

Empresas

NOTICIAS A UN CLIC

"Eliminación de la visa Schengen y el e-commerce nos hicieron crecer 25%"

Air Europa transportará 95.000 pasajeros en los primeros seis meses de la ruta Bogotá-Madrid

Los usuarios de planes de datos móviles aumentaron 29% en 2015



Facebook



Twitter



Google +



LinkedIn

Miércoles , Junio 29, 2016

Locatel se reordena y se concentra en Bogotá



Bogotá_ La cadena de tiendas de origen venezolano Locatel inicia una nueva etapa que se podría definir con la popular frase: pone en orden la casa. Tras terminar la relación con los anteriores gestores de la franquicia, la compañía cerró dos tiendas y está enfocada en su operación en Bogotá, pero no descarta oportunidades en ciudades capitales e intermedias. Así lo señaló en entrevista con LR su presidente, Antonio Vásquez.

¿Cuál es el balance desde que Venezuela volvió a tomar la representación de la marca en Colombia?

El balance es muy positivo, aunque este no se haya traducido por el momento en un incremento en el número de tiendas. Como aspectos más destacables hay que resaltar que se han cerrado las tiendas que no iban a ser rentables, dos en concreto. Se han abierto otras tantas que ya han alcanzado el punto de equilibrio y se ha normalizado la situación con proveedores, haciendo frente después de las deudas que dejaron las franquicias que cerraron y los anteriores gestores; y se ha reorganizado la máster franquicia, trabajando en los recursos y los procesos para acometer el plan de expansión previsto.

¿En qué consiste este plan de expansión y en qué ciudades?

La expansión la dirigimos a Bogotá y a las principales ciudades sin menospreciar ninguna oportunidad que pudiera aparecer en ciudades intermedias. De hecho, la primera apertura fuera de Bogotá ha sido en Cartagena.

¿Qué otros proyectos tienen en mente?

De momento y como parte de la reestructuración de la máster franquicia, su evolución hacia un modelo de prestación de servicios hacia los franquiciados y el desarrollo de nuevos canales de venta, estamos más centrados en temas tecnológicos.

¿Cómo les fue en 2015?

Fue un año difícil, se produjo el cierre de la tienda más importante de la empresa, que era propiedad de los anteriores gestores de la marca en Colombia, y el resto de tiendas solo creció 10%. Esto, como consecuencia de unas relaciones no consolidadas con los proveedores.

¿Cuántas referencias de productos manejan y cuál es su porcentaje de importación?

Manejamos 12.000 referencias de las que nosotros importamos directamente a través de nuestra distribuidora GLX alrededor de 300 productos. Este último número se va incrementando en la medida que el Invima nos va aprobando los registros sanitarios solicitados. En este momento, unos 80 productos están en fase de aprobación.

¿Cómo les ha ido con el alza del dólar?

Como importadores los impactos principales han sido los lógicos en estos casos y se ha visto un incremento de precios, por debajo de la devaluación. Ha habido un estrechamiento de los márgenes. Para el caso de productos comprados en Colombia pero fabricados en el exterior, el impacto es el mismo pero añadiría el desabastecimiento en algunos casos; y en otros se dejaron de importar algunos productos por falta de rentabilidad.

¿Cuál de los países donde hacen presencia lidera en ventas?

Venezuela, donde existen 65 tiendas.

¿Con cuántas sedes terminaron 2015 en Colombia?

12 sedes, es decir, dos más.

¿Cuándo ofrecerán más franquicias?

Después de los resultados de la primera administración, el modelo que estamos siguiendo es el de explotación propia a través de una de las franquicias, quien a su vez es socio de las operaciones de la máster franquicia en Colombia.

La opinión

Carlos Rodríguez

Profesor Experto en Empresas de la Universidad Nacional

"Abrir el mercado para un nuevo producto extranjero en las condiciones que se tienen en los mercados internacionales no es fácil para los gestores de franquicias locales".