El Estudio Canudas líder en el segmento de Exportación de Franquicias presenta este panel de Consultores latinoamericanos

Estudio Canudas

CONTADORES PUBLICOS
CONSULTORES EN FRANCHISING

“Las ventajas de los países latinoamericanos para las Franquicias Argentinas”

- El **Estudio Canudas** hace 15 años que está involucrado en el mercado de las franquicias.
- Desde el año 2006 ha incursionando los mercados Internacionales, principalmente los Iberoamericanos.
- Argentina es un referente indiscutido en materia de diseño, moda y gastronomía.
- Miembro de Front Consulting Group
- http://exportandofranquicias.wordpress.com/
- Investigación de Mercado
- C.E.F.A. (Consorcio de Exportación de la Franquicia Argentina)

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Perú

Consultor: **Dr. Luis Kisser,** Presidente de la Cámara Peruana de Franquicias

FRONT CONSULTING GROUP

Alianza de Consultores Latinoamericanos en Franquicias

• En últimos cuatro años el mercado de franquicias en Perú viene experimentando un dinamismo interesante.

Las franquicias nacionales crecen un 30% por año.

El número aproximado de franquicias son de 150 donde las extranjeras representan aun el 65% del mercado.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

"El empresario peruano cada vez más está tomando conciencia de la existencia de la franquicia como modelo de expansión de negocios y a su vez como una vía de canalizar su emprendimiento mediante una inversión con riesgo controlado".

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Situación socioeconómica del país

- Perú presenta un panorama estable en el ámbito socio económico

Se estima que el crecimiento real de la economía alcanzará un 6% en el 2010

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Su mercado para Argentina

La oferta de franquicias nacionales aun es limitada en cuanto a su número y rubro, ya que el 80% son de restauración lo hace limitada y brinda una oportunidad clara para las enseñas argentinas de rubros diferentes.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Hábitos de compra de los consumidores de Perú

- En centros comerciales se encuentra la mayor cantidad de consumidores.
- Boom en Centros Comerciales; Construcción; Minería; Strip Malls.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Listado de rubros donde podría caber una Franquicia Argentina

- **Gastronomía**: Heladerías y parrillas.

- **Indumentaria**: en general femenina, masculina, calzados y niños.

- **Servicios**: Capacitación, cosmética.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Chile

Consultor: **Lic. Víctor Daccarett**, Presidente de la Cámara de Franquicias de Chile.

“En Chile la situación es muy especial, estamos saliendo de un terremoto y por otra parte, estamos con un gobierno nuevo, con ideas distintas a los gobiernos de los últimos 20 años.

El período de incertidumbre ya está desapareciendo y se proyectan muchas inversiones, sobretodo en el sector inmobiliario y construcción. Cada día, se observa que hay más confianza y buenas expectativas”.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

La empresas que utilizan el sistema de franquicias en Chile, son principalmente empresas extranjeras que se instalan en el país abriendo 2 o 3 sucursales, para luego crecer bajo este concepto.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Las empresas chilenas que están creciendo con franquicias, son principalmente las pymes que tienen 2 problemas:

1. - No tienen capital para crecer al ritmo que el mercado le da señales.

2. - Tienen problemas de administrar bien sus locales a distancia.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

- En Chile las franquicias están en una etapa muy primaria, no han despegado, principalmente por falta de conocimiento del sistema.

- En los 2 últimos años, cerraron sus oficinas varias consultoras.

- El crecimiento de nuevas empresas con el sistema de franquicias es muy lento.

- El crecimiento de las empresas que hoy están utilizando el sistema de franquicias es fuerte, están creciendo a razón del 30% al año.

- En Chile hay aproximadamente unas 140 empresas que utilizan el sistema de franquicias.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Aproximadamente el 35% de las franquicias provienen de Estados Unidos.

El 15% provienen de Argentina.

El 20% proviene principalmente de Europa.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Características atractivas del mercado chileno para Argentina

La estabilidad micro y macroeconómica, las positivas condiciones políticas y un creciente mercado consumidor.

En el caso de la gastronomía, en el 21% de lo que la familia gasta en comida lo hace fuera del hogar.

Escasez de oferta en redes asociadas: grandes tiendas por departamentos y comercio independiente muy atomizado.

Potencial de modernización de buena parte del comercio minorista.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Hábitos de compra de los consumidores

- En Chile hay aproximadamente unos 70 centros comerciales, compuestos por 20 grandes mall con superficies de 100.000 mts² y 50 centros de 30.000 mts².

- El 40% de dichos establecimientos está en Santiago, estos lugares de compra están debilitando fuertemente al comercio de la calle, sobretodo en regiones.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Listado de rubros donde podría caber una Franquicia Argentina

- **Gastronomía**: Heladerías, parrillas, cafeterías y Fast Food.

- **Indumentaria**: Femenina, masculina, calzados y niños. Principalmente ropa y calzado para niños.

-**Servicios**: Principalmente en cursos de idiomas.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

México

Consultor: **Dr. Eduardo Poblete**, de Poblete & Cabrera Asociados de México

FRONT CONSULTING GROUP

Alianza de Consultores Latinoamericanos en Franquicias

"El país ha sufrido los efectos de la crisis económica-financiera originada en los Estados Unidos. Además, ha enfrentado una crisis sanitaria con el virus de influenza humana AH1N1 el cual ha afectado a sectores como el turismo. Por otro lado, se espera un año 2010 de recuperación económica gradual y débil, especialmente el consumo y la inversión privada".

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Porque franquician en México

Por ser una de las estrategias más exitosas de desarrollo empresarial, crecimiento económico del país y un sistema de control de gestión en permanente expansión a tasas mayores al 10% en promedio anual.

Agilidad y rapidez en la expansión, facilita el desarrollo de nuevos mercados, más y mejores líneas de ingreso por el cobro de una cuota inicial y regalías por derechos de uso de marca, una baja inversión de capital en la expansión, así como por las economías de escala en la compra de insumos y productos.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

El sistema de franquicias en México está **creciendo rápidamente** y se ha consolidado como una fórmula de éxito en casi todos los sectores de la economía como son el comercio y los servicios.

- Se estiman un total de 1,100 marcas franquiciantes ,72% nacionales y 28% extranjeras.

- Aportan alrededor del 7% del Producto Interno Bruto del país.

- Generan empleos directos por alrededor de 850.000 personas.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

El Mercado de México para las empresas Argentinas

Población estimada en 2008 de 108 millones de mexicanos (51% mujeres y 49% hombres).INEGI

El ingreso per cápita de México estimado para el 2008 fue de $9,900 dólares, lo cual le hace ser al país la 12ª. Economía mundial.

Hoy en día el 75% de la población mexicana es urbana y sólo el 25% es rural.

La población mexicana tiende a consumir más comida rápida, siendo la mayor parte de edad joven.

copyright © 2010 Estudio Canudas

Hábitos de compra de los consumidores del país

El consumo de los mexicanos representa alrededor del 20% de la demanda nacional de bienes y servicios.

Con relación a los hábitos de consumo, se realizan principalmente en **centros comerciales** denominados grandes superficies con cadenas anclas de tiendas.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Rubros donde podría caber una Franquicia Argentina

- **Gastronomía y Restaurantes:** comida argentina como carnes a la parrilla, venta de postres y chocolates; Bar-restaurant temático musical; pizzerías.

- **Indumentaria:** colecciones originales en base a tendencias de moda; ropa para niños y ropa femenina; prendas artesanales de piel y calzado.

- **Servicios:** en enseñanza y capacitación en temas como matemáticas e idiomas; estética y salud.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Uruguay

Consultor: **Lic. Gabriel Grasiuso**, Director de la Cámara de Franquicias Uruguaya

“Tras la crisis internacional del año 2009, Uruguay ha salido fortalecido. Los buenos fundamentos económicos construidos en los últimos años, permitieron sortear la crisis sin sufrir impactos significativos en los indicadores económicos y sociales.

Es por eso que en el 2009 continuó el crecimiento pese al contexto internacional adverso, con un crecimiento del PIB real del 2.9%”.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

¿Por qué franquician en su país?

Las Empresas, por la estabilidad política y social. Los inversores, porque encontraron una manera de desarrollarse, aún en momentos de crisis.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Uruguay está en un proceso de investigación del mercado total, se estiman entre 250 a 280 marcas en el país, siendo la mayor relevancia de marcas internacionales (estimado un 80% de internacionales y 20% nacionales), con un fuerte desarrollo en nacionales en los últimos 2 años.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Las características más atractivas que brinda el mercado de su país para las empresas argentinas

La cercanía, la variedad, la similitud de culturas y costumbres.

copyright © 2010 Estudio Canudas

Hábitos de compra de los consumidores de Uruguay

Principalmente se había volcado a los centros comerciales, aunque la zona céntrica a tomado mucha relevancia, conceptos como expo barriales, para algunas marcas de menor posicionamiento.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Listado de rubros donde podría caber una Franquicia Argentina

- **Gastronomía**: Todos los rubros.

- **Indumentaria**: Femenina, Masculina y Calzado.

- **Servicios**: Cosmética.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Venezuela

Consultor: **Dr. Alfonso Riera**, Presidente de la Cámara Venezolana de Franquicias.

FRONT CONSULTING GROUP

Alianza de Consultores Latinoamericanos en Franquicias

Situación socioeconómica de Venezuela

"Venezuela es una economía petrolera con una alta dependencia de esta industria. Cerca del 85% de las exportaciones están relacionadas con petróleo y derivados".

- Consecuencias positivas: poseer ingresos seguros y constantes, originados de un comodity altamente demandado a nivel mundial, capaz de generar unos US$ 100 mil millones anuales.

- Consecuencias negativas: la volatilidad de ese ingreso respecto a factores no controlados como por ejemplo los precios del petróleo, y una incapacidad de haber diversificado el aparato productivo e industrial.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

¿Por qué franquician en su país?

"Las franquicias han sido un formato de negocios que ha calado muy bien en la idiosincrasia del venezolano, bien por el nivel de emprendimiento que posee nuestra sociedad, lo que produjo una escalada importante en la última década, pasando de albergar 90 empresas franquiciantes en el año 94 a las 420 que operan hoy día. La franquicia se ha convertido en una opción cada vez más buscada por los empresarios locales por implicar esquemas de multipropiedad, inclusión empresarial, que permite además mantener crecimientos con disminución de riesgos".

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Mercado de franquicias venezolano

Estadísticas generales

-Número de Empresas Franquiciantes: **420**

-Número de Unidades Franquiciadas: **15.000**

- Origen**: Nacionales 64% / Extranjeras 36%**

- Facturación Estimada Anual**: 6.200 Millones de USD**

-Empleos Directos: **90.000 / Indirectos 250.000**

En base a esta premisa en el 2009 el sector manifestó un crecimiento del 12% (450 nuevas unidades y 35 nuevas franquicias)

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Características del mercado venezolano para las empresas argentinas

"Un índice de **consumo poblacional superior a la media Latinoamericana** (de los más altos del continente), basado en su nivel de ingreso y una importante clase media; una sociedad abierta a conceptos foráneos y de gustos innovadores; un total de 7 ciudades que superan el millón de habitantes y vías de comunicación eficientes".

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Hábitos de compra de los consumidores venezolanos

Los Centros Comerciales han representado los centros de compras intensivas de mayor relevancia, y esta tendencia se ha incluso incrementado en los últimos años.

La industria de Centros Comerciales ha sido dinámica en todo el país. Existen rubros que por su naturaleza tienen sus espacios fuera de los Centros Comerciales como panaderías, ferreterías, tintorerías y pinturerías.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Rubros donde podría caber una Franquicia Argentina

- **Gastronomía**: Heladerías, parrillas, cafeterías, pastelerías, panaderías, parrillas fast-food, postres en general.

- **Indumentaria**: Femenina, masculina, calzados y niños. Todos los rubros de indumentaria son buenas opciones al carecer Venezuela de una industria textil propia.

- **Servicios:** Estética Femenina, Servicios Infantiles, Gimnasios de Mediano Formato.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

LA FRANQUICIA ARGENTINA EN EL EXTERIOR
Investigación de Mercado

32% de las franquicias tienen presencia en el exterior.

La mayoría utiliza la franquicia Individual.

La Indumentaria con el 33%, la gastronomía (29%), negocios especializados y servicios con el 11%.

El 45% eligió los países limítrofes, le sigue América del Sur 17% y América Central con el 15%.

A mayor cantidad de locales nacionales, mayor cantidad de países donde está presente la marca.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

Clasificación según países en los que actúa

CATEGORÍA	PORCENTAJE
De Inicio – 1 ó 2 locales	50%
Emergentes – 5 locales	24%
Ascendentes – 9 locales	13%
Establecidos – 10 ó mas	13%

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

El 41% de las empresas de indumentaria exporta. En gastronomía el 29%.

El rubro de la indumentaria es el que mejor aplica la exportación por estrategia y la gastronomía pareciera haber utilizado la exportación por casualidad, en la mayoría de los casos.

El 60% de los que no exportan creen que están en condiciones de hacerlo. Hay desconocimiento de cómo exportar y otros no lo hacen en procura de conquistar el mercado interno en primera instancia.

copyright © 2010 **Estudio Canudas**

- Usted podrá encontrar esta información y mucha más en:

exportandofranquicias.wordpress.com

El Estudio Canudas agradece a sus Aliados Internacionales:

- **Dr. Luis Kisser,** Presidente de la Cámara Peruana de Franquicias.

- **Lic. Víctor Daccarett**, Presidente de la Cámara de Franquicias de Chile.

- **Dr. Eduardo Poblete**, de Poblete & Cabrera Asociados de México.

- **Lic. Gabriel Grasiuso**, Director de la Cámara de Franquicias Uruguaya.

- **Dr. Alfonso Riera**, Presidente de la Cámara Venezolana de Franquicias.

Estudio Canudas
CONTADORES PUBLICOS
CONSULTORES EN FRANCHISING

¡Gracias!

www.estcanudas.com.ar