

Lunes, Mayo 23, 2016

Cosechas quiere completar 520 puntos este año

La aerolínea VivaColombia celebrará su cuarto aniversario y completará 32 rutas

Un hogar gasta \$243.000 en cada visita a supermercados mayoristas

Mazda, la automotriz que más creció en ingresos en 2015

Facebook

Twitter

Google +

LinkedIn



Bogotá_ Lo que inició en 2008 en Costa Rica como resultado de una laureada tesis de grado, se convirtió en Cosechas, todo un negocio de bebidas saludables que pretende colonizar los mercados de Panamá y Colombia. Al país llegó hace tres años y medio y, bajo el modelo de franquicia, ya ha conseguido abrir 412 puntos de venta ubicados desde San Andrés hasta Quibdó.

En entrevista con LR, León David Echandía, gerente de la firma, comentó que el objetivo es completar 520 tiendas al cierre de 2016 y llegar a facturar \$100.000 millones en ventas.

¿Cómo inició el negocio en Colombia?

Cosechas es una idea de un costarricense. A Colombia llegó hace tres años y medio mediante el hermano del creador, alguien con visión comercial que decidió probar suerte en este país. Replicó el negocio en Medellín, empezó con una tienda y rápidamente abrió cinco más y así siguió creciendo.

¿Cuál es el modelo de negocio que tienen?

Debo decir que es un negocio bastante incluyente, en el que las personas tienen acceso a operar una tienda o a desarrollar una zona, estos últimos pueden tener subfranquiciados. Esto siempre ha funcionado bajo la supervisión de la franquicia máster que somos nosotros, quienes autorizamos la ubicación de cada punto.

¿Cuánto vale cada franquicia?

La consecución de una tienda, tanto de la parte intangible como de los activos, puede estar entre \$70 millones y \$80 millones. Esto significa adquirir el intangible a ese tercero que lo tiene o a la máster, la franquicia es quien hace el montaje físico de las tiendas. Vale tener en cuenta que hay ciudades más costosas que otras, en Bogotá por ejemplo se está vendiendo a \$35 millones, en promedio, el intangible, pero hay otras en que se vende a \$25 millones.

¿Cuántos puntos tienen y en qué ciudades están?

Las cifras cambian todos los días, es una marca dinámica. A la mitad de mayo teníamos 412 puntos que están distribuidos en buena parte del territorio nacional, para destacar algunos: en Antioquia tenemos 160 locales; en Bogotá 78; en Cali 71; en el Eje Cafetero cerca de 26; en Ibagué 17; en Barranquilla 10; en Bucaramanga nueve; también estamos en Villavicencio, Yopal, San Andrés, Popayán, Montería, Quibdó.

¿Y cuántos piensan tener al cierre de este año?

A diciembre, el objetivo es llegar a las 520 tiendas.

¿Cuál será la próxima ciudad de apertura?

Pasto, abriremos en dos meses. Esta franquicia será de operación directa.

¿Cuántos batidos saludables venden al mes?

Todas las franquicias comercializan, en promedio, 1,6 millones de batidos mensuales.

¿Y en monto anual, cuánto facturan?

De toda la marca, estamos hablando de cerca de \$42.000 millones.

De ese total, ¿cuánto le corresponde a los franquiciados?

Nuestro modelo es diferente. Somos quizá la única franquicia que no le cobra regalías a sus franquiciados. Es decir, la franquicia lo único que percibe es el costo de la distribución de los insumos y el valor de los montajes de las tiendas. La utilidad, en su totalidad, es de los franquiciados.

¿Cuánto esperan crecer este año?

La meta es llegar a facturar \$100.000 millones.

¿De dónde sacan los insumos?

Nosotros tenemos una planta de producción en la que elaboramos algunos de ellos; otros son insumos que importamos, y unos terceros son de proveedores estratégicos.

¿Dónde está ubicada la planta y cuánta es su producción?

Está en el municipio de La Estrella en Antioquia y su producción, en promedio, puede ser de entre 800 y 1.000 toneladas mensuales.

¿Por qué apuntarle al mercado saludable?

Porque ahí vemos una necesidad de la población. Nosotros queremos contribuir con un producto que tenga un beneficio para el consumidor, cambiando sus hábitos de ingesta de gaseosas y otras bebidas.

Sellaron un acuerdo con CremHelado

La costarricense Cosechas selló un acuerdo con CremHelado. "Acabamos de hacer una alianza con Meals de Colombia para que CremHelado sea nuestra marca de helado para usar en las franquicias. En ese orden de ideas, también estamos trabajando con grandes compañías del mercado que nos permiten generar más confianza", comentó el gerente de la marca. Ese acuerdo, que no se cerró con algún monto, también incluye el monitoreo de la distribución a nivel nacional del total de las tiendas Cosechas.

Las opiniones

Santiago López

Director de la cámara de bebidas de la Andi

"En producción, el crecimiento del sector fue de 4,7%, dato positivo si se compara con la industria manufacturera. Las ventas crecieron 8,3%".

Carlos Rodríguez

Especialista en empresas

"Hay un boom de alimentos y bebidas saludables. Las firmas extranjeras se asocian para llegar al país o lo hacen mediante franquicias".