

NOTICIAS A UN CLIC

Los viajes en Uber se podrán pagar con tarjeta débito y efectivo

Siete de las 15 constructoras más grandes de Europa operan localmente

"La transformación digital inicia y termina con el cliente": Presidente de Claro

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

in LinkedIn

Sábado, Agosto 27, 2016

Alsea abrirá 40 tiendas Starbucks en los próximos tres años



Bogotá_ Dicen que los recién nacidos no deberían tomar café. Sin embargo, con apenas dos años de edad en Colombia la marca Starbucks intentará tomarse las principales ciudades del país con una explosión de 40 tiendas nuevas para 2019. LR dialogó con Germán Ramírez, director en Colombia de Alsea (compañía mexicana que tiene la franquicia de la marca estadounidense en el mercado local), sobre las aperturas de tiendas de café en Medellín y los planes para las demás marcas que la empresa tiene en su portafolio.

Recientemente asumió la dirección de Alsea Colombia, ¿cuáles son sus planes?

Los planes para Colombia son de crecimiento. Tenemos en este momento cinco marcas como Domino's Pizza, Burger King, Starbucks, P.F. Chang's y Archie's, que la adquirimos hace cinco meses. Con cada marca tenemos un plan estratégico de crecimiento para llegar a tomar el liderazgo en cada una de las categorías. En este momento estamos elaborando el plan para los próximos tres a cinco años.

¿Cómo le fue a Alsea en ventas en Colombia durante 2015?

Nos fue muy bien el año pasado, tuvimos un buen crecimiento en ventas. Estuvimos en el proceso de la adquisición de Archie's, lo cual fue muy importante para la compañía.

Colombia es una gran apuesta para Alsea, es un país con un consumo importante, interesante; y de los lugares donde operamos, es el de mayor potencial de crecimiento. Por eso se dio la compra de Archie's en Colombia. Tenemos marcas líderes en sus categorías y otras que hasta ahora están empezando. Estamos apostando al crecimiento para convertirlas en las primeras. El grupo Alsea en Colombia tiene todavía mucho por crecer.

¿Cuál es la meta de crecimiento para 2016?

La meta de crecimiento para 2016 y los próximos cinco años es un mínimo de 15%, esa es la expectativa que tienen nuestros inversionistas y con nuestra casa matriz tenemos ese compromiso, lo venimos cumpliendo a pesar del entorno macroeconómico.

La meta es poder superar ese crecimiento ya que tenemos una gran oportunidad de crecer en algunas marcas. Nuestro proyecto es consolidarlas; acabamos de adquirir Archie's y la estamos integrando al modelo Alsea. La idea es potenciar la marca aún más, pero por ahora enfocados en las cinco marcas que tenemos.

¿Cuál es el balance de Starbucks desde su llegada al país?

A Starbucks la lanzamos hace dos años, tenemos 10 tiendas en Bogotá hasta ahora, y viene cumpliendo las expectativas. La marca tiene una gran propuesta de valor. A parte del mejor café del mundo, tiene una experiencia memorable para los consumidores y en Colombia ha tenido muy buena acogida.

Realmente el consumidor colombiano, que conoce mucho de café y que conocía la marca, la ha recibido muy bien. Eso nos ha permitido reforzar el compromiso que tenemos con la marca en Colombia. Próximamente estamos abriendo nuevas tiendas en otras partes del país.

¿Cuál es la expectativa que tienen con la apertura del Starbucks en Medellín y a qué otras ciudades del país llegará la marca?

La expectativa en Medellín es altísima, así como tuvimos una muy buena recepción en Bogotá, nuestra apuesta es poder entrar al mercado paisa. Sabemos que en Medellín hay una cultura cafetera muy importante. Nuestro socio estratégico Nutresa está allí, es una gran oportunidad. La próxima semana estamos haciendo la apertura de la primera tienda cerca a El Poblado en Medellín, en lo que llaman la Milla de Oro y será de 150 metros cuadrados. Es una muy buena ubicación y nuestro plan es hacer muchas más aperturas en Medellín.

Para las siguientes ciudades importantes también tenemos un plan, nuestra meta es tener 50 tiendas en los primeros cinco años de operación, que fue nuestro compromiso cuando hicimos el lanzamiento.

En Medellín por lo menos vamos a abrir tres tiendas en los próximos seis meses. Tenemos el proceso de selección de locales para poder estar donde los consumidores lo necesiten. Conquistamos Bogotá, vamos por Medellín y después vamos por las otras ciudades. Seguimos con nuestro plan inicial: ya aquí en Bogotá abrimos con formatos de tiendas grandes y según las cuentas tenemos que tener una explosión de tiendas de 40 puntos en tres años.

Burger King pasa por una reorganización con la otra empresa que tiene la franquicia, ¿cuál es la situación de la marca del lado de Alsea?

Por el lado de nosotros está bien. Tenemos la franquicia para la ciudad de Bogotá, donde tenemos 16 restaurantes con un plan de expansión y crecimiento. El otro franquiciante, como bien saben, ha pasado por algunas dificultades financieras que les corresponde a ellos comentar sobre eso. Nosotros estamos sólidos aquí en Bogotá. Trabajamos como equipo porque representamos la misma marca, pero ellos tienen su propia administración. Con Burger King, a Alsea le está yendo bien.

¿Han pensado llevar a Archie's a los otros países donde tienen presencia?

Todavía es prematuro. Lo primero es integrar la marca al modelo Alsea. Una vez tengamos la marca integrada podríamos empezar a pensar en exportarla. Evidentemente hay la oportunidad porque la marca ya es de Alsea y tenemos la potestad para poderla llevarla a otros países.

Ustedes tienen otras marcas como Vips, Italianni's y The Cheesecake Factory, por nombrar algunas. ¿Piensan traer nuevas marcas de Alsea a Colombia?

Por ahora el foco es mantener y mejorar la operación en las cinco marcas que hay, ya veremos si las otras marcas que tenemos pueden venir al mercado colombiano.

El perfil

Germán Ramírez es ingeniero mecánico de la Universidad de los Andes con un MBA en negocios internacionales del Tecnológico de Monterrey. Tiene cerca de 20 años de experiencia en posiciones gerenciales en compañías como Procter & Gamble, Belcorp, Alpina y Cruz Verde en países como México y Venezuela. Desde el 1 de julio de este año es el director para Colombia de Alsea y es responsable de un mercado que tiene 140 tiendas y cinco marcas.

La opinión

Raúl Ávila

Experto en industria de la Universidad Nacional

"Alsea ha encontrado un nicho de negocio en Colombia con una marca como Starbucks, que ha tenido una buena respuesta del público".