



OPORTUNIDAD EN MERCADOS INTERNACIONALES PARA FRANQUICIAS PERUANAS

El Mercado de la Franquicias en Chile



El mercado de las franquicias en Chile



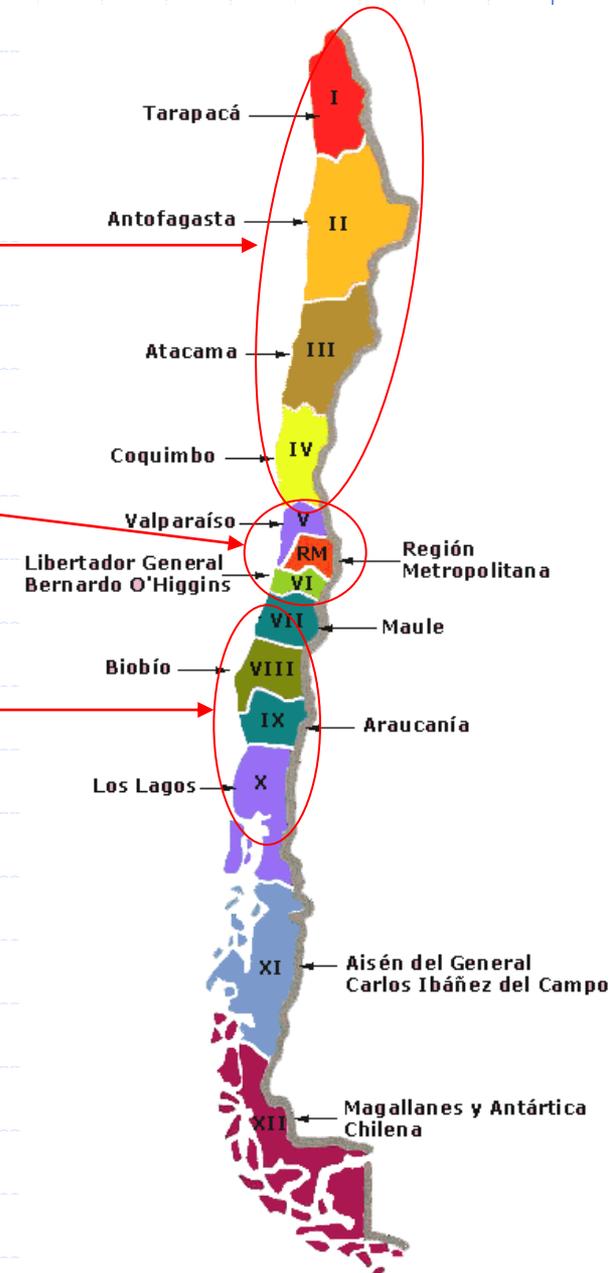
Zona Norte : 1.780.000 hab.

**Santiago, V y VI Región :
7.843.000 habitantes**

Zona Sur : 5.493.000 hab.

Total País : 15.000.000 hab.

Ing. Per Cápita : US\$ 4.609.-



El mercado de las franquicias en Chile

Los centros comerciales, han acaparado el comercio minorista.

Existe un centro comercial grande por ciudad, llegando a unos 70 centros comerciales en todo el país.

En Santiago, existen 10 Mall gigantes (100.000 mts²) y unos 10 grandes.

La mayor cadena de centros comerciales es Mall Plaza, con 10 establecimientos.

Mall Plaza cobra en promedio un arriendo De US\$ 50 por metro cuadrado al mes.



El mercado de las franquicias en Chile

Historia de las Franquicias en Chile:

- ◆ Las primeras marcas internacionales de franquicias, comenzaron a entrar al país a principios de 1990, instalándose Mc Donalds (1990), Pizza Hut (1990) y Kentucky Fried Chicken (1991). Localmente se desarrollaba como marca Lomitón.
- ◆ El Fast Food fue la punta de lanza en el negocio de las franquicias. Sólo tardó un par de años para que las franquicias se abrieran a los mas diversos sectores.
- ◆ Los últimos años del siglo XX marcaron un período de contracción en las franquicias en Chile, registrándose una reducción en el número de locales de venta en varias cadenas o retoma de los locales franquiciados por parte de las matrices.
- ◆ Adicional a la crisis económica que afectó esos años a Chile, se sumó el hecho de que no existía una legislación específica en este tema y las dificultades para los franquiciadores, para hacer cumplir las condiciones de los contratos. A esto se suma el hecho de que muchas franquicias fueron otorgadas por una relación de amistad y no con un criterio comercial y profesional.

El mercado de las franquicias en Chile

- ◆ A final del 2002, muchas franquicias importantes habían desaparecido o convertido en un híbrido.
- ◆ El año 2005, la situación comenzó a cambiar radicalmente. Producto de la escasa información y lo poco desarrollado del sistema de franquicias, un grupo de profesionales y empresarios ligados al tema de franquicias, crearon la Cámara de Franquicias de Chile asociación gremial, cuyo objetivo, entre muchas otras cosas, es promover y difundir este exitoso modelo de negocios, establecer vínculos con asociaciones internacionales, organizar ferias y seminarios, mejorar los niveles de calidad a través de un "Timbre de Certificación", etc.
- ◆ El año 2010, la Cámara de Franquicias de Chile queda congelada, producto que de las 7 consultoras en franquicias que habían en ese momento, sólo quedaron 2 (Francorp y Franquicias Chile), las consultoras que cerraron provenían de España, Argentina (2), México y una local. La razón principal, es por que las pymes, no eran capaces de cancelar el monto por asesoría, solicitado por dichas consultoras.

El mercado de las franquicias en Chile

- ◆ Censo : Existen al menos 140 empresas que utilizan en sistema de franquicias en Chile, ya sea como franquiciados de una marca extranjera o como franquiciadores de su marca dentro o fuera de Chile. De estas empresas, aproximadamente 50, otorga franquicias a terceros.
- ◆ Las 140 empresas poseen 2.809 locales, es decir, un promedio de 20 locales por cadena. Por otra parte, las franquicias generan 25.000 puestos de trabajo, es decir, un promedio de 9 empleados por local.

El mercado de las franquicias en Chile

Aspectos legales, contables y comerciales:

- ◆ En Chile la franquicia, no tiene todavía una reglamentación específica. Tampoco existe la circular de oferta de franquicia.
- ◆ El contrato de franquicias se entiende como un acuerdo privado entre las partes.
- ◆ Lo que rige, es el código de comercio.
- ◆ La contabilidad y los impuestos están muy bien definidos, me refiero a que difícilmente hay una doble interpretación.
- ◆ Para una empresa Peruana es fácil instalarse en Chile, incluso, no requiere un socio chileno para poder operar. Están todas las condiciones dadas para que todo salga expedito.
- ◆ La mayor dificultad que puede encontrar una empresa Peruana en Chile, no es la parte legal ni contable, sino es la parte comercial. Muchas empresas extranjeras han subestimado el mercado chileno, instalando una propuesta inferior a la original, llevando el proyecto a un rotundo fracaso (ejemplo; JC Penny, Sears, Home Depot, Au Bon Pan, Radio Shack, Carrefour, Pay less shoes, Kwick Kopy, Sbarro, etc., etc).

El mercado de las franquicias en Chile

El mercado de las franquicias en Chile tiene un gran potencial de crecimiento, dado principalmente por:

- 1.- La Oportunidad de incorporar el modelo de negocios de franquicias como alternativa a la estrategia de crecimiento de las pymes.
- 2.- La estabilidad micro y macroeconómica, la seguridad que brinda el país, las positivas condiciones políticas y un creciente mercado consumidor, hacen que el mercado chileno sea muy atractivo.
- 3.- En el caso de la gastronomía, en Chile, el 21% de lo que la familia gasta en comida lo hace fuera del hogar, versus el 49% que lo hace en los países desarrollados.
- 4.- Los índices del mercado de las franquicias en Chile en todos los rubros son inferiores a los de la región y muy inferiores si lo comparamos con los países desarrollados. Es decir, se vislumbra una gran oportunidad para nuevos negocios y una mayor penetración de mercado, para las actuales empresas.

El mercado de las franquicias en Chile

- 5.- Expectativas muy optimistas tanto de empresas como de consumidores.
- 6.- Escasez de oferta en redes asociadas : grandes tiendas por departamentos y comercio independiente muy atomizado.
- 7.- Potencial de modernización de buena parte del comercio minorista.

En resumen, el mercado de las franquicias en Chile es muy apetecible para las redes internacionales.



El mercado de las franquicias en Chile

Las principales razones que mencionan los franquiciadores acerca de lo atractivo que es el mercado chileno, para desarrollar sus negocios como franquicia, son :

1.- Variables Externas (Estabilidad, Crecimiento de la Economía, Existencia de Políticas Claras, Oportunidades para Crecer con Estabilidad y Respaldo).

2.- Diferenciación del Producto o Negocio (Posibilidad de entrar con un Producto Novedoso y/o Exclusivo). Ésto apunta básicamente a necesidades insatisfechas por las empresas existentes o bien , la creación de nuevas demandas a través de estos productos o servicios novedosas.

3.- Capacidad del Franquiciado (Ampliar el negocio a través de una persona que conoce muy bien el mercado).

El mercado de las franquicias en Chile

Escenario previsible en el mediano plazo en el comercio detallista en Chile:

- ◆ Incremento de la competitividad y modernización de la oferta comercial.
- ◆ Creciente especialización.
- ◆ Leve aumento de la demanda comparado con el año anterior.
- ◆ Incremento de la oferta, principalmente vía franquicias.
- ◆ Reducción en los márgenes de utilidad.



El mercado de las franquicias en Chile

- ◆ Según algunas consultoras españolas en franquicias, comparan la actual situación de las franquicias en Chile, con la situación del mercado español en 1990, cuando el nivel de franquicias era similar al que existe en Chile actualmente (140 cadenas). A partir ese momento, se produjo un crecimiento exponencial. Cada año se duplicaba el número de cadenas operativas, hasta la situación actual, con mas de 1.000 cadenas, en que el nivel de crecimiento ya no es tan fuerte.
- ◆ Muchos países extranjeros (sobretudo de Estados Unidos y Europa), usan a Chile como un laboratorio para probar la factibilidad de su concepto y luego como plataforma, para expandir su negocio a Perú, Bolivia, Argentina y Brasil.
- ◆ Los centros comerciales están muy abiertos a recibir nuevas propuestas desde el extranjero, para no tener siempre el mismo mix de operadores.

El mercado de las franquicias en Chile

- ◆ Los rubros con mayor potencial de crecimiento en Chile, son servicios (la oferta es muy limitada), fast food (siempre son los mismos), indumentaria (falta novedad, todas las tiendas tienen productos similares, mucha gente compra su ropa aprovechando un viaje al extranjero), mercado de los niños (venta de juegos de video, dulcerías y otros), etc.
- ◆ Para comercializar las franquicias, lo mejor es trabajar con una empresa consultora, con experiencia en el rubro. La llegada al master franquiciado o franquiciado, normalmente se hace a través de un aviso en el diario principal (El Mercurio). En Chile no existe una feria de franquicias habitual, si existen muchas ferias pequeñas de especialidad, las cuales son muy exitosas en cuanto a cierre de negocios.

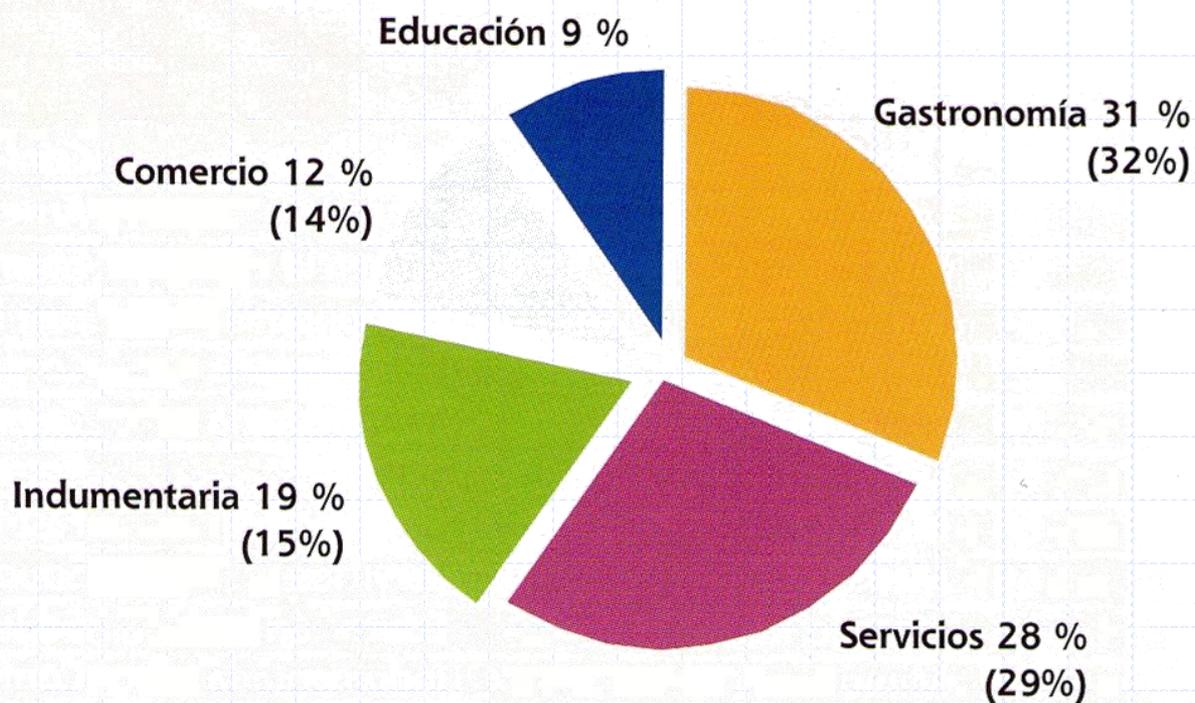
El mercado de las franquicias en Chile

Las franquicias más exitosas son :

- ◆ Farmacias Cruz Verde.....380 locales
- ◆ Nuts 4 Nuts (Maní en carritos).....250 locales
- ◆ Doggis (hot dogs – fast food).....120 locales
- ◆ GNC (productos naturales).....115 locales
- ◆ Rotter&Kraus (óptica).....109 locales
- ◆ McDonalds (fast food).....68 locales
- ◆ Bubble Gummers (zapatos de niños)....45 locales
- ◆ Schopdog (restaurant).....40 locales
- ◆ Telepizza (restaurant-delivery).....56 locales
- ◆ Farmacias Dr. Simi.....34 locales
- ◆ Super 350.....25 locales

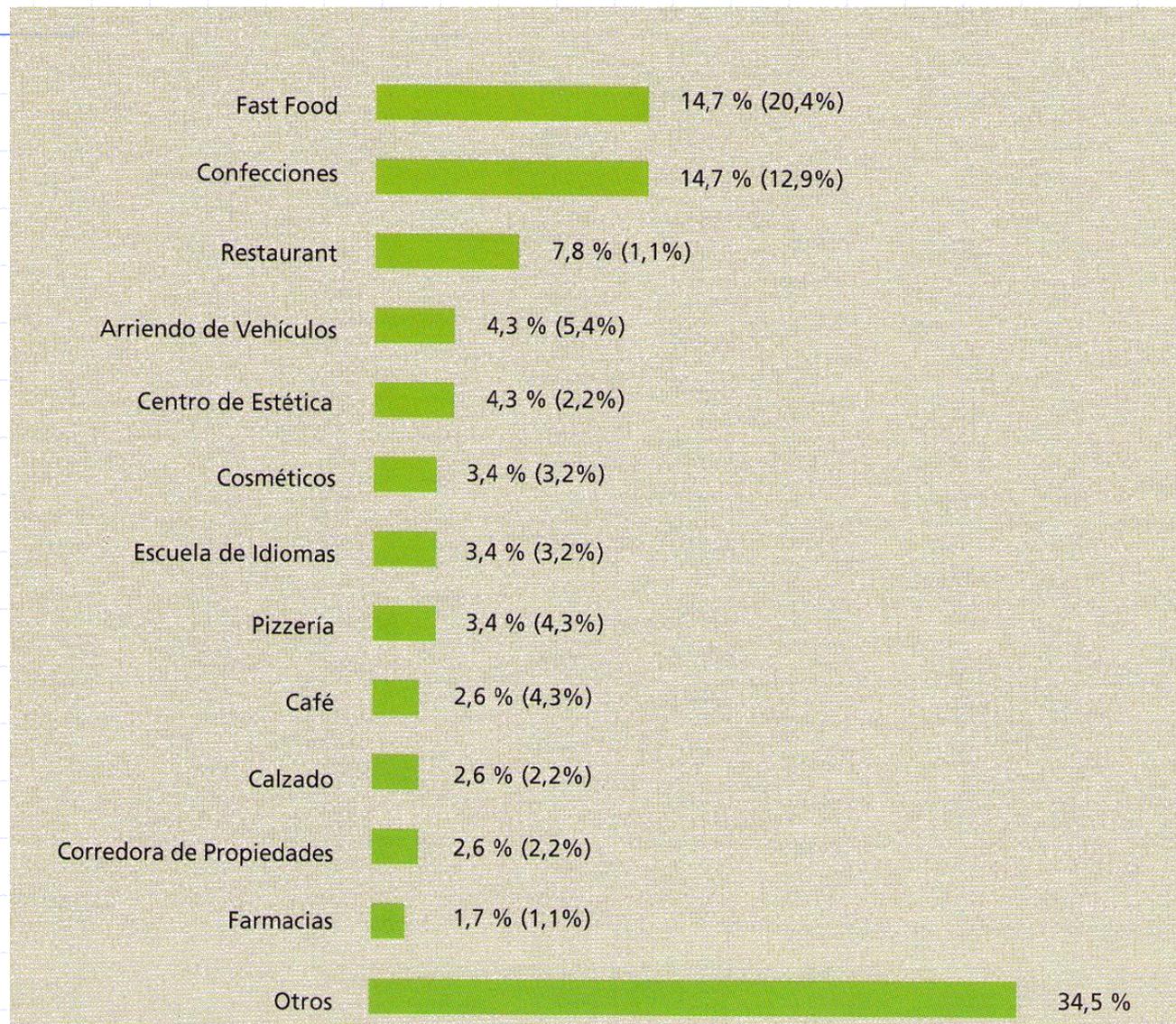
El mercado de las franquicias en Chile

Franquicias por Sector



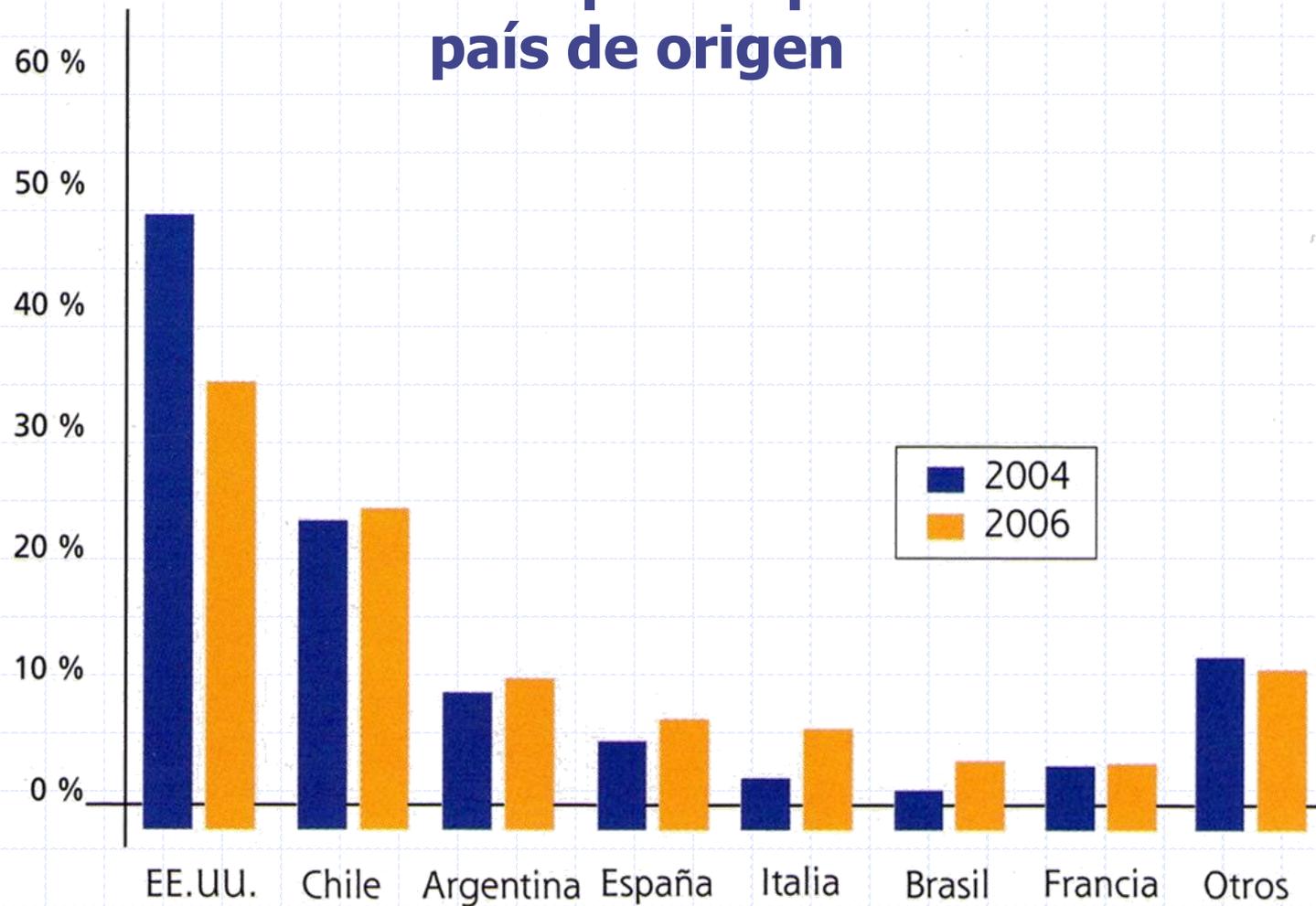
El mercado de las franquicias en Chile

Franquicias por Rubro



El mercado de las franquicias en Chile

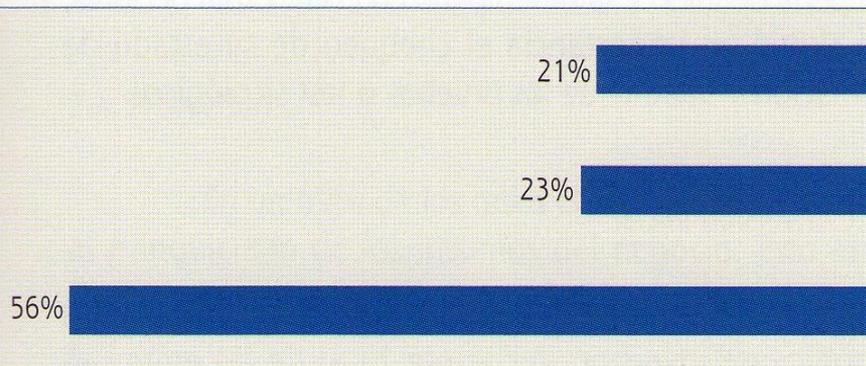
Franquicias por país de origen



El mercado de las franquicias en Chile

Distribución de Locales y Ventas, según Superficie

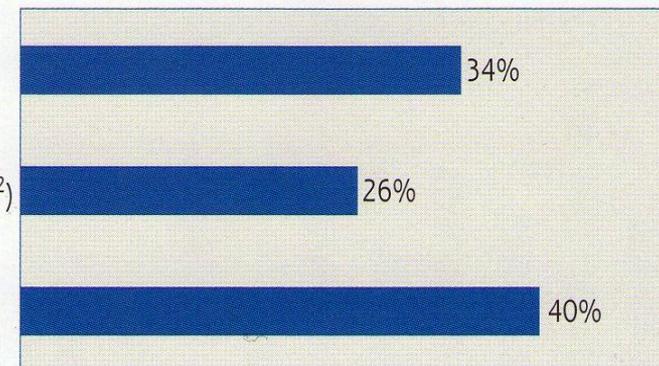
Locales [% de locales totales]



Superficie de Locales

Grandes (> 200m²)
Medianos (100 a 200m²)
Pequeños (< 100m²)

Venta [% de las ventas totales]



El mercado de las franquicias en Chile

Inversión Inicial requerida para iniciar un negocio

Rango de Inversión [US\$ miles]	Porcentaje de franquicias 2006-2007
Menos de 50	28,1%
Entre 50 y 100	31,6%
Entre 100 y 200	28,1%
Entre 200 y 500	10,5%
Más de 500	1,8%

El mercado de las franquicias en Chile

Facturación anual por Local

Rango de Facturación [US\$ miles]	Porcentaje de franquicias 2006-2007
Menos de 100	23,1%
Entre 100 y 250	25,0%
Entre 250 y 500	30,8%
Entre 500 y 750	7,7%
Entre 750 y 1000	7,7%
Más de 1000	5,8%

El mercado de las franquicias en Chile

Rentabilidad de un local tipo

•CONCEPTO

•MARGEN SOBRE • VENTAS (%)

•Ventas Netas	100%
•Costo Directo de Ventas	36%
•Costo de Remuneraciones	20%
•Arriendo y Gastos Comunes	12%
•Gastos Generales y Adminis.	8%
•Publicidad y Promoción Local	2%
•Publicidad Corporativa	1%
•Royalty	5%
•PPM (provisión impuestos)	1%
•UTILIDAD NETA TOTAL	15%

