

NOTICIAS A UN CLIC

Claro y Movistar bajan la nube a las pyme

La marca de vehículos Scania pretende obtener el 20% del mercado de buses

"Habrá una plataforma de publicidad en Instagram en octubre": Sandra Quintero

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

✉ Mail

Martes , Junio 30, 2015

Clases de emprendimiento y boutique de vinos, entre las franquicias más curiosas



Bogotá Entrenar a los niños en temas de emprendimiento y creación de compa as, tener una boutique de vinos, purificar agua, y enseñar ballet y natación, son algunos de los nuevos y curiosos ejes de negocio que tienen las franquicias, que a través de su modelo, buscan más mercado y ganar inversionistas.

Estas compa as, que incursionan en nuevos segmentos, que incluso podrían pensarse para muchos como 'raros' o innovadores, estarán presentes en la novena versión de la Feria Andina de Negocios en Expansión y Franquicias (Fanyf) que arranca hoy en Corferias y que tiene como meta mover transacciones por alrededor de US\$12 millones.

Esta rueda de negocios tendrá la participación de marcas tanto en los sectores de comercio y restaurantes, que reúnen 38% y 36% del total del mercado de las franquicias, aunque habrá una extensa muestra en el resto de rubros entre los que est n belleza, educación y servicios, que tienen 26% de la torta representativa de estas empresas en el país.

Entre las nuevas franquicias aparecen Business Kids, firma mexicana que enseña a los más chicos cómo ahorrar y crear su negocio; enoGarage, firma argentina que se especializa en la venta de vinos de alta calidad; Aqua-tots que enseña natación a los niños; Placas San Francisco, que trabaja en reparación y remodelación de viviendas; el gimnasio personalizado Fast Fit y Redpro, una compa a de seguridad infantil que adecua balcones y ventanas.

Según Luis Felipe Jaramillo, presidente de Colfranquicias y uno de los responsables de Fanyf, este tipo de negocio se est  dinamizando y creciendo en el país, por lo que cada año suma nuevas empresas que innovan en sectores como servicios y educación, dado que siempre habrá oferta en segmentos convencionales como ropa, calzado y restaurantes.

Este año se registraron 100 franquicias, de 80 proyectadas en Fanyf, que provienen de países como México, Estados Unidos, Venezuela, Uruguay, Argentina, España y del estado asociado de Puerto Rico, entre otros.

Los expertos señalan que este modelo de negocio tiene éxito porque trabaja directamente con el consumidor final. Por ello, de 8.900 locales en todo el país, que representan a 580 marcas comerciales, 4.272 son colombianos.

Raúl  vila, profesor de industria de la Universidad Nacional, resaltó que las franquicias encabezan la fórmula del éxito de grandes compa as que buscan establecerse en un lugar a raíz del libre comercio.

"Además, estas inversiones extranjeras generalmente ofrecen más empleo y dinamizan la economía", sostuvo el experto.

Cabe recordar que las naciones con más franquicias en suelo colombiano son Estados Unidos, España, México y Panamá. Estos mercados, y otros, importarán algunas marcas de comida como Quiznos sub, Llaollao, Dairy Queen y Sushi Itto, este año.

El monto para adquirir una franquicia puede iniciar desde \$8,5 millones y puede superar \$300 millones. Analistas recomiendan que antes de invertir, los interesados deben calcular cuánto pagarán por la representación de la marca, cuántos empleados tendrán y cuándo alcanzarán punto de equilibrio.

No solo los centros comerciales apuran expansión

De acuerdo con un estudio de Colfranquicias, las grandes marcas que llegan generalmente se expanden a través de centros comerciales y abren entre 100 y 300 tiendas en el país. Además, esos locales tienen entre 30 y 200 metros cuadrados. No obstante, según Luis Felipe Jaramillo, presidente de la entidad, las nuevas franquicias están buscando espacios comerciales en calles representativas de la ciudad en las que puedan tener un contacto directo con los consumidores. Raúl  vila, profesor de industria de la Universidad Nacional, resaltó que esto se debe a que las nuevas franquicias que llegan están buscando capturar nuevos nichos de negocio como los niños.

Las opiniones

Luis Felipe Jaramillo

Presidente de colfranquicias

"Colombia está creciendo muy rápido en el mercado de franquicias frente al resto de América Latina. Aún no estamos a la par de Argentina pero vendrán más aperturas".

Raúl Ávila

Profesor de industria de la Universidad Nacional

"Todav  existen muchos nichos que generan un mercado especializado como en el tema de servicios, educación y salud. Las marcas le apuestan a esos consumidores".