que un punto importante que trabajaron, fue el incentivo al consumo para que no se pierda la cadena virtuosa de las franquicias, lo hicieron a través del programa digital ConsumoApoyo, donde a los consumidores se le otorgó descuentos especiales por un año.

Adaptabilidad y retos

Durante el foro se desarrollaron importantes conversatorios como el panel Adaptabilidad y retos de las franquicias: Los principales cambios tecnológicos y el desarrollo de nuevos formatos. Participaron el vicepresidente del Gremio de Franquicias de la CCL y gerente de marketing de Embarcadero 41, Jorge Wong; el socio director de Café Martínez (Argentina), Marcelo Salas; y el gerente general de Helados Bacatá (Colombia), Manuel Galindo.

Mientras que en el conversatorio La transformación de las marcas: Cooperación y competencia para mantenerse, ingresar y retornar a los mercados participaron el secretario técnico de Indecopi, Ronald Gastello; la gerente general de Big Hands SAC (Colombia), Olga Pinzón; y el socio de CBC Abogados (México), Daniel Ochoa.

Finalmente, en el panel Mujer empresaria participaron la propietaria de Bombón Rojo, Martha Gárate; la directora gerente de Corporación Vega, Rosario Torrejón; y la fundadora de Niñeras.com (México), Eréndira Ornelas Loera.