Sector franquicias crecería entre 2% y 5% este año

Desde el inicio de la pandemia, en marzo del 2020, generada por la COVID-19, diversas actividades productivas fueron fuertemente afectadas, entre ellas el sector franquicias.

Este modelo de negocio -de suma importancia en el mercado peruano- se da a través de un contrato entre una persona física o jurídica (franquiciante) quien otorga el derecho a un tercero (franquiciado) de utilizar su marca y trabajar bajo su mismo sistema comercial.

Según el director de Promoción de las Exportaciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), Mario Ocharan, el 2020 fue un año difícil para las franquicias en el país debido a que están relacionadas directamente con el consumo de bienes y servicios, el mismo que fue afectado por las restricciones sociales y el confinamiento.

"Si revisamos años anteriores vemos que el desempeño del sector crecía anualmente a dos dígitos", advirtió. **No obstante, para el 2021 Ocharan estimó que, pese al contexto de pandemia, el sector franquicias en el Perú podría registrar un crecimiento entre 2% y 5%, valores que podrían alcanzar también a las unidades franquiciadas.**

"Este sector venía creciendo a una tasa anual del orden de 17% hasta el 2019. No obstante, todavía no sabemos en cuánto hemos

cerrado el año pasado, pero obviamente no alcanzará los niveles de años atrás”, comentó.

▶ La ruta de las franquicias en la nueva normalidad

▶ Mario Ocharan: “Exportaciones se recuperarán fuertemente en el 2021”

Impacto de las vacunas

Por otro lado, **Ocharan sostuvo que no se debe olvidar que todavía persiste una fuerte incertidumbre sobre la pandemia, pero que si se logra una vacunación masiva eficaz el efecto será significativo para la economía.**

“Creemos que si la vacuna contra la COVID-19 llega a más personas será un detonador importante, no solo para el mercado internacional sino también para el local, cuyo impacto será importante para el crecimiento de todas las actividades productivas”, expresó.

Agregó que hay que destacar que la industria de las franquicias es un gran dinamizador del empleo, pues actualmente da trabajo a 38.000 peruanos de manera directa.

Impulso en el exterior

Respecto a la internacionalización de las franquicias, Ocharan manifestó que desde PromPerú realizan esfuerzos para que más empresas peruanas exporten sus modelos de negocio e ingresen a distintos mercados.

“Para este año contamos con varios instrumentos y espacios, a fin de que nuestras franquicias puedan internacionalizarse, pues su modelo de negocio es muy potente”, refirió.

Precisamente, dijo que para alcanzar ese objetivo, la institución – en alianza con el sector privado– tiene programado participar de manera virtual en distintas ferias y misiones comerciales en Latinoamérica y Europa.

Entre ellas destaca la Feria Internacional de Negocios y Franquicias (Fanyf), en Colombia, que en coordinación con la Cámara de Comercio de Lima (CCL) espera contar con la participación de 10 empresas peruanas.

Igualmente participará en la VIII Expo y Rueda de Negocios Internacional de Franquicias organizado por el Centro de Desarrollo Empresarial de Franquicias de la CCL, evento que PromPerú viene apoyando desde el 2014 y que a la fecha ha logrado negocios cercanos a los US$ 18 millones.

“Seguiremos trabajando junto a la CCL, donde nuestra tarea en

este encuentro será identificar contratantes de Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia, a fin de seguir internacionalizando a más franquicias peruanas", refirió.

Sostuvo que este evento significa para PromPerú un buen ejemplo de la colaboración pública- privada, sinergia que debería existir siempre. Al respecto, anotó que para este año se estima que la VIII Expo y Rueda de Negocios Internacional de Franquicias podría lograr negocios a niveles similares de años anteriores, que fluctúan entre US$ 2 y US$ 3 millones.

"A diferencia a otras ediciones, hoy la brecha digital se ha acortado, esto va a facilitar nuestra tarea de seleccionar el perfil de las empresas interesadas, tanto del contratante como del franquiciante, para así –a través de plataformas digitales y el respaldo de nuestras Oficinas Comerciales en el Exterior (OCEX)– lograr una buena conexión de negocios", remarcó.

Explorar más mercados

Si bien las franquicias peruanas tienen mayor presencia internacional en el mercado latinoamericano, también se debería explorar otros destinos. Por ello, Mario Ocharan sostuvo que la Costa Oeste de Estados Unidos podría ser un buen mercado para nuestras franquicias, ya que no tenemos mucha presencia con este modelo de negocio.

Igualmente, en Europa no solo hay que tener interés por España, sino dirigirnos a más países de Europa Central y del

Asia, específicamente de la zona sudoeste.

“Creemos que este modelo de negocio se puede seguir potenciando y promoviendo con instituciones como la Cámara de Comercio de Lima, para así salir de las habituales fronteras comerciales y seguir explorando más mercados”, mencionó.

Sobre el número de franquicias, Ocharan estimó que en este año se va a mantener. En el Perú operan un total de 210 franquicias, donde 110 son peruanas y 100 son extranjeras.

Los sectores con mayor representatividad son gastronomía con 40% de participación, seguido de los servicios de estética y salud (30%) y moda (15%). “Estos tres sectores son los abanderados de nuestras franquicias, siendo nuestra gastronomía una de las más reconocidas en el mundo”, afirmó.

Finalmente, señaló que hay sectores que están avanzando en la industria de franquicias, entre ellos tenemos algunas líneas de negocios en el rubro de artesanía y bisutería, cuyo valor podría tener mayor incidencia en el mercado local.

Igualmente, dijo que hay oportunidades para las líneas de negocios enfocadas al sector de indumentaria como ropa de baño u otras prendas. “Hay mucho potencial para que los rubros se vayan diversificando, ello en la medida que se abra nuevamente la economía”, anotó.