

Nuevos emprendedores apuestan por franquicias low cost

Las franquicias de bajo costo, conocidas como **low cost**, vienen ganando mayor aceptación entre los nuevos emprendedores peruanos debido a su menor monto de inversión y bajos costos operativos comparados con los de una franquicia tradicional.

Así lo sostuvo Juan Lazarte, presidente del **Sector Franquicias del Gremio Servicios de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)** quien indicó que las modelos **low cost** representan hoy el 34 % del mercado de franquicias peruano, con más de 156 marcas operando en este formato.

“Estos negocios son ideales para los nuevos emprendedores o los que cuentan con poco capital”, sostuvo.

Según Juan Lazarte, el monto de inversión de este modelo de negocio no supera los US\$ 20 000, teniendo como principales ventajas su bajo riesgo y rápido retorno de inversión (no mayor a un año).

Entre los negocios **low cost** más dinámicos son los carritos de comida, servicios de belleza móvil, negocios desde casa, algunos kioscos, etc.

Franquicias de inversión media y alta

En el mercado peruano también operan las franquicias de inversión media, con montos de inversión que oscilan entre los US\$ 20 000 y US\$ 100 000, siendo una opción atractiva para inversionistas con cierta experiencia o recursos moderados. Este tipo de negocios incluye cafeterías, minimarkets,

gimnasios pequeños, academias y centros educativos.

“Su ventaja competitiva radica en ofrecer una mayor estructura, soporte y reconocimiento local, sin exigir un capital excesivo. Además, presentan un balance entre riesgo e independencia operativa, ideal para quienes desean una franquicia con proyección sin asumir los retos de una gran empresa”, subrayó Juan Lazarte.

Asimismo, para aquellos que disponen de un capital superior a los US\$ 100 000, las franquicias de alta inversión ofrecen modelos consolidados como cadenas de restaurantes, clínicas, supermercados, hoteles y universidades.

El representante gremial afirmó que este tipo de negocios garantiza una mayor rentabilidad, soporte técnico y reconocimiento de marca, siendo ideales para empresas, grupos inversores o emprendedores con alto capital. No obstante, precisó que estas requieren de una operación más compleja, aunque ofrecen retornos más sólidos a largo plazo.

LEA TAMBIÉN: Gastronomía y digitalización impulsarán ventas de franquicias en 4,3 % este año

Nuevas tendencias postpandemia

Por otro lado, el especialista señaló que, tras el impacto de la pandemia, las franquicias tradicionales han tenido de adaptarse ante la demanda de emprendedores peruanos que ahora buscan modelos más flexibles, de menor riesgo, sostenibles y altamente adaptables al entorno digital.

“Esta tendencia ha venido para quedarse, especialmente en mercados como el peruano, donde los emprendedores buscan negocios adaptables y de menor riesgo”, indicó.

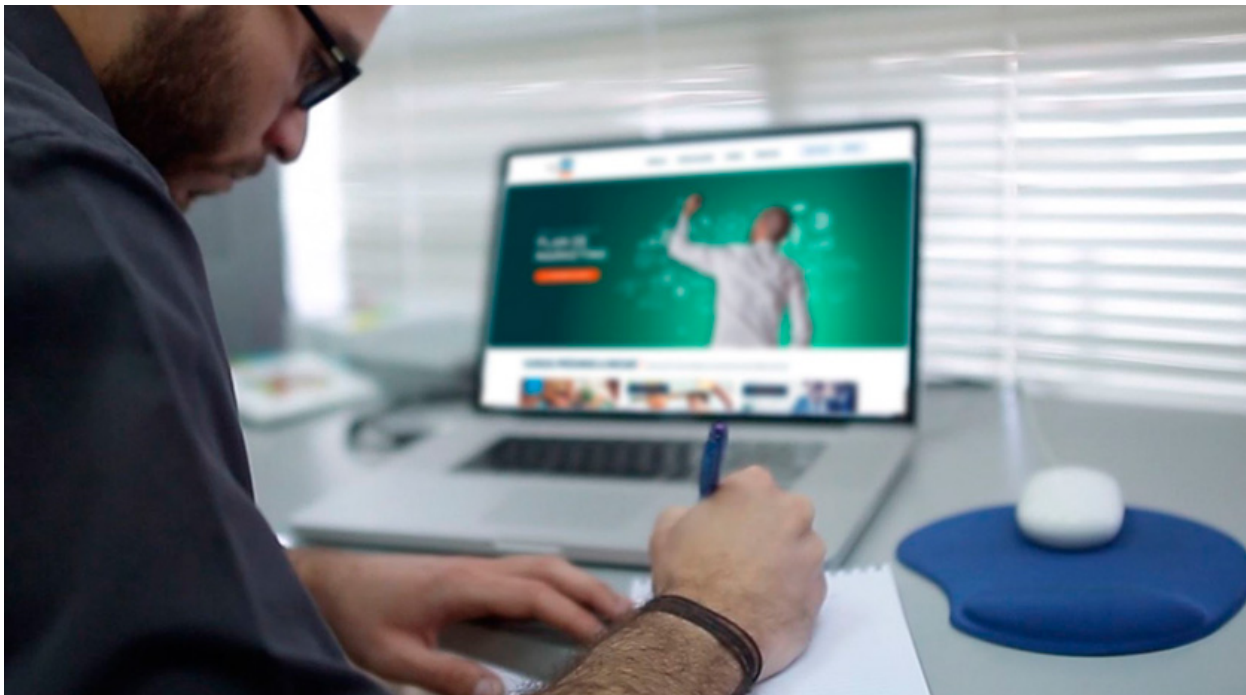
Entre las principales tendencias postpandemia destacan:

Modelos móviles y sin local fijo: negocios como *food trucks*, kioscos móviles y servicios a domicilio han ganado terreno por su bajo costo operativo y rápida implementación.

Franquicias digitales o 100% online: plataformas de educación virtual, servicios financieros digitales y marketing digital permiten operar desde casa, con mínima inversión inicial.

Dark kitchens y delivery: restaurantes que funcionan exclusivamente a través de *apps* de reparto están en auge, especialmente por su alta rentabilidad sin necesidad de un local físico.

Servicios híbridos y remotos: modelos como *coworkings*, consultorías virtuales, terapias online y formación digital, continúan creciendo gracias a la consolidación del trabajo remoto.



Franquicias con propósito social o sostenible: marcas

ecológicas, de impacto social o que promueven hábitos responsables están captando cada vez más la atención de consumidores conscientes.

LEE MÁS:

Ventas de franquicias crecerían en 4,3 % en el 2025

Inversiones en franquicias: un modelo en auge para 2025

Las mejores herramientas digitales para emprendedores