

Mr. Paleta: un caso exitoso de franquicia en el Perú

“El helado del Perú”, así se define **Mr. Paleta**, una empresa que nació en el 2017 bajo el concepto de lucha libre. Los empresarios **Nayib Hende y Daniela Yábar**, emprendedores y esposos, introdujeron al mercado peruano su empresa de **paletas rellenas** con una propuesta novedosa.

Lee también: ¿Cómo abrir una franquicia en Perú y cuánto se necesita para invertir?

Descubre la historia detrás de **Mr. Paleta**, una empresa que ha evolucionado desde sus modestos comienzos hasta convertirse en una emocionante franquicia que abarca una parte del país. Lo que comenzó como la visión de ofrecer helados 100 % naturales ha florecido en una experiencia compartida gracias al modelo de franquicia.

Nayib Hende, gerente general de **Mr. Paleta**, cuenta que comenzaron con una tienda en Chiclayo, un catálogo de 8 sabores y, años más tarde, convirtieron su marca en una franquicia.



¿Qué se necesita para abrir una franquicia aquí en el Perú?

Siento que, a veces, toman muy a la ligera la palabra franquiciar. Veo que hay negocios que no están ni estructurados y los quieren volver **franquicia**. Siento que la clave es la estandarización, los procesos tienen que estar bien establecidos, porque gracias a esos procesos vas a tener manuales de operación y vas a tener una estructura de cómo se va a manejar el negocio.

Te cuento un poco de nuestra historia. Yo soy ingeniero industrial, por lo que soy muy parametrado en los procesos, y a pesar de eso, gracias al apoyo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), hemos detectado puntos que no estaban estandarizados como sí pensé que lo estaban, y eso nos ayudó a crecer y a mejorar como marca, pero teníamos una base. Siento que si alguien se lanza a querer franquiciar y no tiene la base necesaria, se le va a complicar.

¿Qué requisitos se necesitan para franquiciar una empresa en el Perú?

Necesitas pasar por ciertos procesos, algunos filtros y requieres, definitivamente, el apoyo de empresas consultoras y una entidad de respaldo como la Cámara de Comercio de Lima. Porque no basta con que alguien salga al mercado y diga, estoy vendiendo mi marca.

También es importante mencionar que para una entidad gremial como la **CCL** te dé su respaldo, debes ser una empresa formal, tener una empresa estructurada y tener un panorama claro de cómo vas a hacer las cosas una vez que franquicies.

¿Cómo la Cámara de Comercio de Lima ayudó a franquiciar la marca Mr. Paleta?

La invitación la recibimos por la misma **CCL**. Nos recomendaron una empresa consultora que nos ayudó con la profesionalización de la marca, luego tuvimos reuniones, hemos ido perfeccionando los procesos, puliendo los manuales y viendo cuál va a ser la estrategia de venta, porque a las finales tienes que enamorar al cliente. Incluso para vender una franquicia es más complicado porque estás hablando de montos más altos, pero, además, porque tú le estás asegurando al inversionista una rentabilidad que tienes que cumplir y tienes que hacer lo imposible para que funcione.



¿Cuánto tiempo te tomó franquiciar Mr. Paleta?

Unos seis meses aproximadamente.

¿Cuándo decidiste crear tu empresa lo hiciste con la proyección de franquiciar la marca o la idea nació en el camino?

Es el sueño de toda marca. Yo comparo tener una empresa como si fuera tu propio hijo. Un ejemplo, si tu hijo es un tenista, vas a querer que vaya a los campeonatos mundiales y que sea el número uno en el mundo. Lo mismo sucede cuando uno empieza una empresa, tiene ese sueño y piensas, algún día voy a ser mundialmente conocido y voy a tener tiendas en todo el mundo.

Al inicio, no necesariamente dices es mi sueño franquiciar, pero en el camino te das cuenta de que para poder estar en todo el mundo necesitas el apoyo de inversionistas, ¿y cómo te

dan ese apoyo? Tienes dos opciones, compran tu franquicia o se suman como accionistas.

¿Qué recomendarías a los empresarios que aún no se animan a franquiciar su empresa?

Franquiciar tu empresa ayuda a que ordenes aun más la **parte interna del negocio** y te des cuenta de que, tal vez, lo que tú pensabas que tenías estructurado, no lo tenías tan bien definido.

Pero la decisión final de franquiciar o no la marca, siento que es una decisión muy personal del empresario, porque, a veces, es como una corazonada y sientes que ha llegado el momento y estás preparado para franquiciar.

LEER MÁS:

Cómo convertir tu empresa en una franquicia exitosa