

## Franquicias: modelo puede costar desde \$9 millones y rentar \$800 mil mensuales

Sábado, 24 de Agosto de 2019 - Id nota:872637

Medio : El Mercurio

Sección : Economía y Negocios

Valor publicitario estimado : \$8908510.-

Página : B-6

Tamaño : 29 x 34

[Ver completa en la web](#)

### FINANZAS PERSONALES

La percepción y valoración social hacia el emprendimiento ha ido al alza en el país en los últimos años. Los chilenos muestran cada vez más su intención de iniciar un negocio en el mediano plazo. De hecho, según el último reporte del Global Entrepreneurship Monitor realizado por la UDD, el emprendimiento es una buena opción profesional para los chilenos (76%), quienes además consideran que existen oportunidades de negocio que podrían convertirse en emprendimientos en los siguientes seis meses (62%).

Pues bien, Rodrigo Mujica, gerente de Servicios de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), asegura que las franquicias son una opción interesante con un factor de riesgo controlado. "La diferencia de emprender con una franquicia es que la persona se está asociando con el dueño de la marca. Esto implica tener un modelo de negocios probado, que minimiza el riesgo de fracaso, ya que todos los procesos internos han funcionado antes. Es un paquete que viene armado y eso sí bien limita a la imaginación, da la tranquilidad de que está todo resuelto", dice.

### REGIONES son foco de atracción

De acuerdo a Nicole Pinaud, profesora de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile y autora del libro "El Mercado de las Franquicias en Chile", esta industria ha crecido de forma sostenida en Chile, estimándose un alza en ventas de 12% promedio anual, superior al crecimiento que muestran en mercados más maduros como EE.UU. y Europa. Asimismo, dice que se han consolidado los sectores de gastronomía y servicios, los que a su vez han contribuido con la generación de empleo.

En tanto, desde la CCS se estiman que actualmente hay cerca de 270 franquicias operando en el país, lo que representa un crecimiento de 190% desde 2005, año en el que se registraban 93. Los expertos coinciden en que la industria crece año a año y que aún queda espacio para desarrollarla fuera de la Región Metropolitana.

"Las marcas, en general, han tenido una buena tasa de permanencia en el mercado, por lo que el modelo tiene perspectivas de seguir creciendo en Chile, muy apalancado a la situación geográfica del país", explica Mujica. Y es que la gran mayoría de las franquicias están en Santiago, asegura. "Si pasas por Chile te das cuenta de que hay una cantidad gigantesca de productos y servicios que no existen en regiones, mucho de los cuales se pueden ofrecer a través de franquicias", explica.

Si bien hay firmas que ya están trabajando en esa meta, el modelo aún es desconocido fuera de la capital. "La gente no conoce el negocio y cuando piensan en emprender, la franquicia no está ni siquiera dentro de sus primeras cinco opciones. Ese es el trabajo que hoy estamos impulsando: tener más presencia a nivel gremial en regiones", comenta Mujica.

### RENTABILIDADES en torno al 20% mensual

La rentabilidad, coinciden los expertos, depende mucho del tipo de negocio, monto de inversión y plazos. "La utilidad se comparte entre franquiciante y franquiciado, por lo que esta puede ser un poco menor a la de un negocio propio, sin embargo la experiencia, el *know how* y la capacidad de lograr economías de escala hace que las operaciones de la red franquiciada sean muchas veces más eficientes que una empresa individual, permitiendo así compensar ese menor retorno", sostiene Pinaud.

# FRANQUICIAS: modelo puede costar desde \$9 millones y rentar \$800 mil mensuales

Actualmente, en Chile hay cerca de 270 marcas franquiciadas, según cifras de la Cámara de Comercio de Santiago, lo que representa un crecimiento de 190% respecto de 2005, año en que se registraban 93. Expertos coinciden en que esta industria crece año a año y en que aún queda espacio para desarrollarla fuera de la Región Metropolitana. **DANIELA PALEO**



## INMIGRANTES aportan mano de obra para esta industria

Sobre las condiciones que el mercado local posee para desarrollar el negocio de las franquicias, Nicole Pinaud, académica de la Universidad de Chile, precisa que el país cuenta con una economía relativamente estable respecto de otros destinos de Latinoamérica. "Esto produce confianza en los inversionistas y emprendedores que desean instalar una franquicia y, también, en las empresas que buscan expandir sus operaciones a otros países (franquiciantes), quienes ven en Chile una economía en movimiento y, en general, sana y propicia para la expansión, con consumidores que pueden tener un poder adquisitivo atractivo", explica.

**12%**

en promedio se estima que crecen las ventas de esta industria en el país anualmente, tasa muy superior al incremento que muestran en mercados más maduros, como EE.UU. y Europa.

**26**

de septiembre se realizará en Concepción la Expo Franquicia, instancia donde expertos darán a conocer el modelo y por qué los franquiciadores están interesados en crecer en regiones.

Con todo, Mujica reconoce que el rendimiento mensual ha ido bajando con los años, probablemente ligado a que el costo de operas es más alto. "Temas como la posible rebaja de la jornada laboral o el costo del m<sup>2</sup> (que ha subido) impactan en la utilidad de la franquicia. Pero lo interesante es que ha caído poco. En 2005 la rentabilidad estaba en torno al 25% mensual y actualmente podemos decir que está en torno al 20% mensual", expresa.

### EL AMPLIO ABANICO de posibilidades

Según la consultora Franquicias Chile, hay marcas cuyas licencias estimadas van desde los \$8,9 millones, cu-

yas utilidades oscilan entre los \$800 mil y \$3 millones al mes. Un ejemplo es el caso de Body Fit Home (electroestimulación muscular a domicilio). Para Marcela Varas, representante de heladerías Liao Liao y presidenta del Comité de Franquicias de la CCS, una franquicia bien administrada y en una locación estratégica puede empezar a generar ganancias a los seis meses, aunque lo normal es que lo haga entre los primeros dos años y medio o tres años de funcionamiento.

De todas maneras, Pinaud aclara que las cifras son relativas. "Hay muchas opciones de franquicias, de formatos pequeños que requieren inversiones menores a US\$ 50 mil (unos \$35 millones), que son modelos de rápida

recuperación de la inversión y orientados a franquiciados que desean manejar directamente su negocio, con una renta comparable a la de un trabajo ejecutivo medio", dice la experta. Estas son alternativas, asegura, que últimamente han tenido mucho éxito en su comercialización porque son fáciles de vender y el franquiciado siente que no arriesga un monto tan significativo.

Según Franquicias Chile, negocios de este calibre pueden ganar entre \$3 millones y \$5 millones al mes.

Luego, hay un rango importante de opciones entre los US\$ 100 mil y US\$ 200 mil (\$70 millones a \$140 millones), que suponen retornos más atractivos después del periodo de recuperación de la inversión: entre \$4 millones y \$7 millones al mes. Estas alternativas están dirigidas a un segmento menos masivo, en general profesionales que están en proceso de transición de carrera o ya retirados y que desean invertir sus ahorros en un negocio propio, pero con una cierta certeza o seguridad, que es lo que da a la franquicia.

Finalmente, existen algunas opciones con rangos de inversión sobre los US\$ 500 mil o el millón de dólares y que están orientadas principalmente a grupos de inversionistas que pueden desarrollar la franquicia en el país directamente o con un formato de masterfranquicia. La ganancia de estos negocios puede estar sobre los \$15 millones mensuales, dependiendo de su administración, locación, etc.

### "VERDE" Y SENIORS: los nichos con potencial

¿Cómo elegir el rubro? Mujica señala que es esencial para quien quiera debutar en este modelo elegir un negocio que le haga sentido y que lo motive día a día. Eso sí, es importante tener en cuenta que hoy el mayor desarrollo está ocurriendo en los sectores de gastronomía y servicios, advierte.

De acuerdo a lo observado por los expertos, los ámbitos de mayor potencial de desarrollo sostenible a futuro son aquellos relacionados con productos y/o servicios "verdes", es decir, que atiendan al cuidado del medio ambiente y a hacer más eficiente el uso de los recursos naturales.

"Otros sectores con potencial de crecimiento son los productos y servicios relacionados al área de la salud, otorgando mayor cobertura, flexibilidad y opciones. También el área de *fitness* y cuidado personal, donde hay un espacio poco explorado en cuanto a la belleza para hombres", dice Pinaud.

También se visualiza un espacio interesante para servicios automotores que otorguen beneficios de facilidad y conveniencia a los usuarios.

En cuanto a los grupos de consumidores y acorde a las tendencias demográficas, se espera también un mayor desarrollo de productos y servicios relacionados a la tercera edad, con un adulto mayor que es autovalente por mucho más tiempo que antes, como también personas que requieren de cuidados especiales.

"Hoy, las familias tienen menos niños, pero gastan más en ellos, por lo tanto, productos y servicios orientados a este segmento también se consideran de potencial atractivo", afirma la académica.

¿Qué hay que tener en cuenta a la hora de comprar una franquicia para desarrollarla en el país? Lo cierto, coinciden expertos, es que a los chilenos les encanta acceder a lo que viene de afuera, pero hay que tener cuidado de que los modelos sean adaptables a la realidad local en cuanto a formatos, sabores, diseños, procesos, etc. "Hay que conversar previamente con el franquiciante para ver hasta qué punto es posible la 'customización' del producto o servicio a la realidad local", comentan los especialistas.