



FRANQUICIAS EN AMÉRICA LATINA

ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL
DE AMÉRICA LATINA PARA EL SECTOR DE FRANQUICIAS

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO EXTERIOR
SEPTIEMBRE/2015



Buenos Aires Ciudad



EN TODO ESTÁS VOS

¿POR QUÉ EXPORTAR
UNA **FRANQUICIA**?

- 01/** APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES DE MERCADOS AMPLIADOS
- 02/** DIVERSIFICAR PRODUCTOS Y MERCADOS PARA AFRONTAR LA COMPETENCIA INTERNACIONAL
- 03/** DISTRIBUIR EL RIESGO DE ESTAR EN UN SOLO MERCADO (PORQUE EL MERCADO ES EL MUNDO)
- 04/** NECESIDAD DE INTEGRARSE AL MERCADO MUNDIAL POR LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA
- 05/** ASEGURAR LA SUPERVIVENCIA DE LA EMPRESA A LARGO PLAZO



RELEVAMIENTO

SE RELEVARON **10 MERCADOS POTENCIALES** EN AMÉRICA LATINA



PARA CADA MERCADO SE **RELEVARON**:



PARTICIPANTES



TAMAÑO



CLIMA NEGOCIOS



INDICADORES ECONÓMICOS

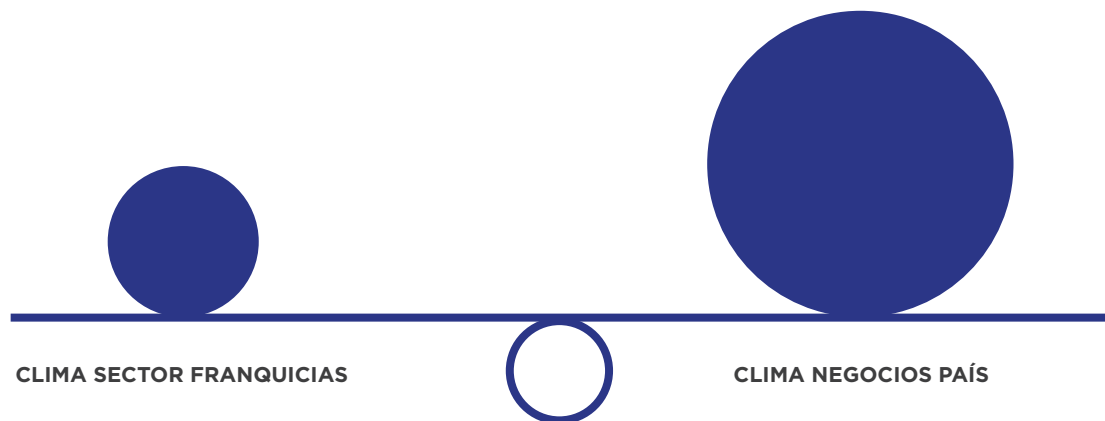


SECTORES



INDICADORES DEMOGRÁFICOS SOCIALES

INDICE POTENCIAL DE MERCADO POR PAÍS



SE CONSIDERARON LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

Para el clima del sector franquicias se tuvieron en cuenta:

- » Grado de desarrollo de Franquicias Locales
- » Grado de desarrollo de Franquicias Extranjeras
- » Existencia Asociación de Franquicias Local
- » Existencia de Franquicias Argentinas
- » Adaptar el producto/servicio según el mercado, teniendo en cuenta las variables culturales.

Para el clima de negocios se tuvieron en cuenta:

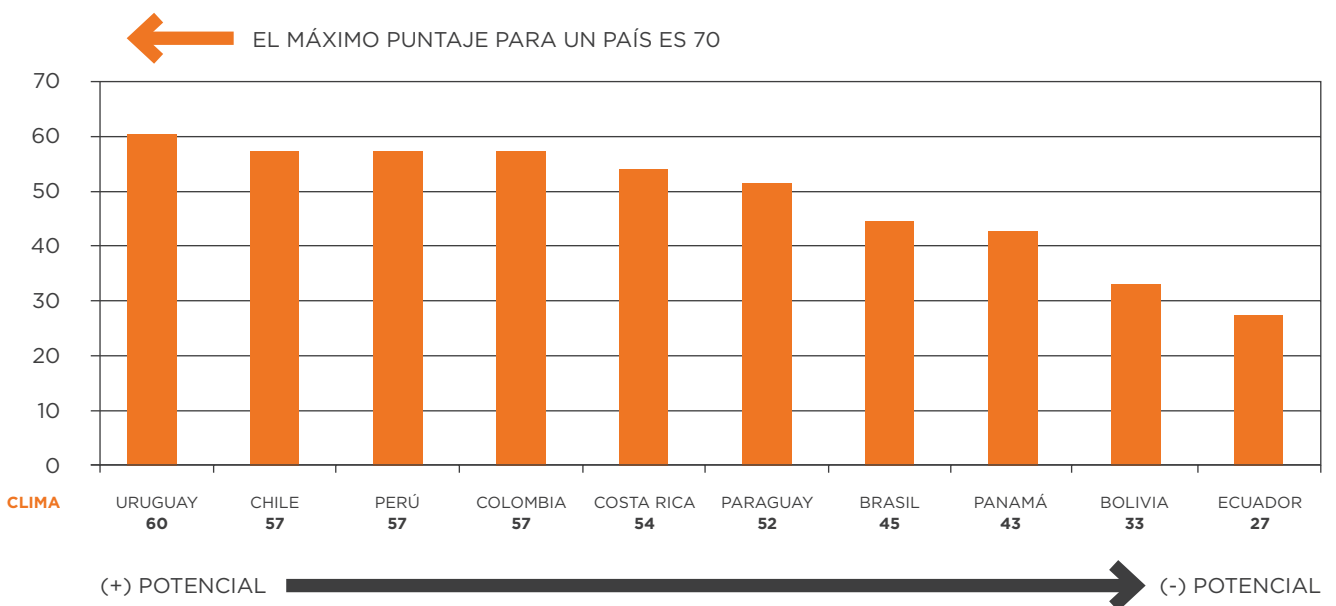
- » Clima económico
- » Existencia de Capital Humano
- » Restricciones a las Inversiones Directas y/o incentivos Fiscales
- » Control de Cambios
- » Barreras Comerciales
- » Protección de Propiedad Intelectual
- » Seguridad Jurídica
- » Controles a la Importación/Exportación
- » Estabilidad Política y económica
- » Nivel Socioeconómico
- » Población y Distribución Urbana
- » Distancia al mercado



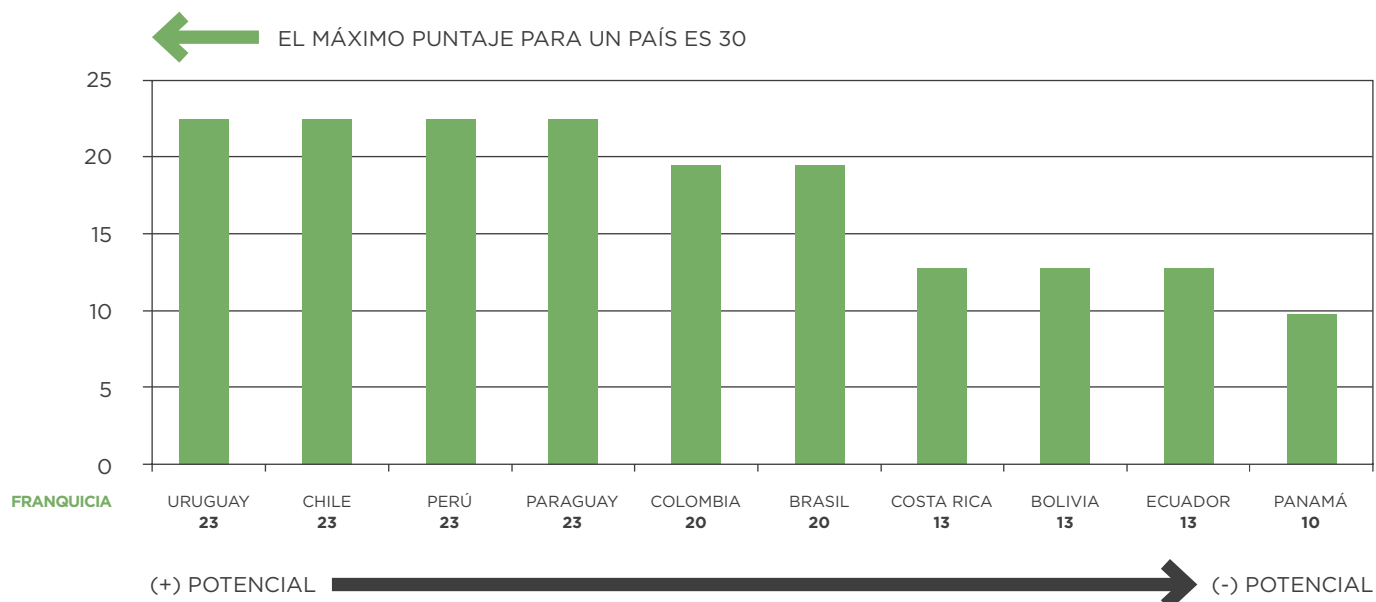
CONSIDERACIONES PRELIMINARES

- » El modelo de franquicia es un modelo que existe en todos los países relevados.
- » El país con mayor desarrollo es Brasil donde las marcas superan las 1800 empresas, pero donde el desarrollo se da casi exclusivamente dentro de su territorio.
- » En todos los países relevados el mercado de franquicias esta creciendo año a año.
- » *Las empresas argentinas han logrado desarrollar el mercado regional con el modelo de franquicias donde ocupan los primeros lugares dentro de las marcas internacionales.*
- » *En el caso de las empresas argentinas, los franquiciados en el exterior destacan como valores positivos la organización y los procesos estandarizados. Dentro de los aspectos negativos se destacan los ajustes de precios de la mercadería.*
- » *La comunicación (buena y mala) y la provisión de mercadería (buena y mala) se destacan como valores positivos y negativos.*
- » Actualmente **Uruguay, Chile y Perú** encabezan el ranking de países con mayor potencial para el desarrollo de franquicias.

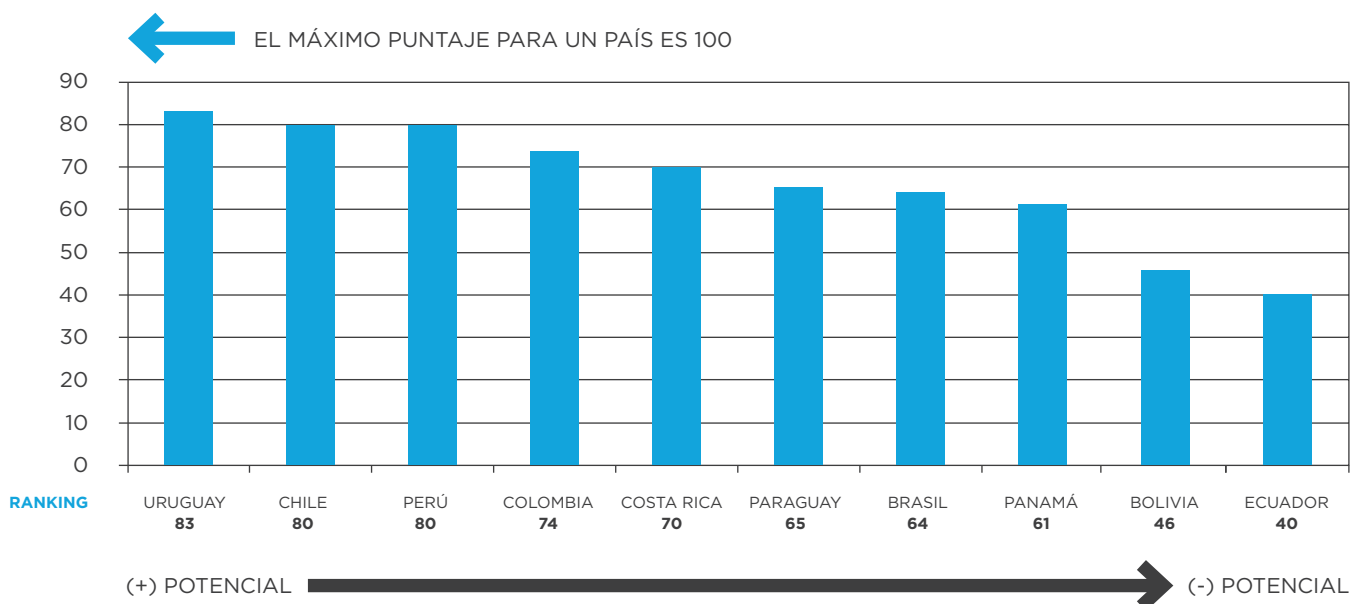
RANKING DE CLIMA DE NEGOCIOS 2015



RANKING DE CLIMA DE FRANQUICIAS 2015



RANKING DE POTENCIALIDAD MERCADO DE FRANQUICIAS 2015



MERCADO DE FRANQUICIAS **URUGUAY**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 3.418.694

Crecimiento natural: 0.3%

Densidad: 20 habitantes/km²

Población urbana: 95.2%

Población de principales ciudades:

Montevideo (1.304.687)

Salto (104.011)

Ciudad de la Costa (95.176)

Paysandú (76.412)

Las Piedras (71.258)

Rivera (64.465)

Área: 176.220 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja media). Los sectores económicos predominantes son la agricultura, la agro-industria y el turismo.

Penetración de Computadoras:

13.6 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 28,8 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 55.4 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 98.3% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2011	2012	2013	2014	2015 (e)
PIB (miles de millones de USD)	47.24	50.01	55.7e	55.60e	58.06
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	7.3	3.7e	4.4	2.8	2.8
PIB per cápita (USD)	14.023	14.79e	16	16.362	16.996
Saldo de hacienda pública (en % del PIB)	-1.9	-2.5	-3.7e	-4.1	-3.7
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	59.0	59.5e	62.1	66.4	57.3
Tasa de inflación (%)	8.1	8.1	8.6	8.8	8.3
Tasa de paro (% de la población activa)	6.3	6.3	6.6	6.8	6.9

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias de Uruguay está fortalecido, dando muestras de un mercado desarrollado y sólido, invitando a cualquier empresa que desee establecerse en un entorno seguro y confiable.

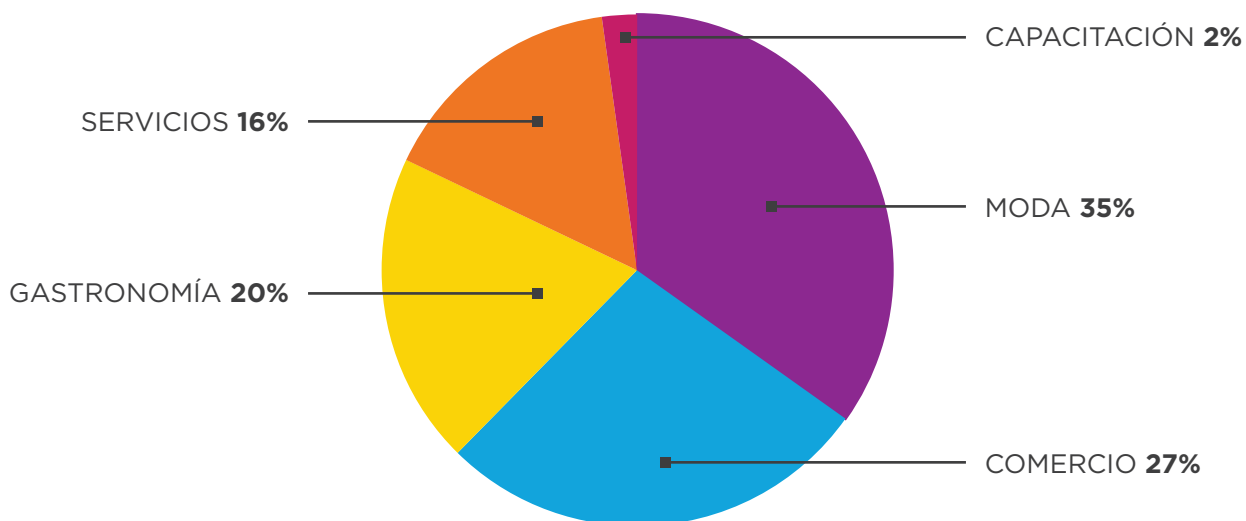
Gracias al último relevamiento, en Uruguay existen aproximadamente 180 franquicias que se encuentran mayoritariamente en Montevideo y Punta del Este, con un gran número de franquicias extranjeras.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN URUGUAY INCLUYE A MÁS DE:

178 / MARCAS

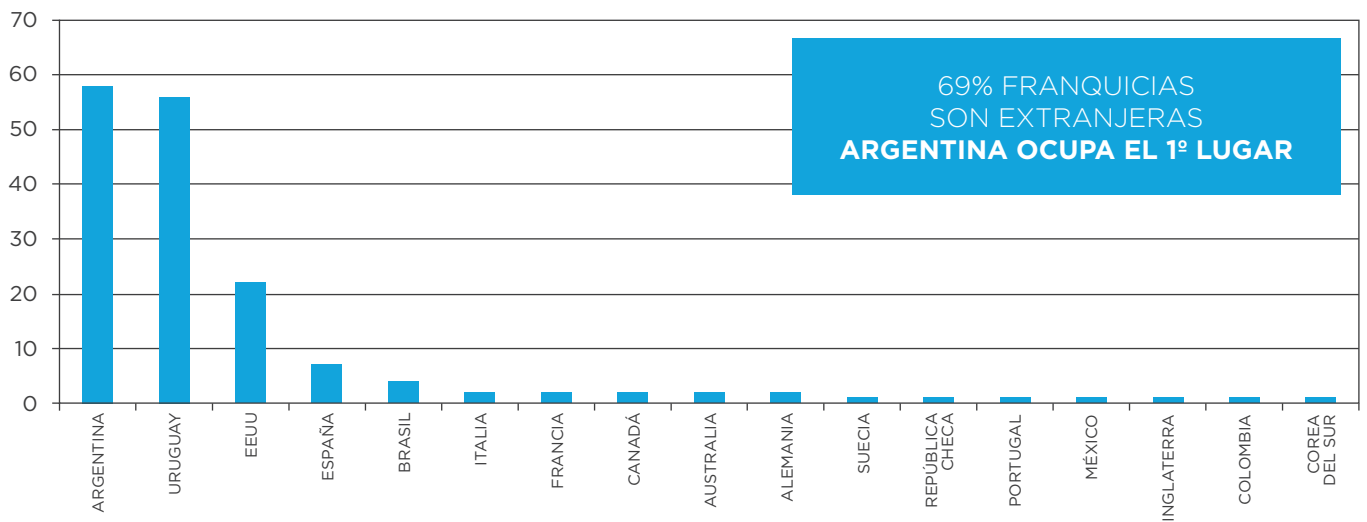
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



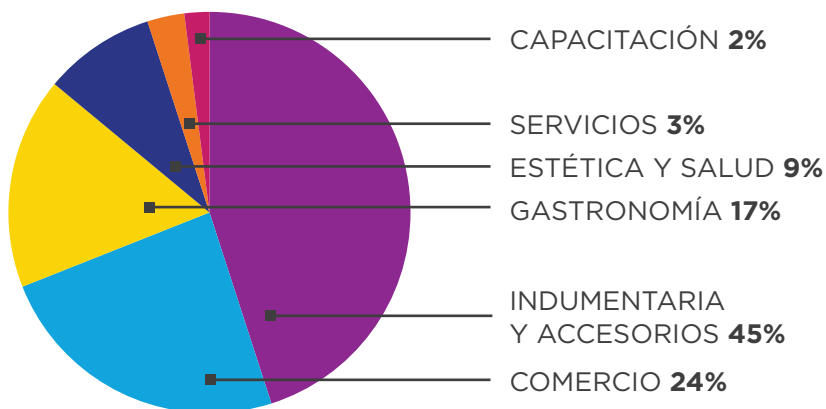
Tipo	Cantidad	%
Moda	62	34.8%
Comercio	49	27.5%
Gastronomía	35	19.7%
Servicios	28	15.7%
Capacitación	4	2.2%
Total	178	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

El análisis del mercado uruguayo nos permite afirmar que Argentina es el país con más franquicias (58), seguido por las franquicias nacionales con 56 y en tercer lugar EEUU con 22. Luego le sigue España con 7, y el resto con 4 o menos franquicias.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



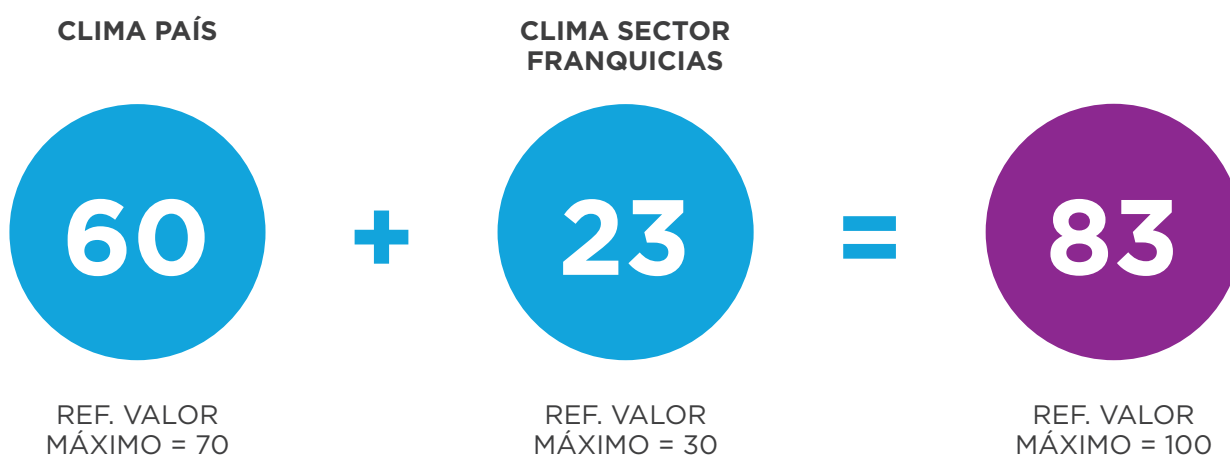
Tipo	Cantidad	%
Indumentaria y accesorios	26	45%
Comercio	14	24%
Gastronomía	10	17%
Estética y salud	5	9%
Servicios	2	3%
Capacitación	1	2%
Total	58	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 58 Empresas que cuentan con operaciones en Uruguay, habiéndose podido identificar al momento las siguientes empresas con Franquicias en operación:

- | | | | |
|----------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| » Bed Time | » SushiClub | » Elementos | » Tamara Di Tella |
| » Bonafide | » Tomate Algo® | Escenciales | » Ilvem |
| » Café Martínez | » Vadex Shop | » The Baby Company | » Centro Estético |
| » Cono Pizza | » El Noble | » Home Collection | Ravenna |
| » Fën Hoteles | » Rever Pass | » Medical Hair | » Las Pepas |
| » Freddo | » El Nochero | » Mimo & Co | » Siamo Fuori |
| » Grido Helado | » Giovanna di Firenze | » Jazmín Chebar | » Stone |
| » Grisino | » Giro Didáctico | » Legacy | » Mini's Company |
| » Havanna | » Buquebus Turismo | » Prüne | » Che Lagarto |
| » Pampero | » Kevingston | » Rapsodia | » LACA Cosmética |
| » Placas Antihumedad | » Montagne | » Wanama | » Roberto Giordano |
| San Francisco | » SARKANY | » Cocot | » CaroCuore |
| » Skin Factory | » ARREDO | » La Martina | » Prestigio |

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS CHILE



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 17.772.871

Crecimiento natural: 0,9%

Densidad: 24 habitantes/km²

Población urbana: 89.4%

Población de principales ciudades:

Santiago (4.912.500)

Puente Alto (573.935)

Viña del Mar (324.836)

Antofagasta (322.900)

Valparaíso (270.200)

San Bernardo (268.800)

Temuco (240.300)

Rancagua (222.141)

Concepción (207.649)

Área: 756.096 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria, en que el presidente está dotado de poderes extensos.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja superior), mercado financiero emergente. Uno de los países más estables y prósperos de Sudamérica. Primer exportador mundial de cobre y salmón. Segundo en Latinoamérica y el Caribe en términos de legislación favorable a los negocios.

Penetración de Computadoras:

14.1 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 18.8 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 61.4 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 98.5% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2011	2012	2013	2014	2015 (e)
PIB (miles de millones de USD)	250.84	266.30	276.97e	264.10e	279.65
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	5.8	5.5	4.2e	2.0e	3.3
PIB per cápita (USD)	14.543e	15.302e	15e	14.911e	15.653
Saldo de hacienda pública (en % del PIB)	-1.0	-0.6	-1.0e	-1.5e	-0.7
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	11.1	12.0	12.8e	13.9e	14.6
Tasa de inflación (%)	3.3	3.0	1.8e	4.4e	3.2
Tasa de paro (% de la población activa)	7.1	6.4	5.9	6.6	7.0

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias en Chile se encuentra en pleno proceso de desarrollo y expansión.

La cámara de comercio de Santiago ha creado recientemente un comité de franquicias, producto de la primera feria de franquicias que se llevo a cabo en Chile en el año 2014. Las franquicias tienen presencia mayoritariamente en la región metropolitana del país y en la mayoría de los casos son de origen extranjero.

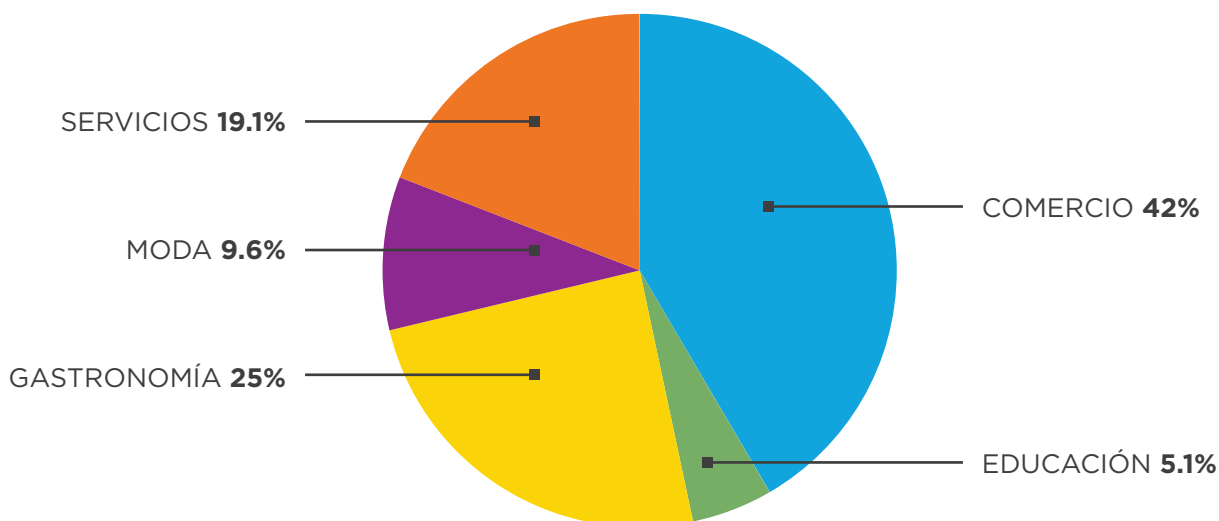
Cabe destacar la importancia que puede tener la localización dado que en Chile la mayor parte de las compras se realiza en los centros comerciales, donde además se concentran la mayoría de las tiendas así como los establecimientos gastronómicos, por lo tanto gran parte de los establecimientos de franquicias en Chile se encuentran en estos centros comerciales.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN CHILE INCLUYE A MÁS DE:

161 / MARCAS

SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



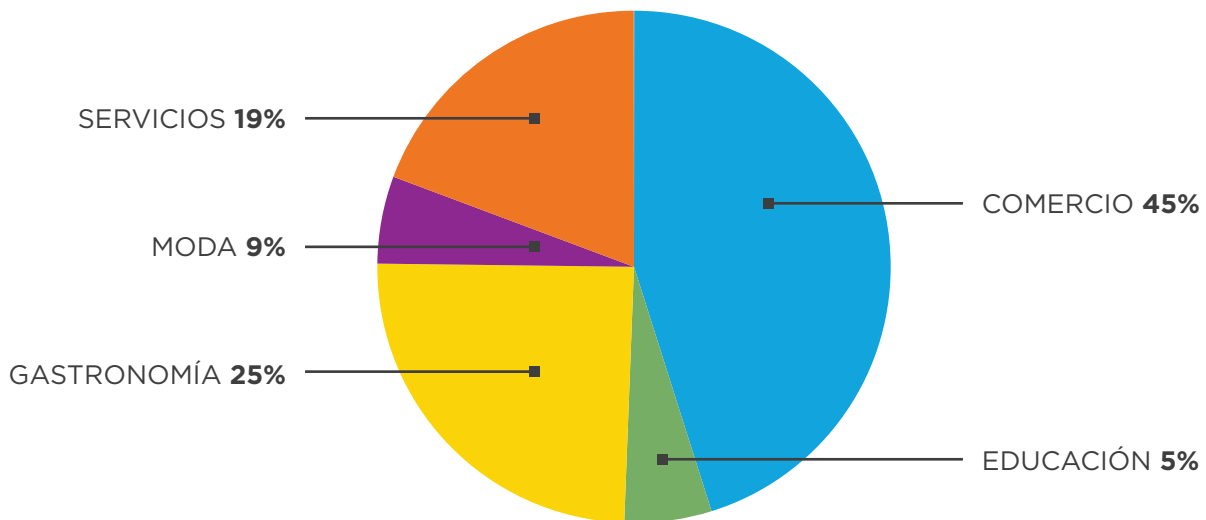
Tipo	Cantidad	%
Comercio	67	41.8%
Educación	8	5.1%
Gastronomía	40	24.6%
Moda	15	9.6%
Servicios	31	19.1%
Total	161	100.0%

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN CHILE ESTA INTEGRADO POR:

3.666 / LOCALES

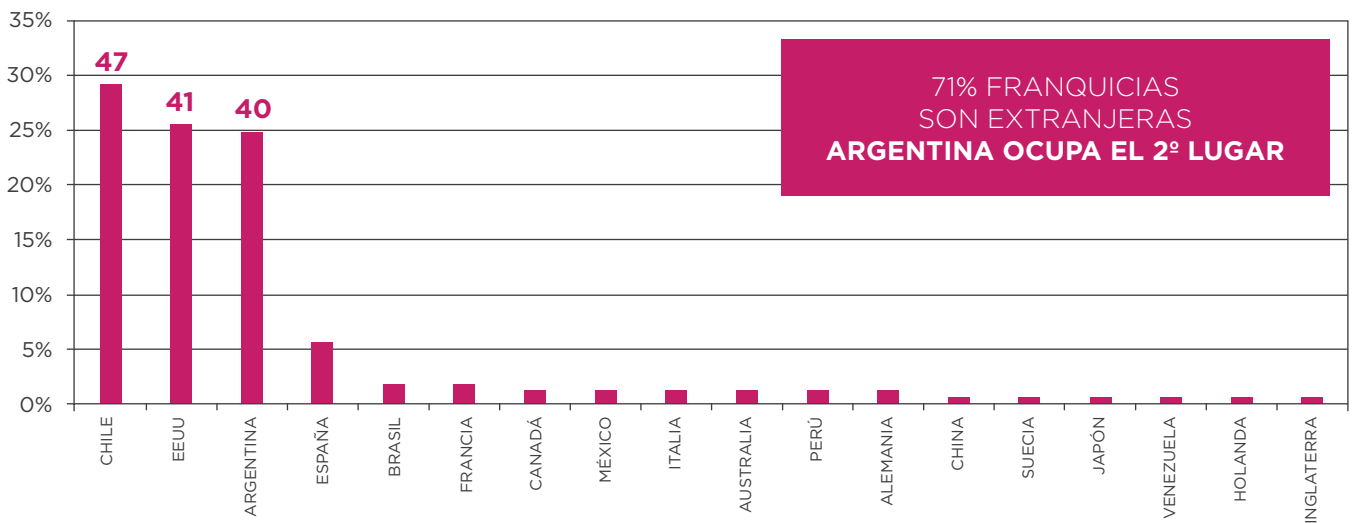
CUYA SEGMENTACIÓN POR SECTOR ES LA SIGUIENTE:



Tipo	Cantidad	%
Comercio	1653	45.1%
Educación	202	5.5%
Gastronomía	902	24.6%
Moda	202	5.5%
Servicios	708	19.3%
Total	3666	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

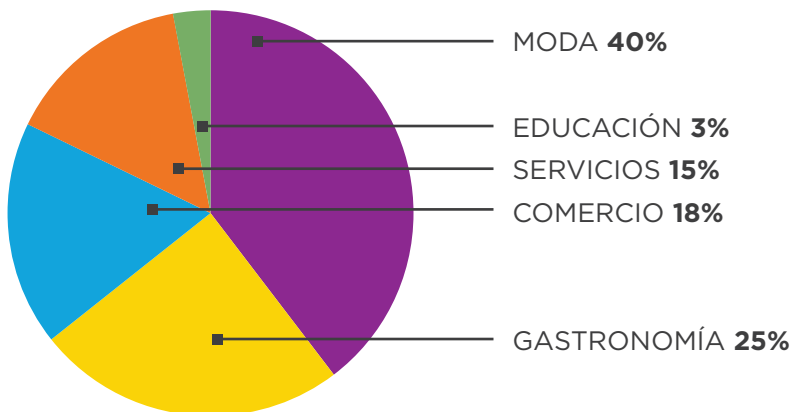
El análisis por país de origen nos permite afirmar que pese al importante desarrollo local de franquicias en Chile de 47 franquicias, predomina la presencia de las de origen extranjero, donde las franquicias originarias de EEUU suman 41, seguidas por Argentina con 40 y España, con 9, por último el resto de los países con hasta 4 franquicias.



71% FRANQUICIAS SON EXTRANJERAS
ARGENTINA OCUPA EL 2º LUGAR

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Analizando las Franquicias argentinas instaladas en Chile podemos ver que respecto a la distribución de marcas por rubro se puede afirmar que el rubro que predomina es el de moda con 40%, seguido por el de gastronomía con un 25%, comercio con 18%, servicios con un 15% y por último educación con el 3%.



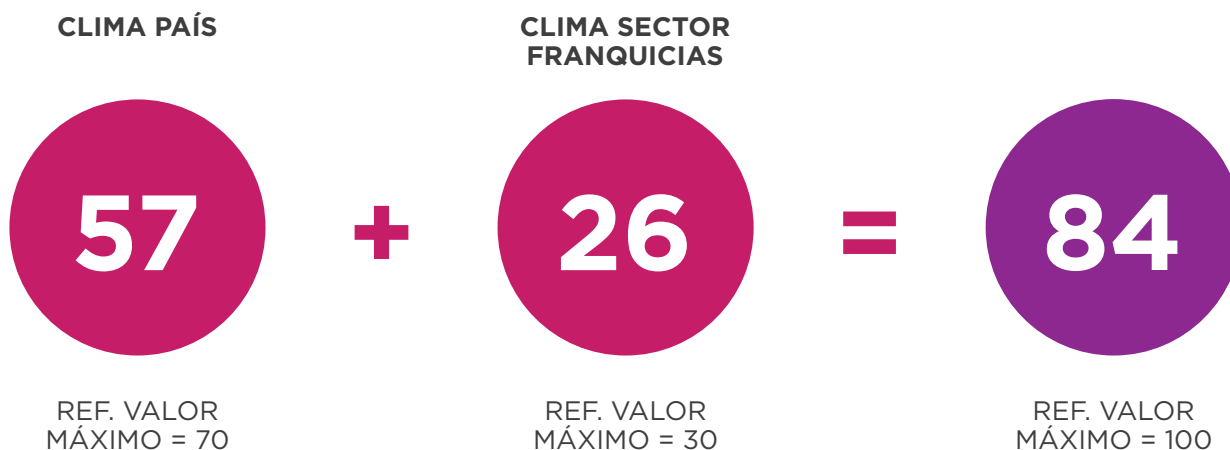
Tipo	Cantidad	%
Moda	16	40%
Gastronomía	10	25%
Comercio	7	18%
Servicios	6	15%
Educación	1	3%
Total	40	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Pese a que existen más de 40 empresas informando el establecimiento de franquicias en Chile, se identificaron en operación las siguientes:

- » Bonafide
- » Cono Pizza
- » Freddo
- » Grido Helado
- » Havana
- » Perramus
- » RubberChic
- » Skin Factory
- » Universo Garden
- » Angels
- » Urban Station
- » El Noble
- » The Coffee Store
- » Del Turista
- » Empanadas Gourmet
- » Kevingston
- » Montagne
- » Paula Cahen
- » 'Danvers
- » Ricky Sarkany
- » Elementos
- » Escenciales
- » Marco Consultora de Marketing
- » Reno
- » Mimo & Co
- » Dabbawalla
- » Etiqueta Negra
- » Jazmín Chebar
- » Kosiuko
- » Legacy
- » Morph
- » Rapsodia
- » Vz Bath and Body
- » La Martina
- » Magma
- » Tamara Di Tella
- » Isadora
- » Todo Moda
- » Academia Boca Juniors
- » Taller Del Girasol
- » Che Lagarto
- » Abuela Goye
- » Vadex Shop

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **PERÚ**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 30.769.077

Crecimiento natural: 0.9%

Densidad: 24 habitantes/km²

Población urbana: 78.3%

Población de principales ciudades:

Lima (8.472.935)

Arequipa (784.651)

Trujillo (682.834)

Chiclayo (524.442)

Piura (377.496)

Área: 1.285.220 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja inferior), mercado financiero emergente. Agricultura, Minería y Turismo son sus principales sectores económicos.

Penetración de Computadoras:

10.0 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 11.5 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 38.2 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 85.7% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2011	2012	2013	2014	2015 (e)
PIB (miles de millones de USD)	170.60	192.67	202.42	208.19	217.61
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	6.5	6.0	5.8e	3.6e	5.1
PIB per cápita (USD)	5.685	6.323	6	6.625e	6.819
Saldo de hacienda pública (en % del PIB)	0.1	1.2	-0.0	0.3	0.9
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	23.2	21.2	20.0e	19.3e	19.2
Tasa de inflación (%)	3.4	3.7	2.8	3.2e	2.3
Tasa de paro (% de la población activa)	7.7	6.8	7.5	6.0	6.0

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El desarrollo del negocio de franquicias en Perú viene creciendo de la mano de la estabilidad y crecimiento del país.

Recién a partir del año 2004 se creó la Cámara Peruana de Franquicias, donde de acuerdo a la información suministrada por la misma, la facturación del conjunto de las franquicias se encuentra en torno a los 500 millones anuales.

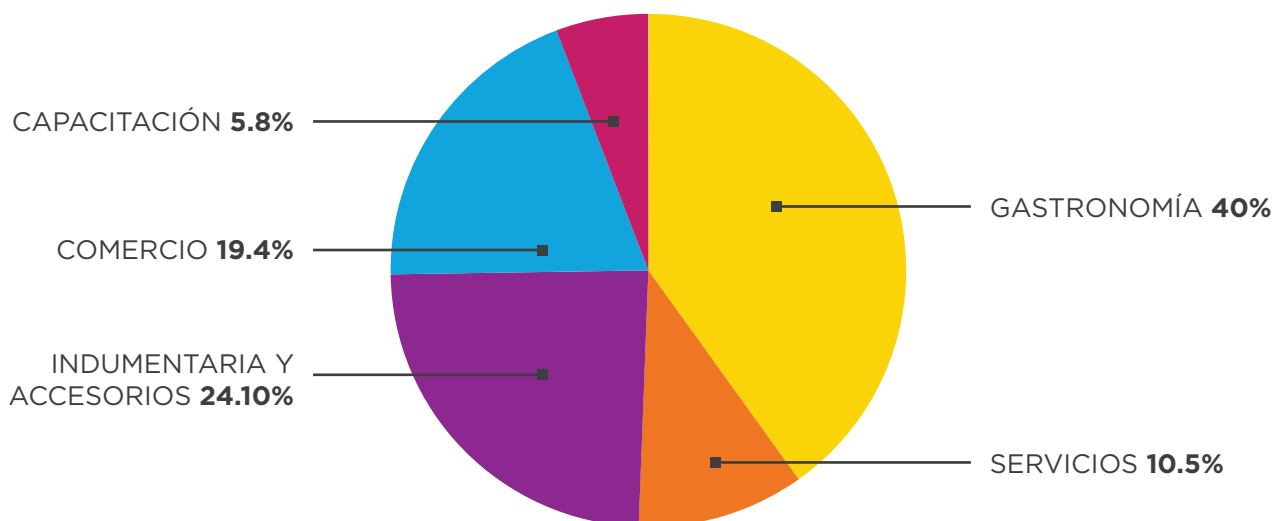
Actualmente el mercado se compone de 65% de franquicias extranjeras y el 35% de nacionales pero se estima que gracias al proceso de crecimiento se manifestará en un 20% de crecimiento anual de franquicias nacionales.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN PERÚ INCLUYE A MÁS DE:

171 / MARCAS

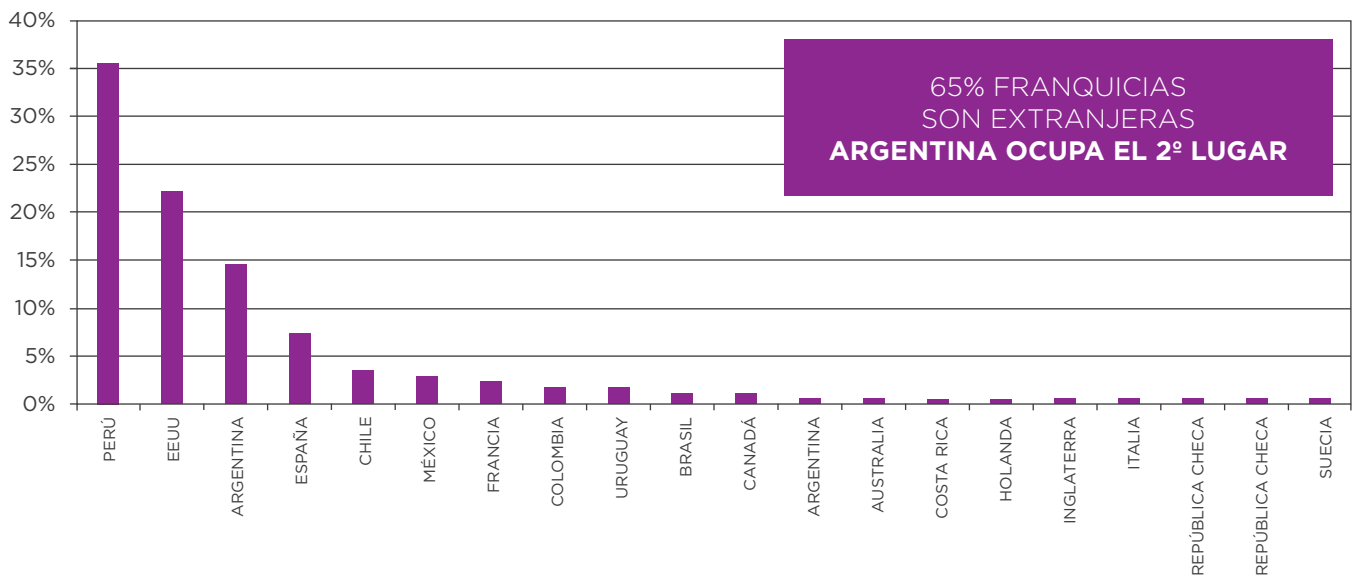
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



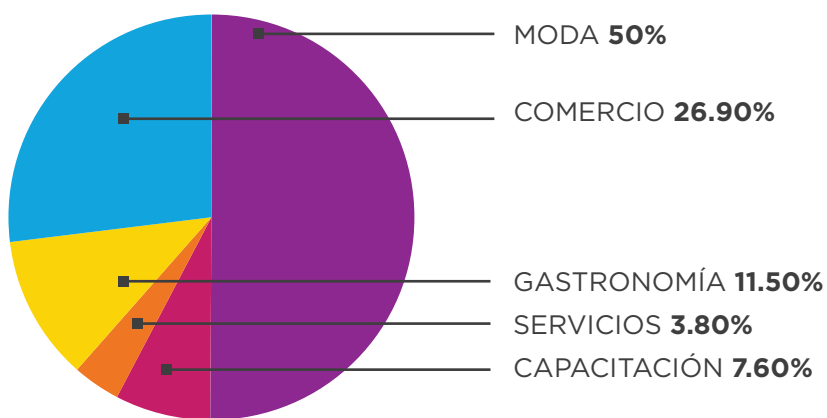
Tipo	%
Gastronomía	40%
Servicios	10.5%
Indumentaria y accesorios	24.10%
Comercio	19.40%
Capacitación	5.80%
Total	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

El análisis nos permite afirmar que es el primer país en el ranking de franquicias, las empresas nacionales son líderes con mas de 60 marcas, seguidas por EEUU con 38 marcas y en tercer lugar se ubica Argentina con 25 , España con 13 y el resto de los países que cuentan con hasta 6 franquicias.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



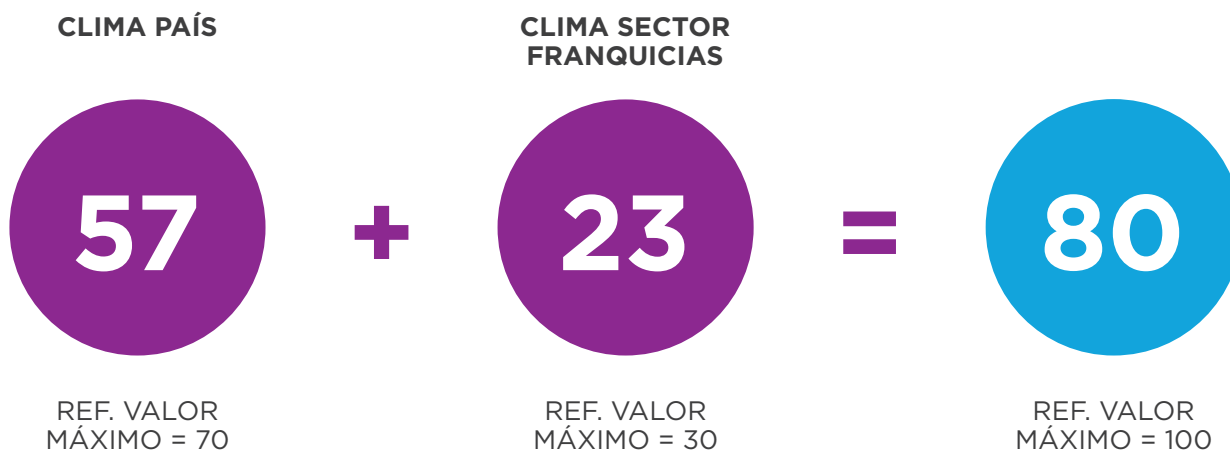
Tipo	Cantidad	%
Moda	13	50%
Capacitación	2	7.60%
Servicios	1	3.80%
Gastronomía	3	11.50%
Comercio	7	26.90%
Total	26	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 25 empresas que cuentan con operaciones en Perú y se han podido identificar al momento las siguientes empresas con Franquicias en operación:

- » Academia Boca Juniors
- » Baby Cottons
- » CaroCuore
- » Che Lagarto
- » Cienfuegos
- » Cono Pizza
- » Fën Hoteles
- » Gabriela de Bianchetti
- » Havanna
- » Ilvem
- » Isadora
- » Jazmín Chebar
- » Kevingston
- » La Bistecca
- » La Martina
- » Markova
- » Mimo & Co
- » Paula Cahen 'Danvers
- » Prototype
- » Prüne
- » Tamara Di Tella
- » Todo Moda
- » Universo Garden Angels
- » VM Beauty

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS COLOMBIA



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 48.929.706

Crecimiento natural: 1.3%

Densidad: 44 habitantes/km²

Población urbana: 76.2%

Población de principales ciudades:

Bogotá (9.155.100)

Medellín (3.731.400)

Cali (2.879.000)

Barranquilla (1.958.500)

Bucaramanga (1.113.500)

Cartagena (1.06.400)

Cúcuta (805.700)

Área: 1.141.748 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja inferior), mercado financiero emergente. Rico en recursos Mineros.

Penetración de Computadoras:

4.2 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 13.2 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 49.0 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 93.6% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2011	2012	2013	2014	2015 (e)
PIB (miles de millones de USD)	336.35	369.79	378.42	400.12	427.14
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	6.6	4.0	4.7	4.8	4.5
PIB per cápita (USD)	7.305	7.938	8	8.394	8.859
Saldo de hacienda pública (en % del PIB)	-3.4	-0.9	-1.1e	-1.2e	-1.4
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	35.7	32.0	35.8e	34.0	33.1
Tasa de inflación (%)	3.4	3.2	2.0	2.8	2.6
Tasa de paro (% de la población activa)	10.8	10.4	9.7	9.3	9.0

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

Las franquicias en Colombia tienen un enorme futuro, dado que el país cuenta con una base empresarial muy importante y con un gran potencial para recibir inversión extranjera de diversos países con intenciones de utilizar la estrategia de franquicia.

Operan actualmente unas 300 marcas con 6.242 establecimientos franquiciados.

Actualmente el 67% del total de franquicias que existen en Colombia son empresas nacionales y el 33% restante corresponde a empresas internacionales.

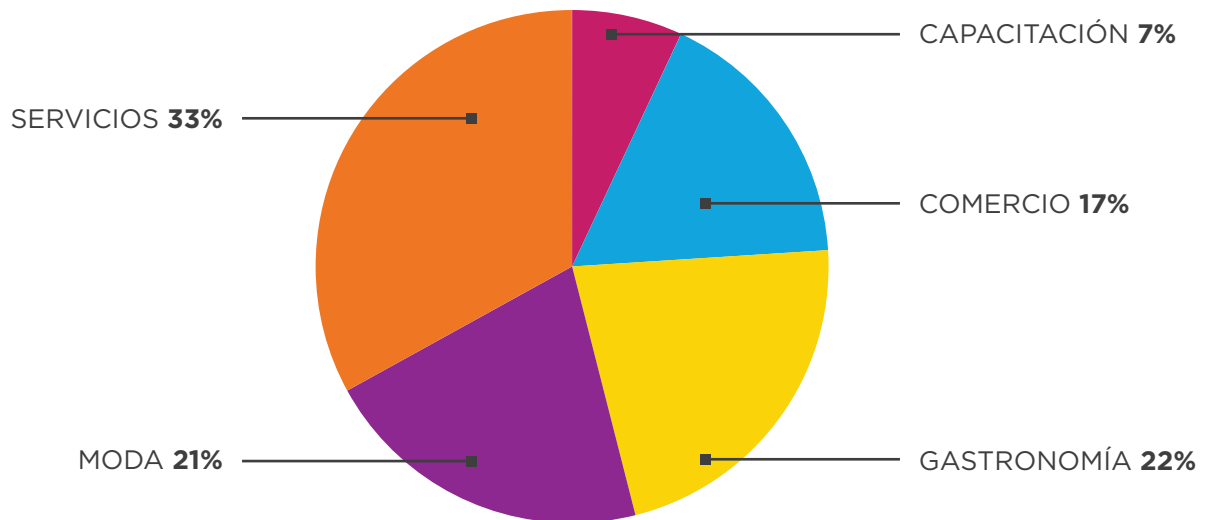
El sistema de franquicias está concentrado principalmente en tres ciudades: Bogotá, Medellín y Cali. La principal ciudad colombiana por el número de centrales de franquicias es Bogotá, que aglutina aproximadamente el 36%, seguida de cerca por la ciudad de Medellín con un 22% y en tercer lugar Cali con el 11%, entre estas tres ciudades se agrupa casi el 70% de los establecimientos.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA INCLUYE A MÁS DE:

302 / MARCAS

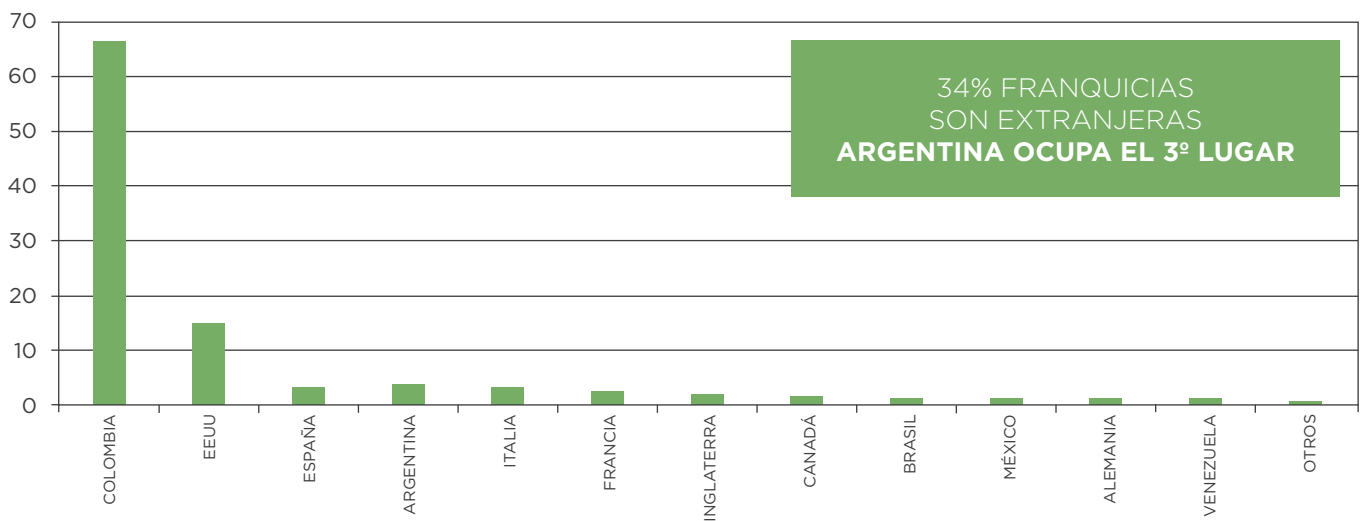
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



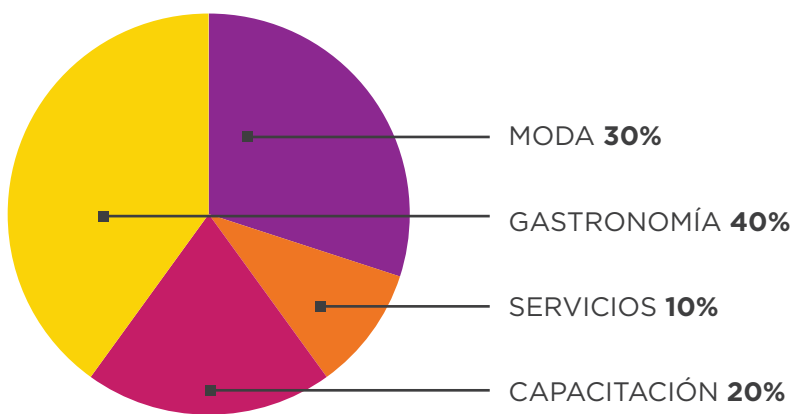
Tipo	Cantidad	%
Capacitación	22	7%
Comercio	50	17%
Gastronomía	67	22%
Moda	64	21%
Servicios	99	33%
Total	302	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

Colombia es líder en el desarrollo local con más de 200 franquicias, seguido por EEUU con 44 y en tercer lugar Argentina con 11 franquicias, España con 9 y el resto de los países que cuentan con hasta 5 franquicias.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



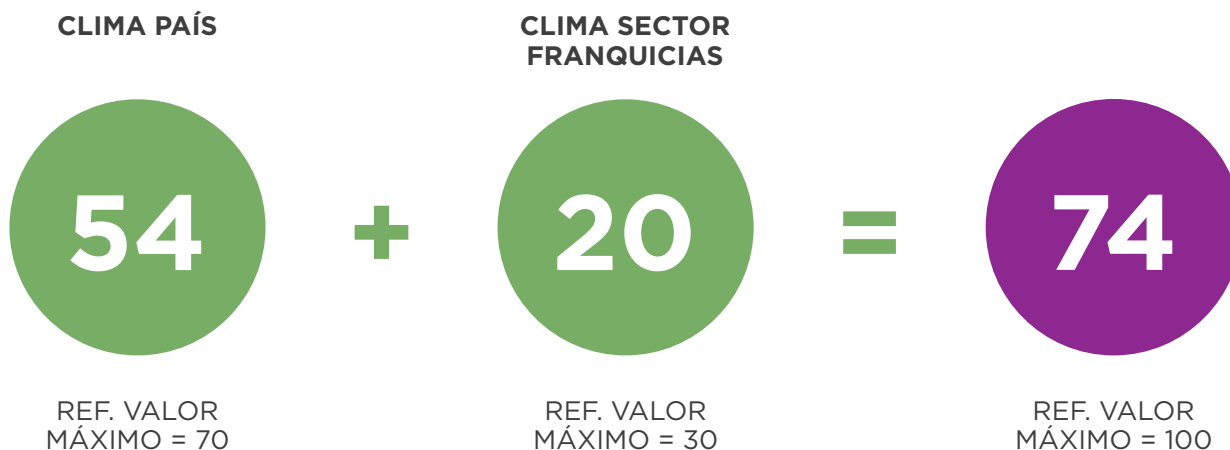
Tipo	Cantidad	%
Moda	3	30%
Servicios	1	10%
Capacitación	2	20%
Gastronomía	4	40%
Total	10	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 11 empresas que cuentan con operaciones en Colombia, habiéndose podido identificar al momento las siguientes empresas con franquicias en operación:

- » Academia Boca Juniors
- » Balcarce
- » Che Lagarto
- » Cono Pizza
- » El Noble
- » Ilvem
- » Kosiuko
- » La Martina
- » LQF - Pizza en Cono
- » Rapsodia
- » Urban Station

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **COSTA RICA**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 4.937.755

Crecimiento natural: 1.3%

Densidad: 97 habitantes/km²

Población urbana: 75.9%

Población de principales ciudades:

San José (1.633.282)

Alajuela (876.073)

Cartago (510.727)

Heredia (449.257)

Liberia (280.488)

Puntarenas (368.827)

Limón (444.884)

Área: 51.100 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja superior), Segunda economía de centro américa. El turismo es una de sus principales industrias.

Penetración de Computadoras:

23 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 21.2 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 47.5 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 99.3% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2014
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	49,55
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	3,5
PIB per cápita (<i>USD</i>)	10.415
Saldo de hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	39,0
Tasa de inflación (%)	5,13
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	9,7
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-543,5

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias de Costa Rica es uno de los más desarrollados de Centroamérica, pasó de receptor de franquicias a ser generador y cuenta con apoyo gubernamental. Aunque hay que validar que es un mercado relativamente joven, comparado con otros mercados.

El contrato de franquicia no está específicamente regulado, por lo que se aplican normas de contratación privada y algunas otras normas especiales.

Cuenta con un Centro Nacional de Franquicias (CENAF) donde se encuentran registradas la mayoría de las franquicias nacionales y extranjeras. Además existe la Asociación Costarricense de Franquicias (ACOFRA).

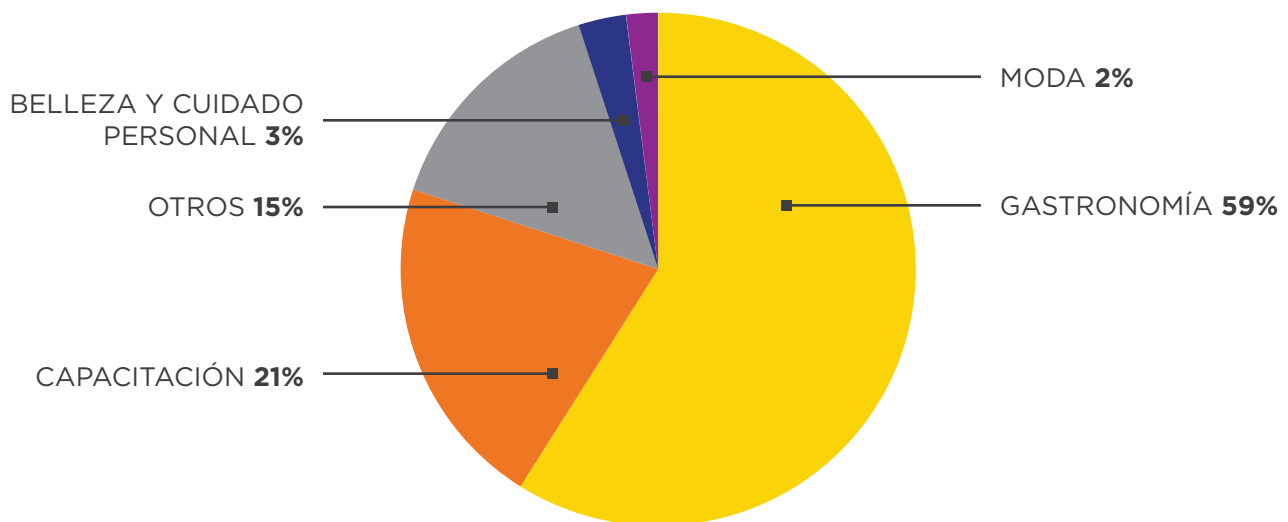
La mayor parte de la demanda se encuentra en la ciudad de San José, donde se sitúan la mayoría de las franquicias y cuyo sector predominante es el alimenticio.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN COSTA RICA INCLUYE A MÁS DE:

278 / MARCAS

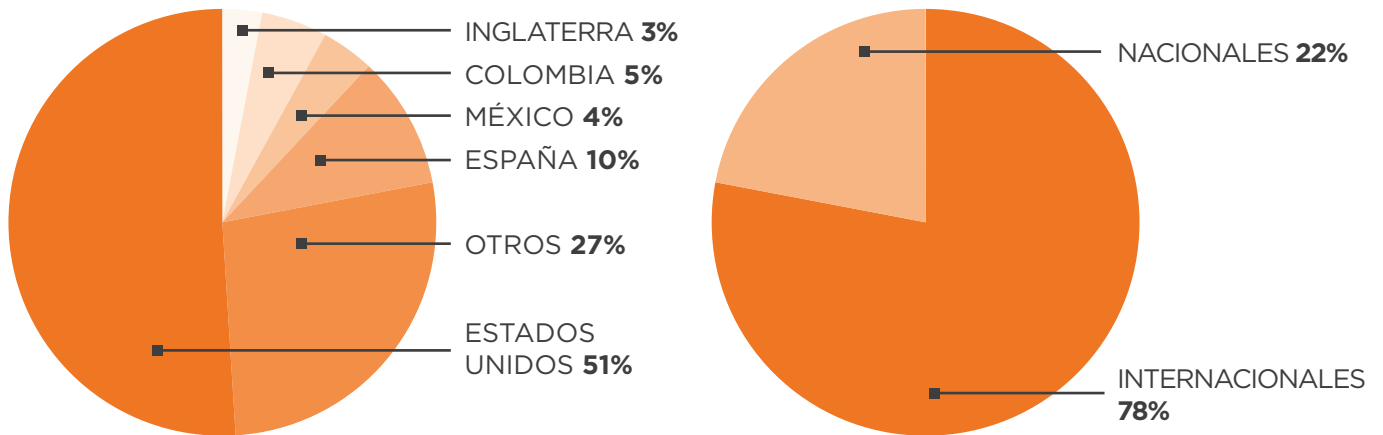
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



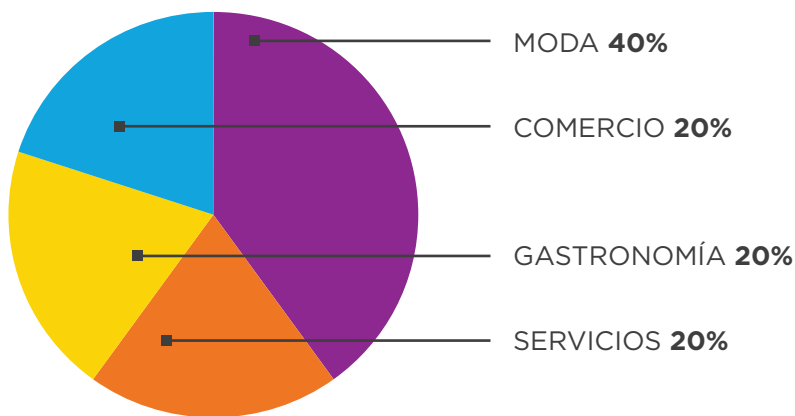
Tipo	Cantidad	%
Gastronomía	164	59.00%
Servicios	58	21.00%
Otros	42	15.00%
Belleza y cuidado personal	8	3.00%
Moda	6	2.00%
Total	278	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

En el análisis al mercado de franquicias de Costa Rica, encontramos la mayoría de marcas de EEUU con 51%, seguida por España con 10%, y luego las nacionales.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



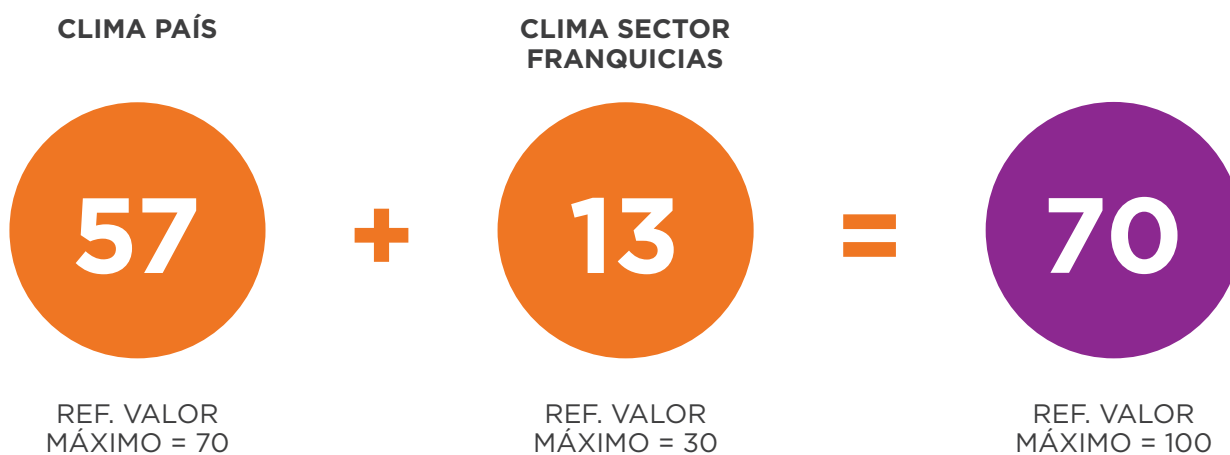
Tipo	Cantidad	%
Moda	2	40%
Servicios	1	20%
Gastronomía	1	20%
Comercio	1	20%
Total	5	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 5 empresas que cuentan con operaciones en Costa Rica, habiéndose podido identificar al momento las siguientes:

- » Tamara Di Tella
- » Mimo & Co
- » Fën Hoteles
- » Balcarce
- » Cheeky

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **PARAGUAY**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 6.917.579

Crecimiento natural: 1.7%

Densidad: 17 habitantes/km²

Población urbana: 59.4%

Población de principales ciudades:

Asunción (542.023)

San Lorenzo (489.000)

Ciudad del Este (312.652)

Luque (362.862)

Fernando de la Mora (312.652)

Lambaré (300.000)

Pedro Juan Caballero (292.917)

Capiatá (232.257)

Encarnación (146.508)

Salto del Guairá (110.841)

Área: 406.752 km²

Forma de gobierno: República basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: país de ingresos medios (franja inferior). El principal mercado es la agricultura y ganadería.

Líneas telefónicas: 5.6 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 27.1 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 96.3% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2014
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	30,98
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	4,4
PIB per cápita (<i>USD</i>)	4.264 (2013)
Saldo de hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-1.0 (2012)
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	16,79
Tasa de inflación (%)	4,2
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	5,5
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-231.4

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias de Paraguay esta en pleno desarrollo.

Es un gran receptor de franquicias, como las argentinas, brasileñas y estadounidenses. Al igual que Chile, cuenta con gran variedad de shoppings; el canal de distribución por excelencia de las franquicias.

No obstante, las franquicias paraguayas, lentamente están iniciando un proceso de exteriorización.

Con respecto al contrato de franquicia en Paraguay, se encuentra ausente de una regulación. Por decisión de la ley paraguaya, no se aplica una regulación específica para el tema de franquicias.

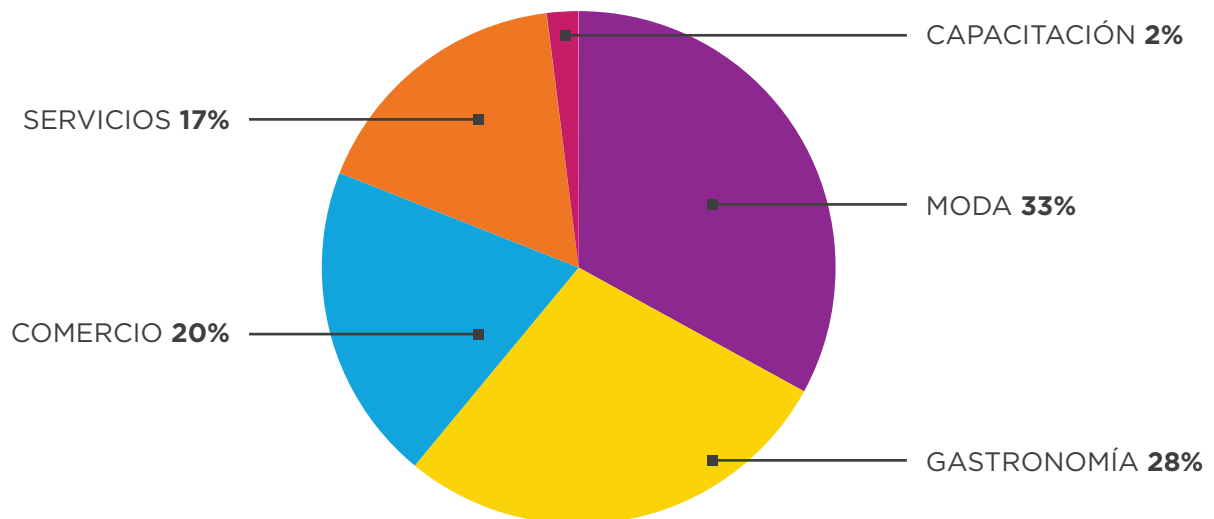
La mayoría de las franquicias se acentúan en Asunción principalmente, y luego en Costa Del Este.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN PARAGUAY INCLUYE A MÁS DE:

132 / MARCAS

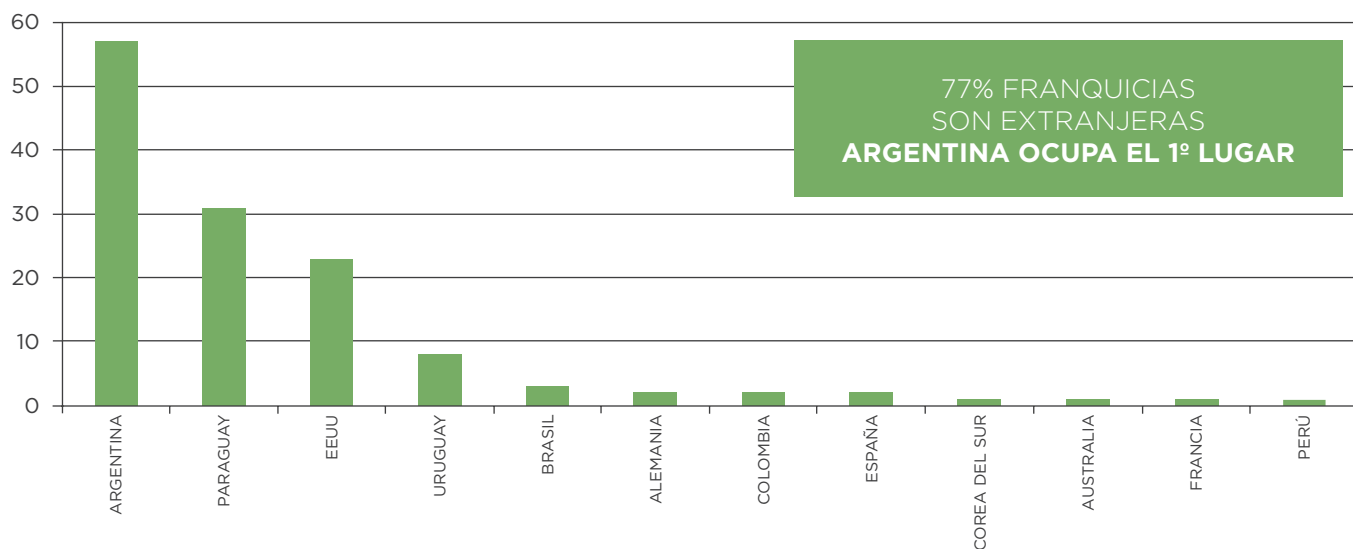
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



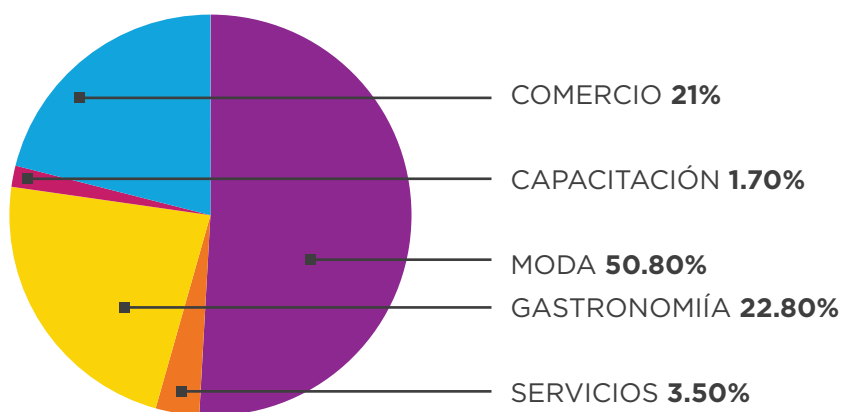
Tipo	Cantidad	%
Moda	43	33%
Gastronomía	37	28%
Comercio	27	20%
Servicios	23	17%
Capacitación	2	2%
Total	132	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

En el análisis al mercado de franquicias de Paraguay, encontramos 57 marcas argentinas, seguida por las nacionales con 31 y en tercer lugar EEUU con 23.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



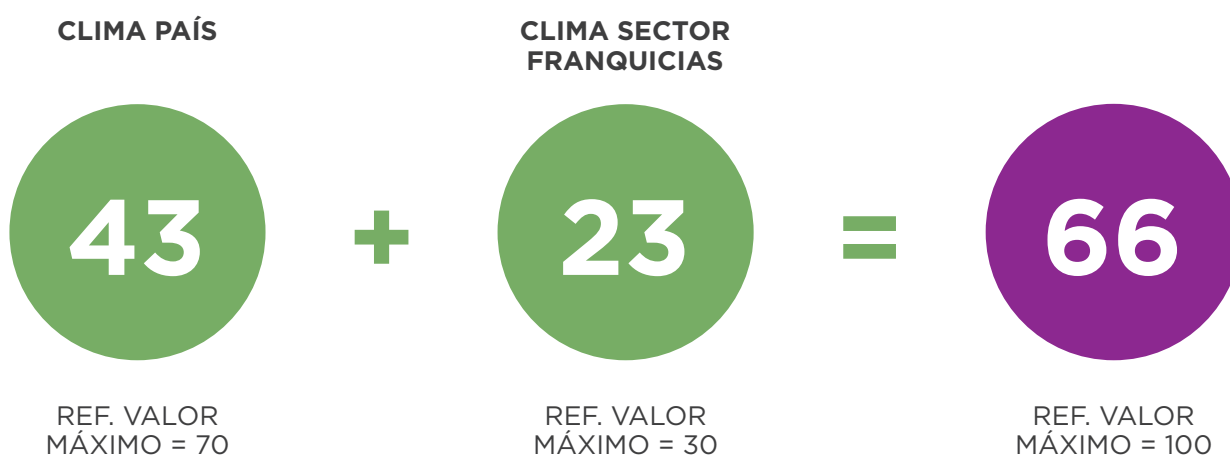
Tipo	Cantidad	%
Moda	29	50.80%
Servicios	2	3.50%
Gastronomía	13	22.80%
Capacitación	1	1.70%
Comercio	12	21%
Total	57	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 57 empresas que cuentan con operaciones en Paraguay, habiéndose podido identificar al momento las siguientes:

- » Bonafide
- » Café Martínez
- » Cardón Cosas Nuestras
- » Cono Pizza
- » Fën Hoteles
- » Freddo
- » Havana
- » Pampero
- » Skin Factory
- » SushiClub
- » Tomate Algo®
- » El Noble
- » Giro Didáctico
- » Buquebus Turismo
- » Kevingston
- » Portsaid
- » SARKANY
- » Vitamina
- » Mimo & Co
- » Jazmín Chebar
- » Legacy
- » Maria Cher
- » Prüne
- » Wanama
- » Cocot
- » Tamara Di Tella
- » Centro Estético Ravenna
- » LACA Cosmética
- » Roberto Giordano
- » Muaa
- » Plaza España Solarium
- » Fashiondrinks
- » IGI Instituto Gastronómico
- » Markova
- » Pinturerías Colorshop
- » Universo Garden Angels
- » LQF - Pizza en Cono
- » London Tie
- » Paula Cahen 'Danvers
- » Dulce Carola
- » Kosiuko
- » Akiabara
- » Prüne
- » Ver
- » Baby Cottons
- » Helados Panda
- » Piegari
- » Admit One
- » Prototype
- » Che Lagarto
- » Uma
- » Sitio Express
- » Lechezzuca
- » La Cabrera
- » XL
- » Waiting

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **BOLIVIA**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 10.847.664

Crecimiento natural: 1.6%

Densidad: 10 habitantes/km²

Población urbana: 68.1%

Población de principales ciudades:

La Paz (1.613.457)

Santa Cruz de la Sierra (1.473.457)

Cochabamba (630.587)

Oruro (264.683)

Sucre (259.388)

Potosí (205.346)

Tarija (189.652)

Sacaba (69.494)

Quillacollo (137.029)

Área: 1.098.580 km²

Forma de gobierno: República democrática.

Nivel de desarrollo: País de ingresos medios bajos (franja inferior), mercado emergente en los últimos años. País muy rico en recursos energéticos (gas).

Líneas telefónicas: 8.6 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 34.2 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 77.5%
de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2013/2015
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	30,6
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	5,4
PIB per cápita (<i>USD</i>)	2.867,64 (2013)
Saldo de hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	18,00
Tasa de inflación (%)	5,19
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	3.2 (2013)
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-16.356

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

Bolivia es un país con grandes posibilidades para el desarrollo de franquicias debido al potencial de crecimiento y desarrollo del país en general.

La existencia de sectores poco saturados y con grandes oportunidades comerciales permite hablar de un nicho de mercado que ofrece cierta rentabilidad potencial.

Además, se debe destacar que el mercado boliviano comienza a abrirse a este modelo de crecimiento empresarial y es adecuado pensar en la franquicia como una forma de introducción en el mismo.

Todo este proceso se ve favorecido por la reciente apertura de centros comerciales, por el cambio de mentalidad en la población boliviana, la presencia de un mayor número de extranjeros y el aumento del poder adquisitivo de la población.

La fuerza de la marca en un país como Bolivia no significa éxito; por el contrario, las características más importantes son la capacidad de adaptación y de modificación por parte del franquiciador. Por tanto, el primer punto de partida es considerar las peculiaridades de este mercado y la necesidad de adaptación a las mismas para lograr que la franquicia tenga éxito.

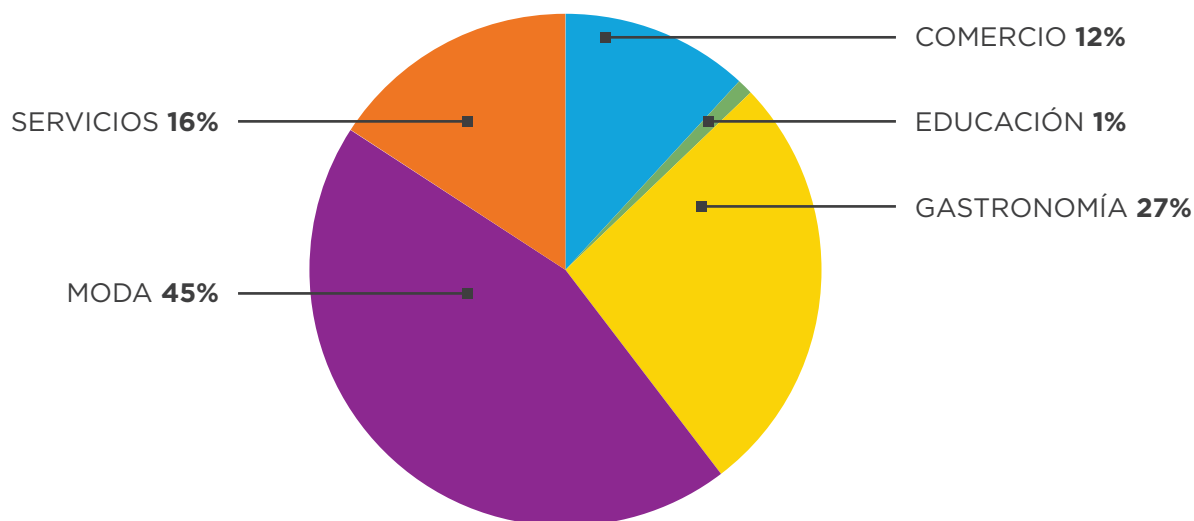
La demanda mayor se localiza en los principales núcleos urbanos como: La Paz, Santa Cruz y Cochabamba; sin embargo, por necesidades de expansión, se han detectado otras ciudades en las que se han implantado franquicias: Tarija, Sucre y Trinidad.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN BOLIVIA INCLUYE A MÁS DE:

83 / MARCAS

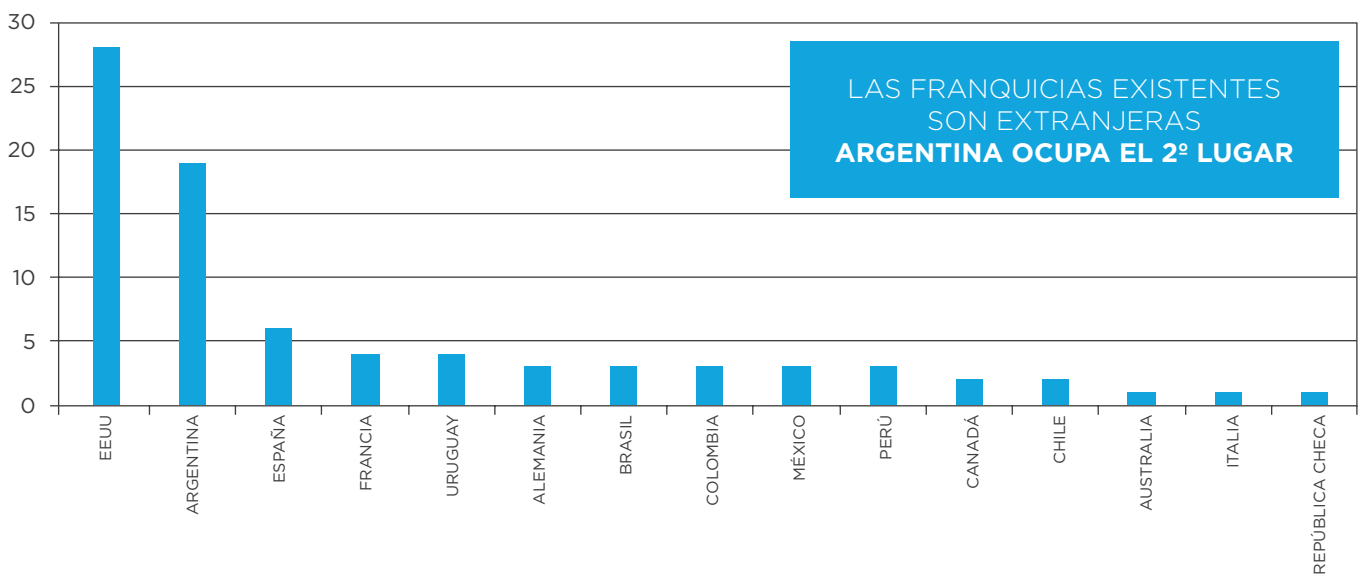
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



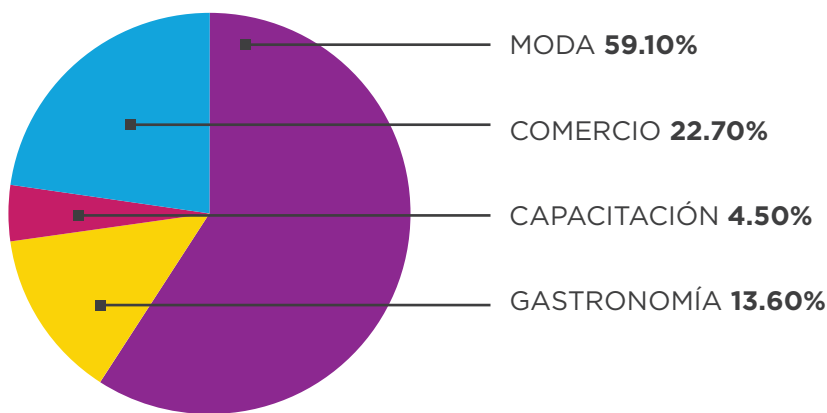
Tipo	Cantidad	%
Comercio	10	12%
Educación	1	1%
Gastronomía	22	27%
Moda	37	45%
Servicios	13	16%
Total	83	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

El análisis por país nos permite afirmar que EEUU es el primer país por ranking de franquicias con 38 marcas, en segundo lugar se ubica Argentina con 19 Franquicias, seguido por España con 6 y Francia y Uruguay con 4 y por último 10 países que tienen menos de 3 franquicias.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



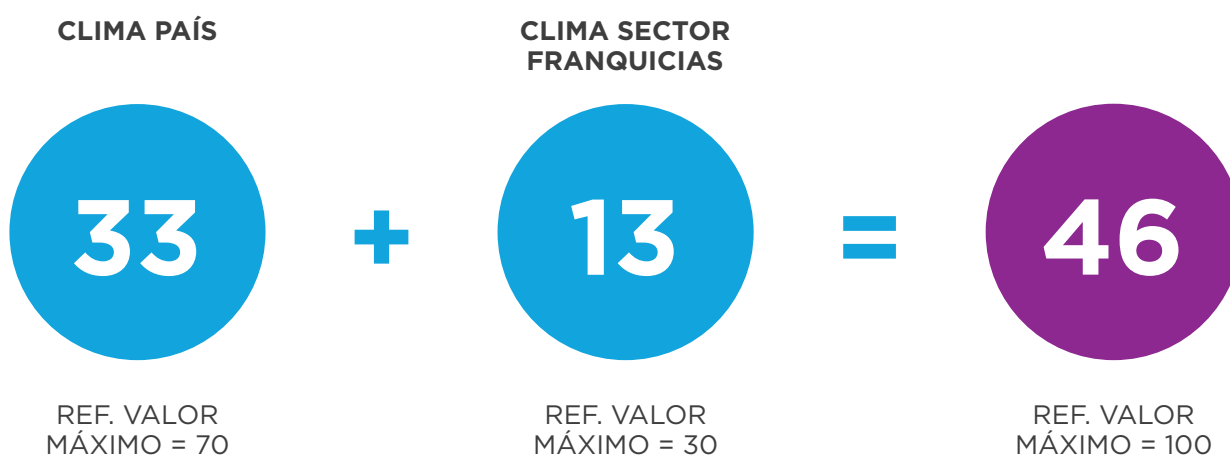
Tipo	Cantidad	%
Moda	12	59,10%
Gastronomía	3	13,60%
Capacitación	1	4,50%
Comercio	5	22,70%
Total	22	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 19 Empresas que cuentan con operaciones en Bolivia y se han podido identificar al momento las siguientes empresas:

- » Academia Boca Juniors
- » Café Swiss
- » CaroCuore
- » Che Lagarto
- » Cheeky
- » Freddo
- » Hair Recovery
- » Havanna
- » Kosiuko
- » La Martina
- » Legacy
- » Magdalena Esposito
- » Muaa
- » Prüne
- » Reno
- » Ricky SARKANY
- » Try Me
- » Universo Garden Angels
- » Vz Bath and Body

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **BRASIL**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 202.033.670

Crecimiento natural: 0.8%

Densidad: 24 habitantes/km²

Población urbana: 85.4%

Población de principales ciudades:

São Paulo (21.090.791)

Río de Janeiro (12.166.798)

Belo Horizonte (5.813.410)

Brasília (4.201.737)

Porto Alegre (4.179.197)

Salvador (3.953.288)

Recife (3.914.317)

Fortaleza (3.852.705)

Curitiba (3.449.491)

Campinas (3.081.247)

Goiânia (2.421.831)

Área: 8.515.770 km²

Forma de gobierno: República democrática.

Nivel de desarrollo: País con una renta intermedia (nivel superior), mercado financiero emergente. 7º economía mundial el principal productor de azúcar y café en el mundo.

Penetración de Computadoras:

16,1 por 100 habitantes

Líneas telefónicas: 22,3 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 49,8 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 98.3% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2011	2012	2013	2014	2015 (e)
PIB (miles de millones de USD)	2474.64	2247.75	2246.04e	2244.13e	2356.78
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2.7	1.0	2.5e	0.3e	1.4
PIB per cápita (USD)	12.536	11.281	11e	11.067e	11.527
Saldo de hacienda pública (en % del PIB)	-3.0	-2.7	-3.5e	-3.6e	-2.8
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	64.7	68.2	66.2e	65.8e	65.6
Tasa de inflación (%)	6.6	5.4	6.2e	6.3e	5.9
Tasa de paro (% de la población activa)	6.0	5.5	5.4	5.5	6.1

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

Es el país líder en el desarrollo del mercado de franquicias local con más de 1800 marcas franquiciadas pudiéndose encontrar franquicias de casi todos los segmentos posibles. El sector ha experimentado un crecimiento espectacular en la última década. El crecimiento del sector se ha mantenido muy superior al del PIB, con una banda estable de entre diez y quince puntos.

El número de MARCAS se ha multiplicado por cuatro en la última década y el número de unidades franquiciadas por tres, y también se ha doblado el número de empleados del sector, que supera ya largamente el millón de personas. Este crecimiento acumulado ha provocado que Brasil sea el sexto mercado a nivel mundial.

Las franquicias nacionales brasileñas están, generalmente, poco internacionalizadas pero la situación inversa ocurre en el caso de las franquicias extranjeras que se encuentran en Brasil, que suponen un número muy reducido del total, en torno al 7,6% actualmente.

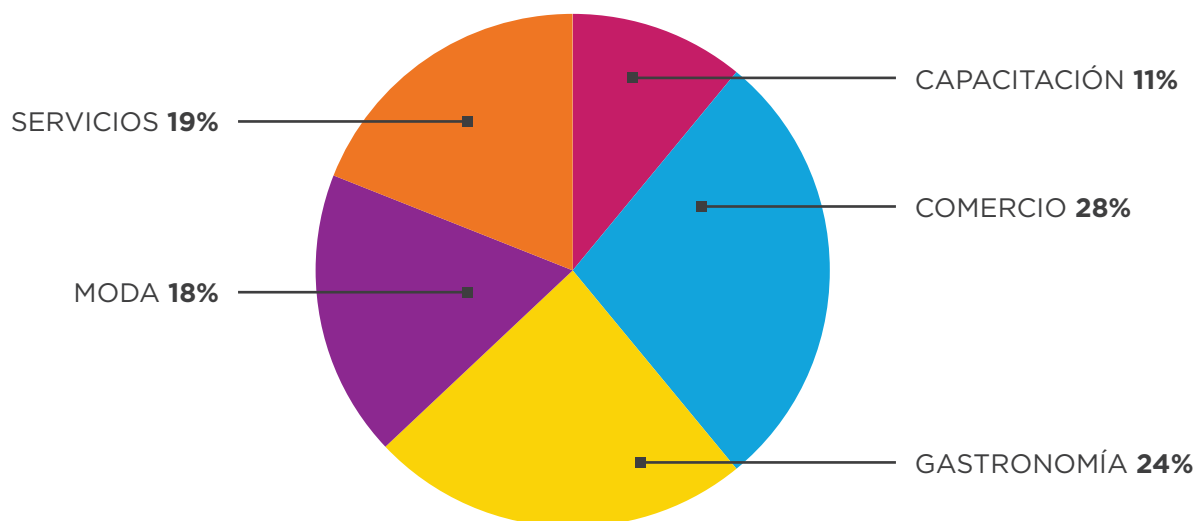
La ubicación más demandada por las franquicias son los centros comerciales especialmente en los estados de São Paulo, Rio de Janeiro y un poco por detrás Minas Gerais.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN BRASIL INCLUYE A MÁS DE:

1855 / MARCAS

SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



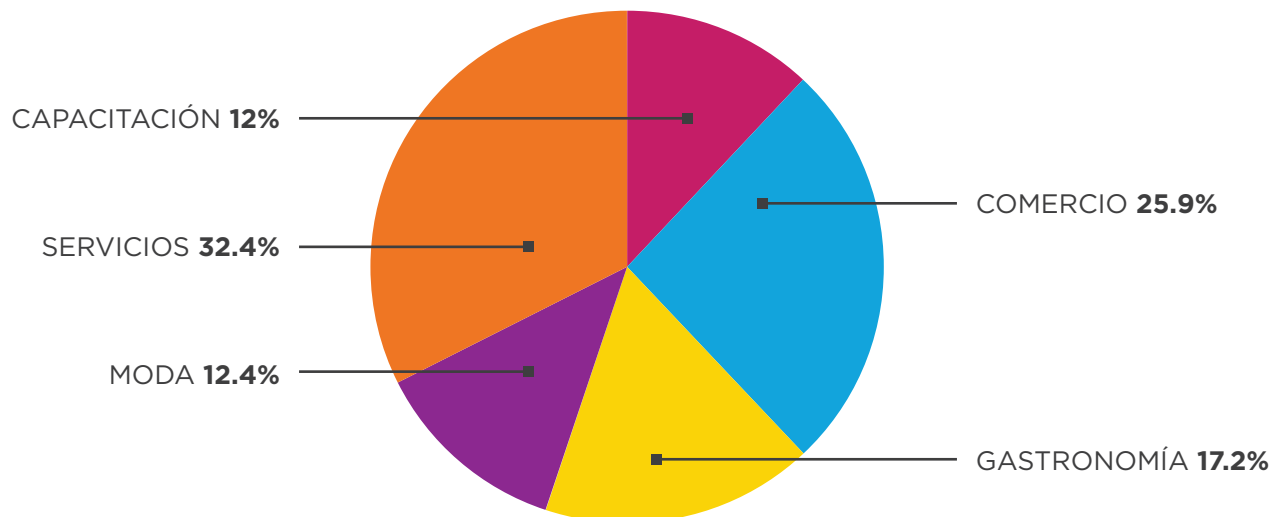
Tipo	Cantidad	%
Capacitación	204	11%
Comercio	519	28%
Gastronomía	445	24%
Moda	334	18%
Servicios	352	19%
Total	1855	100.0%

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN BRASIL ESTA INTEGRADO POR:

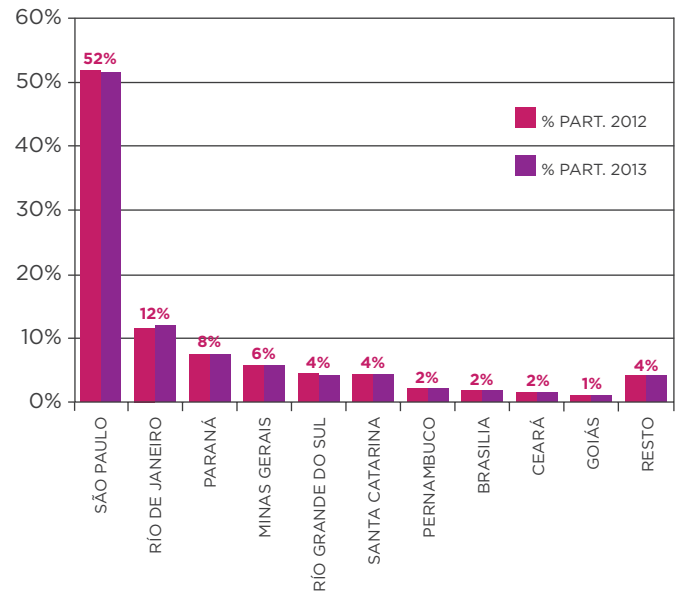
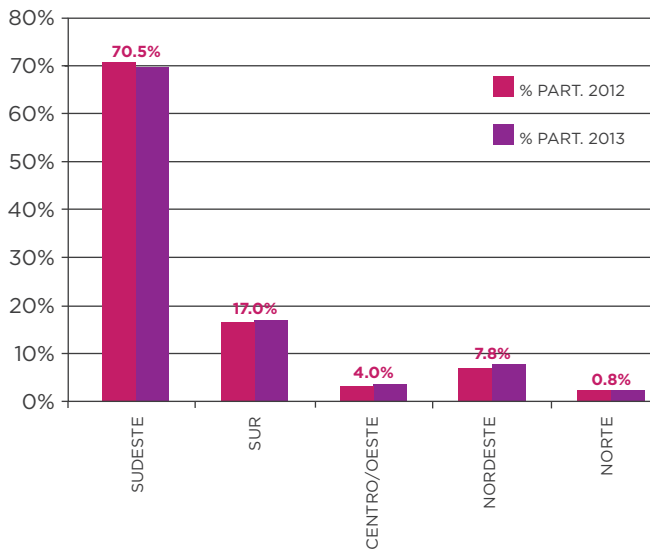
114.243 / PUNTOS DE VENTA

CUYA SEGMENTACIÓN POR SECTOR ES LA SIGUIENTE:



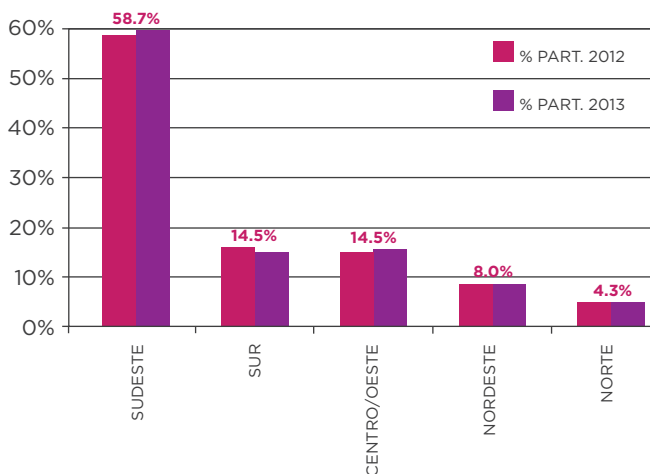
Tipo	Cantidad	%
Capacitación	13.742	12.0%
Comercio	29.642	25.9%
Gastronomía	19.675	17.2%
Moda	14.186	12.4%
Servicios	36.998	32.4%
Total	114.243	100.0%

LOCALIZACIÓN DE LAS SEDES DE LOS FRANQUICIADORES

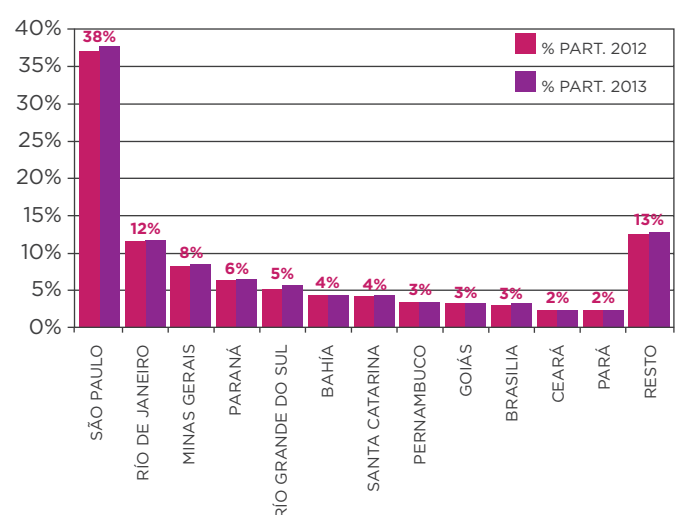


DISTRIBUCIÓN DE LAS FRANQUICIAS POR REGIONES Y ESTADOS

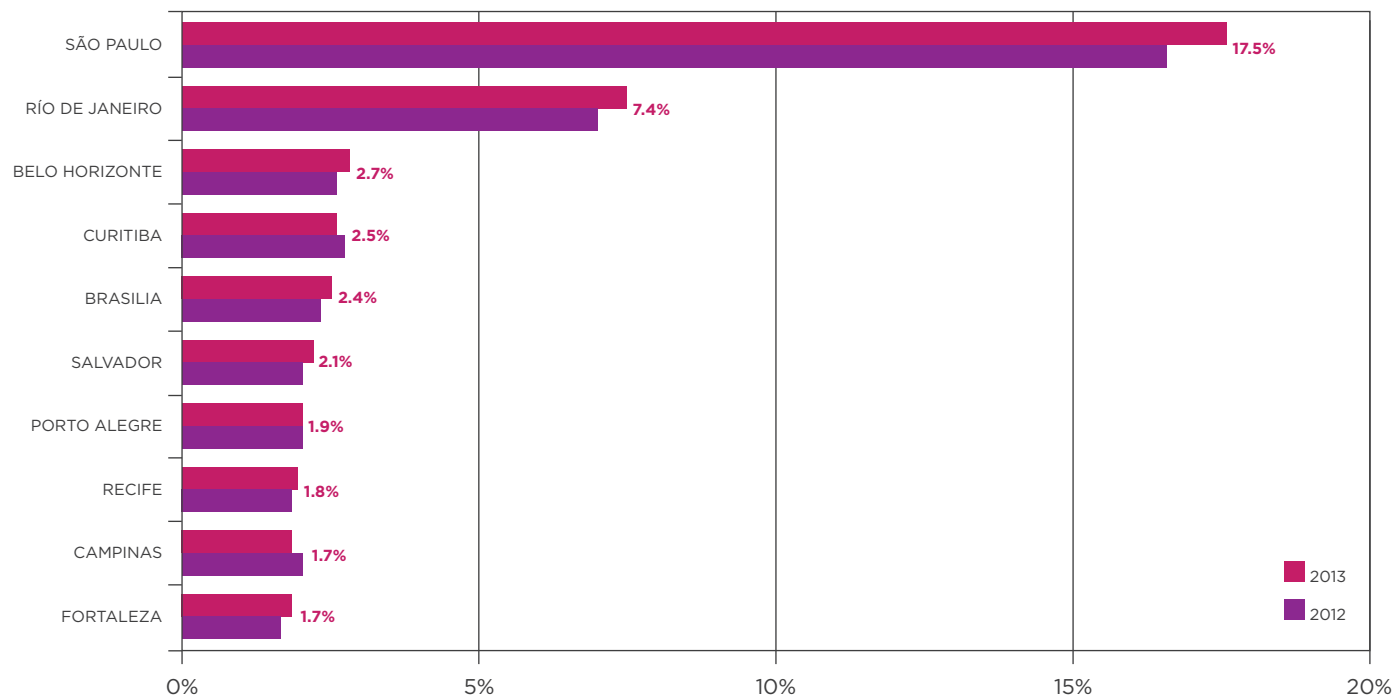
DISTRIBUCIÓN DE LAS FRANQUICIADAS POR REGIONES



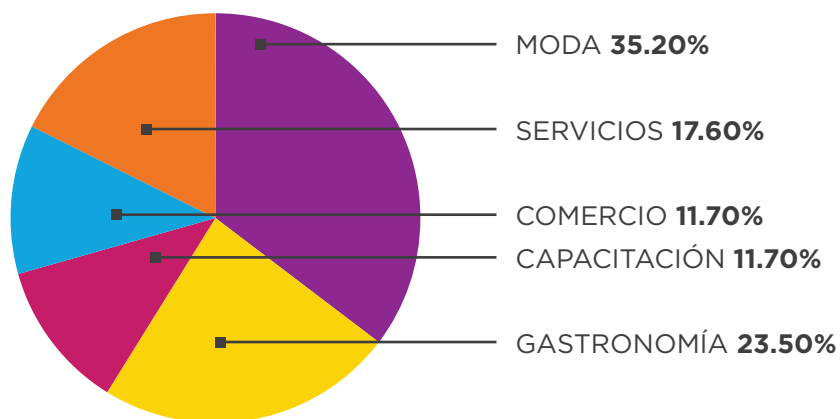
DISTRIBUCIÓN DE LAS FRANQUICIADAS POR ESTADOS



DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES FRANQUICIADAS POR CIUDADES



FRANQUICIAS ARGENTINAS



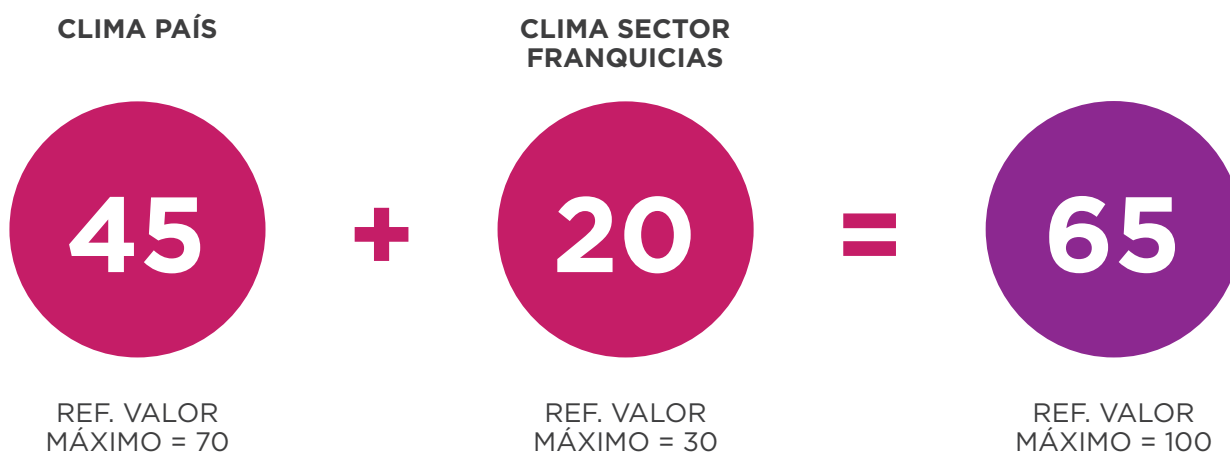
Tipo	Cantidad	%
Moda	6	35.20%
Gastronomía	4	23.50%
Capacitación	2	11.70%
Comercio	2	11.70%
Servicios	3	17.60%
Total	17	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 18 Empresas que cuentan con operaciones en Brasil y se han podido identificar al momento las siguientes empresas:

- » Academia Boca Juniors
- » Baby Cottons
- » Centro Estético Ravenna
- » Che Lagarto
- » Cheeky
- » Chungo
- » Cienfuegos
- » El Noble
- » Etiqueta Negra
- » Freddo
- » Havanna
- » Ilvem
- » La Martina
- » Marco Consultora de Marketing
- » Montagne
- » Paulino Acosta
- » Rapsodia
- » Tamara Di Tella

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS **PANAMÁ**



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 3.926.017

Crecimiento natural: 1,6%

Densidad: 53 habitantes/km²

Población urbana: 66.3%

Población de principales ciudades:

Panama City (430,299)

San Miguelito (315,019)

Las Cumbres (127,440)

La Chorrera (118,521)

Tocumen (113,174)

Pacora (103,960)

Área: 75.420 km²

Forma de gobierno: República democrática.

Nivel de desarrollo: país con una renta intermedia (nivel superior). Economía basada en turismo, actividades portuarias y fees por cruce por canal.

Líneas telefónicas: 17.7 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 45.2 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 88.3% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2013/2014
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	46,2
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	6,2
PIB per cápita (<i>USD</i>)	11,036,81 (2013)
Saldo de hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	4,1
Tasa de inflación (%)	2,6
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	3,2 (2013)
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	- 5.258

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias de Panamá está creciendo poco a poco y está dominado por franquicias de origen extranjero, pero donde lentamente las empresas nacionales están adoptando este sistema de negocios.

No hay una Cámara ni tampoco una Asociación que represente a las franquicias panameñas ni a las extranjeras. No obstante, Panamá organiza ferias de franquicias y exposiciones para que cada franquicia pueda mostrar su potencial.

Con respecto al contrato de franquicias en Panamá, es un contrato atípico, tampoco se encuentra regulado.

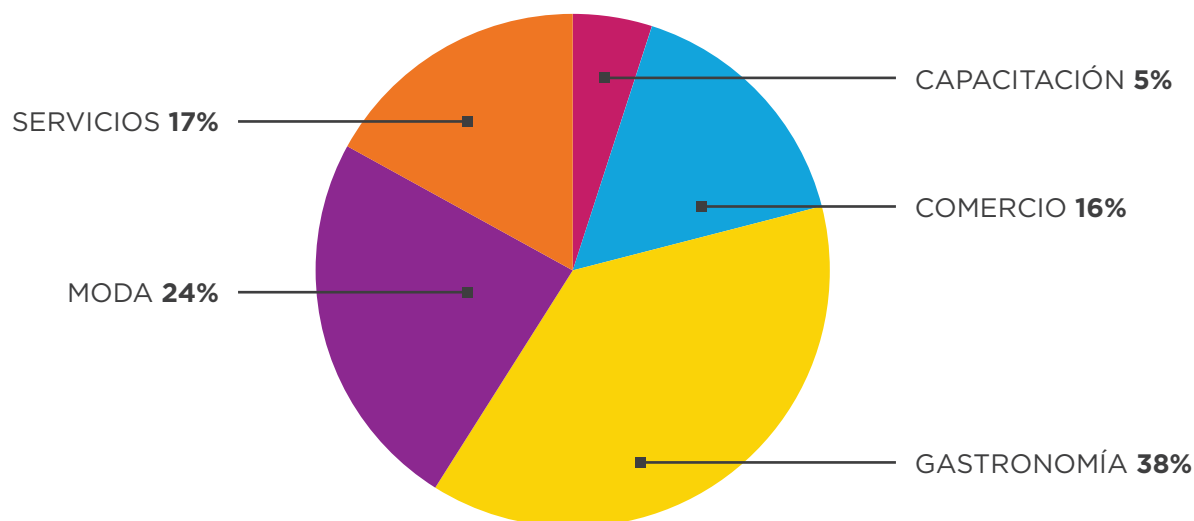
El Canal de Panamá y sus alrededores es donde se establecen la mayoría de las marcas.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN PANAMÁ INCLUYE A MÁS DE:

141 / MARCAS

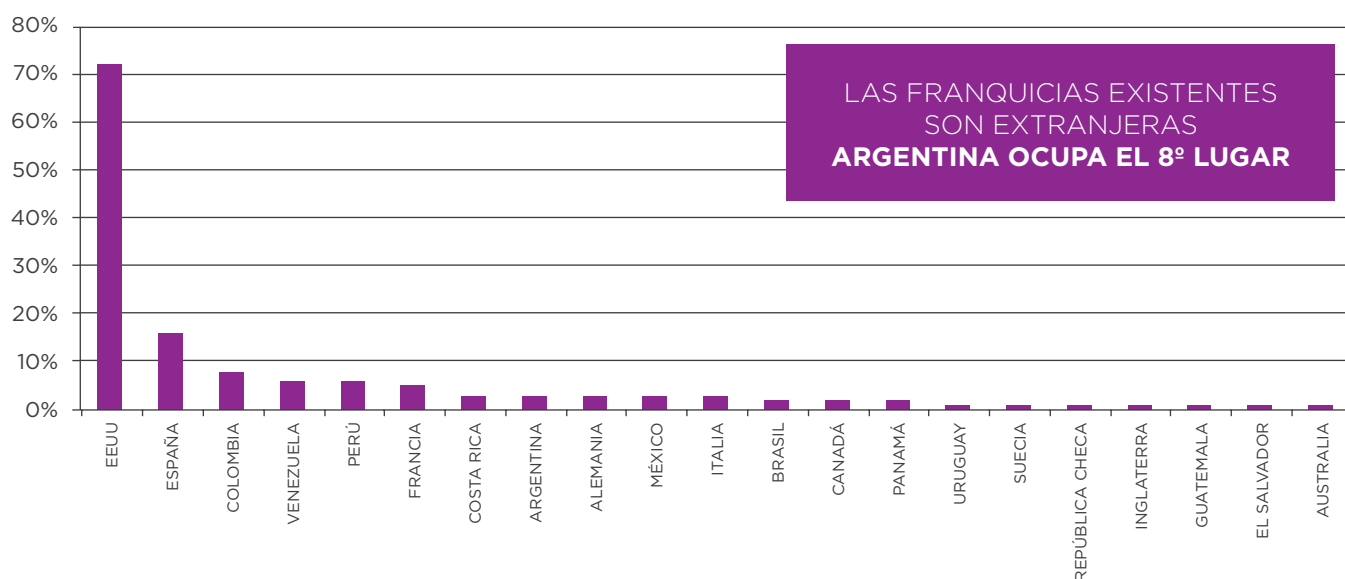
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



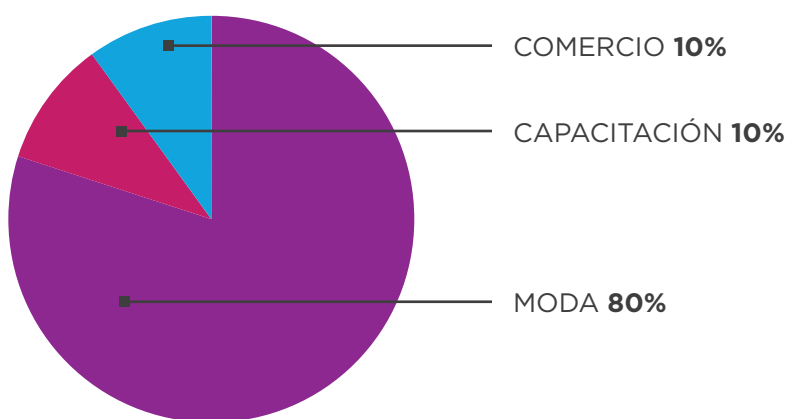
Tipo	Cantidad	%
Capacitación	7	5%
Comercio	23	16%
Gastronomía	53	38%
Moda	34	24%
Servicios	24	17%
Total	141	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

En el análisis al mercado de franquicias de Panamá, encontramos a EEUU en primer lugar con 72 marcas, seguido por España con 16 y luego Colombia con 8. Argentina ocupa el 8° lugar con 4 marcas.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



Tipo	Cantidad	%
Moda	2	80%
Capacitación	1	10%
Comercio	1	10%
Total	4	100%

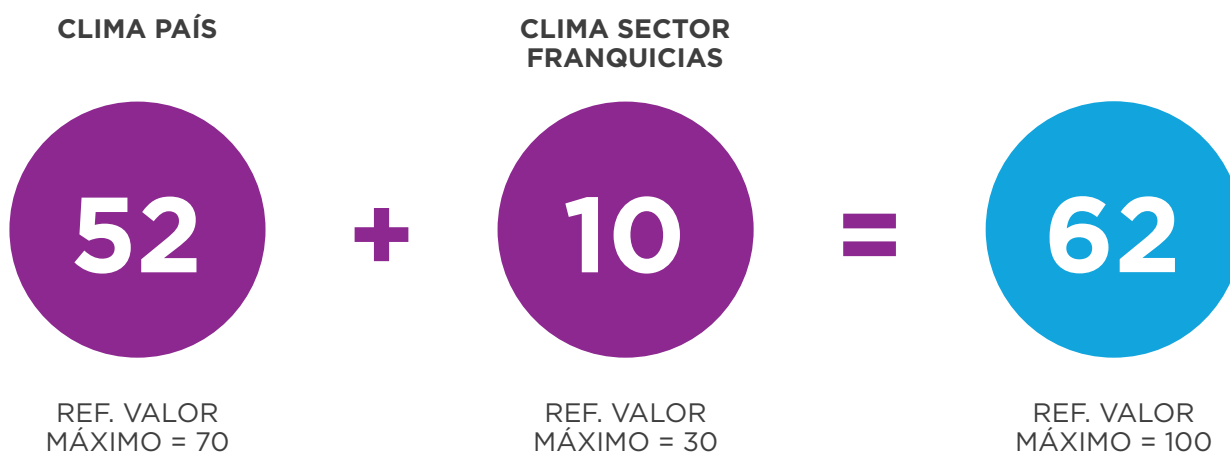
FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 4 Empresas que cuentan con operaciones en Panamá, habiéndose podido identificar al momento las siguientes empresas con Franquicias en operación:

- » Ilvem
- » La Martina

- » Hair Recovery
- » Paez

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS



MERCADO DE FRANQUICIAS ECUADOR



DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

Población total: 15.982.551

Crecimiento natural: 1.5%

Densidad: 64 habitantes/km²

Población urbana: 63.5%

Población de principales ciudades:

Guayaquil (2.526.927)

Quito (2.187.932)

Área: 256.370 km²

Forma de gobierno: República democrática.

Nivel de desarrollo: economía media-baja. Una economía muy dependiente del petróleo. Líder exportador de bananas.

Líneas telefónicas: 15.5 por 100 habitantes

Usuarios de Internet: 35.1 por 100 habitantes

Acceso a la energía eléctrica: 92.2% de la población

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS DEL PAÍS

Indicadores de crecimiento	2013/2014
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	94,47
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	3,8
PIB per cápita (<i>USD</i>)	6,002,89 (2013)
Saldo de hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	24,18
Tasa de inflación (%)	3,67
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	3,84 (2015)
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-1.290 (2013)

ASPECTOS GENERALES MERCADO DE FRANQUICIAS

El mercado de franquicias de Ecuador se encuentra en crecimiento, ya que este nuevo sistema comercial es una novedad, se estima una tasa de crecimiento anual del 4%, sin embargo, el número de establecimientos por franquicia cada año se estima que crece un 25%. El mercado crece más en número de establecimientos por firmas establecidas que por nuevas firmas que se incorporan.

Existe la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (AEFRAN) y algunas consultoras que respaldan a las franquicias extranjeras y nacionales.

Con respecto al contrato de franquicia en Ecuador, no se encuentra regulado por ninguna ley. No obstante de ello se recomienda a las empresas franquiciadoras adaptar las disposiciones contractuales a la legislación local para que no contravengan el ordenamiento previsto en el Código Civil, Leyes Mercantiles y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

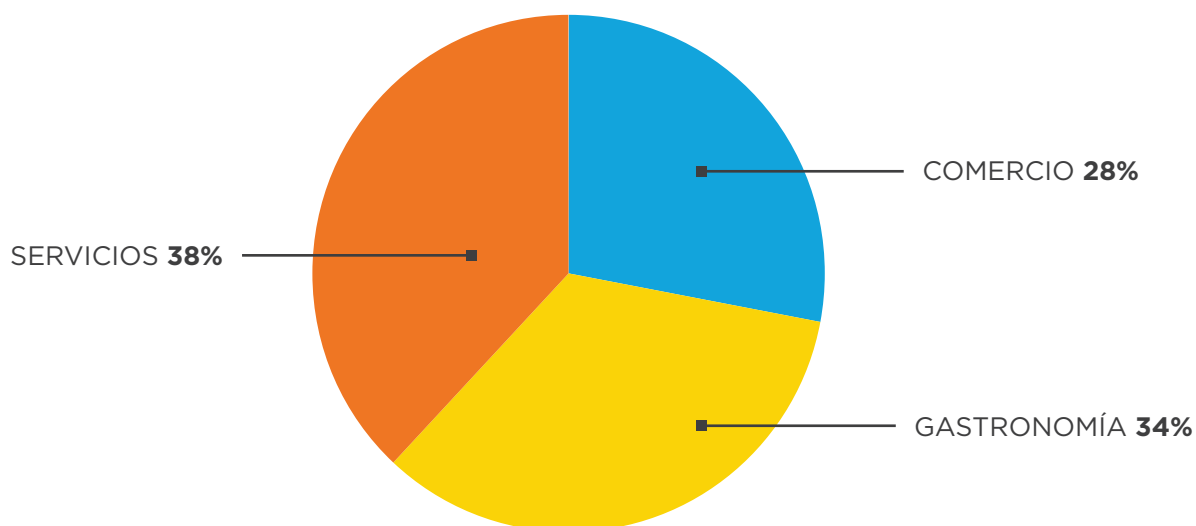
Quito, Guayaquil y Cuenca son las ciudades donde se establecen la mayoría de las marcas.

DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO DE FRANQUICIAS

EL SECTOR DE FRANQUICIAS EN ECUADOR INCLUYE A MÁS DE:

168 / MARCAS

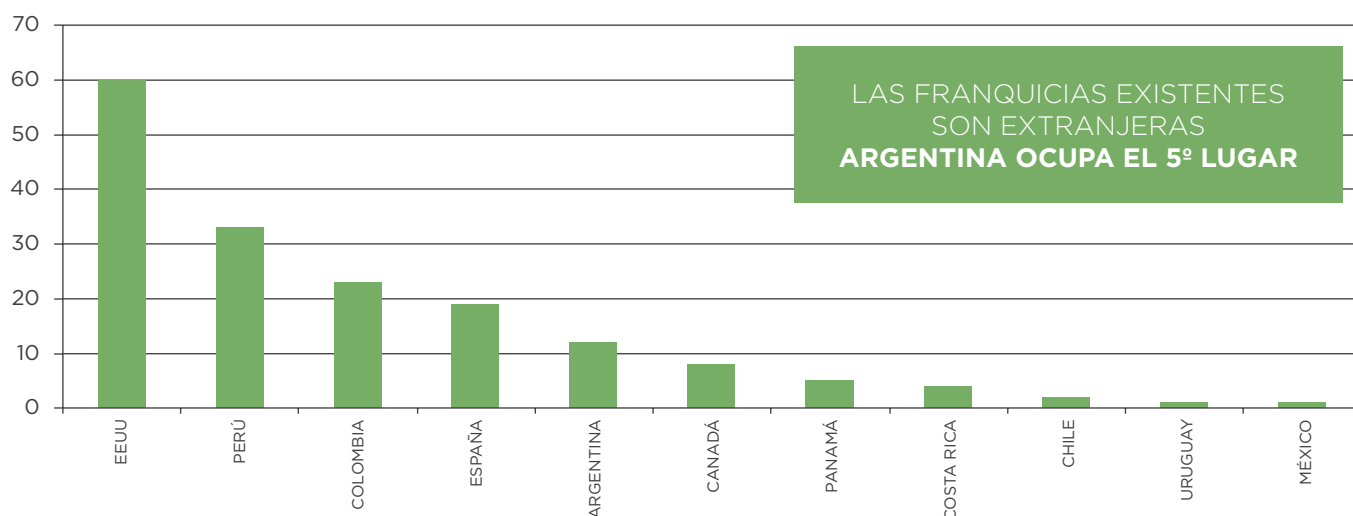
SEGMENTADAS POR TIPO DE LA SIGUIENTE MANERA:



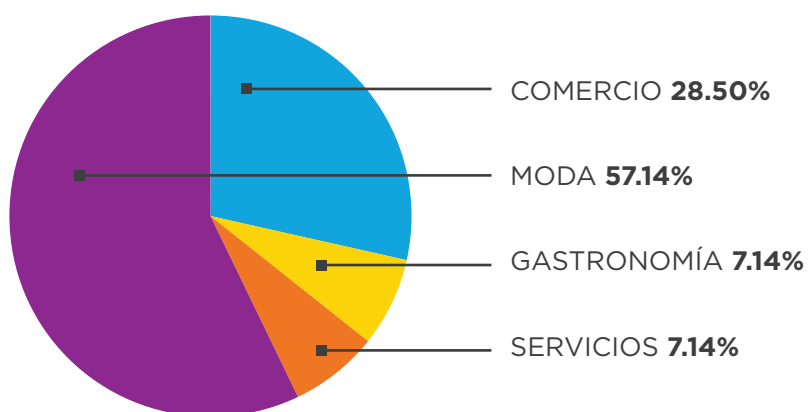
Tipo	Cantidad	%
Comercio	47	28%
Gastronomía	57	34%
Servicios	63	38%
Total	168	100.0%

FRANQUICIAS POR PAÍS DE ORIGEN

En el análisis al mercado de franquicias de Ecuador, encontramos a EEUU con 60 marcas, seguido por Perú con 33, y luego Colombia con 23 marcas. Argentina ocupa el 5º lugar con 12 marcas.



FRANQUICIAS ARGENTINAS



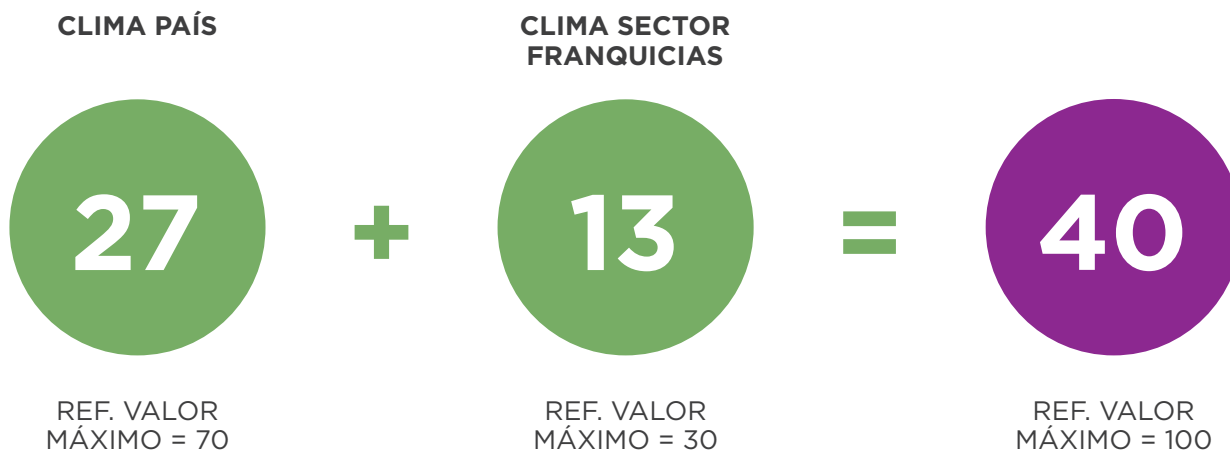
Tipo	Cantidad	%
Comercio	4	28.50%
Gastronomía	1	7.14%
Servicios	1	7.14%
Moda	8	57.14%
Total	14	100%

FRANQUICIAS ARGENTINAS

Existen al menos 12 empresas que cuentan con operaciones en Ecuador, habiéndose podido identificar al momento las siguientes:

- » Ilvem
- » Hair Recovery
- » LACA Cosmetica
- » Tomate Algo
- » Giro Didáctico
- » Pronto Wash
- » Portsaid
- » Mimo & Co
- » Kosiuko
- » Maria Rivolta
- » Baby Cottons
- » Tamara Di Tella

ÍNDICE DE POTENCIAL COMO MERCADO DE FRANQUICIAS





ENCUESTAS
A **FRANQUICIAS**
ARGENTINAS OPERANDO
EN LATINOAMÉRICA

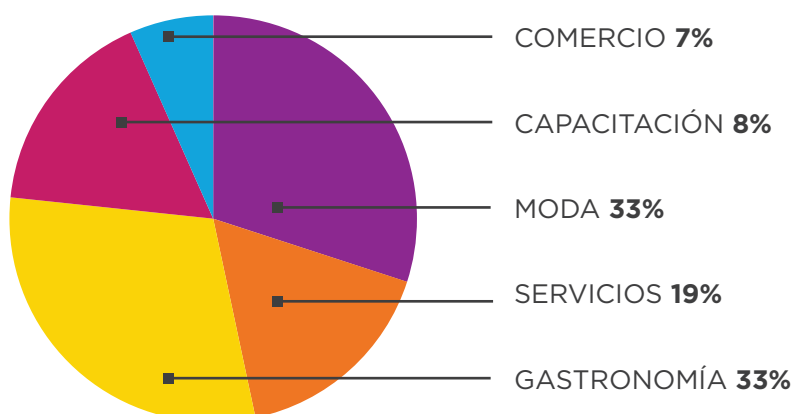
ASPECTOS DE LA ENCUESTA A FRANQUICIADOS

Se llevaron a cabo 30 encuestas a franquiciados de Argentina de diferentes rubros presentes en Latinoamérica en el mes de septiembre de 2015, con el fin de poder analizar la situación del franquiciado.

- » Encuestas telefónicas a Gerentes y/o encargados.
- » Analizamos el mercado de los 10 países previamente.
- » Tomamos franquicias de diferentes rubros.
- » Analizamos las variables negativas y positivas.

FRANQUICIAS ARGENTINAS ENCUESTADAS POR RUBRO:

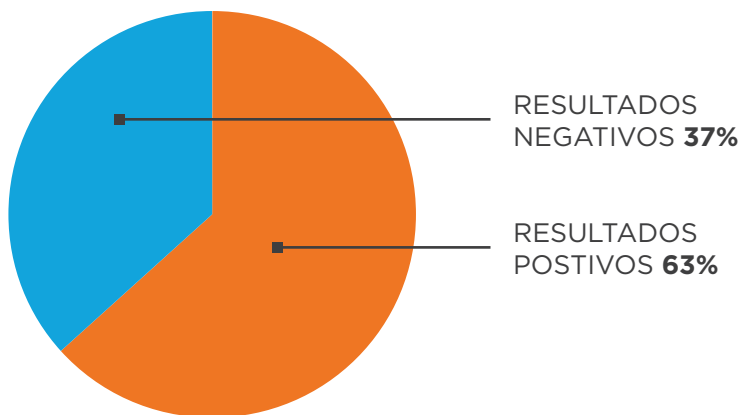
Se encuestaron a franquiciados de diferentes rubros a fin de tener en cuenta todos los sectores de la industria.



Tipo	Cantidad
Moda	9
Servicios	5
Gastronomía	9
Capacitación	5
Comercio	2
Total	30

OPINIÓN GENERAL DE LA OPERACIÓN DE FRANQUICIAS ARGENTINAS EN EL EXTERIOR

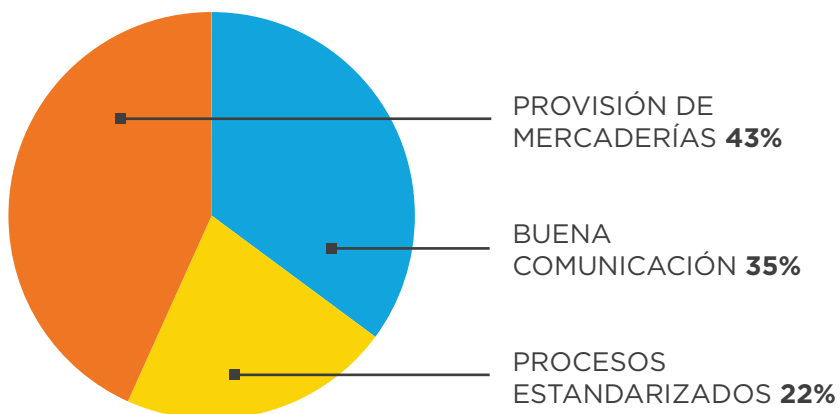
En general el balance es ampliamente positivo con un registro del 63% de respuestas positivas, mientras que únicamente el 37% restante tiene un balance negativo.



Tipo	Cantidad
Resultados positivos	19
Resultados negativos	11
Total	30

PRINCIPALES ASPECTOS POSITIVOS

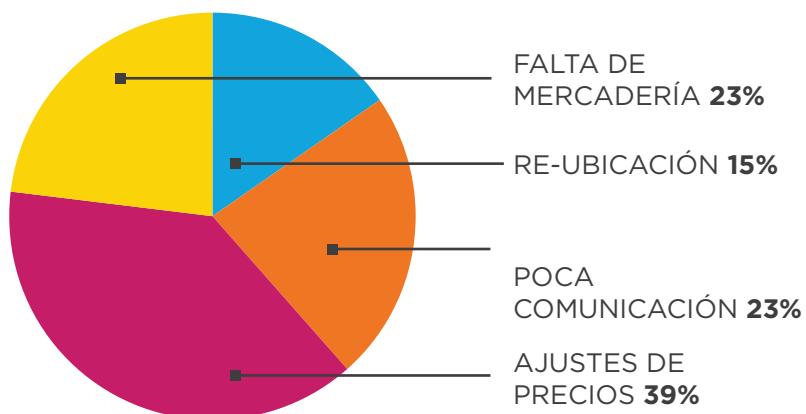
En las encuestas se destacan como aspectos positivos la buena comunicación con el franquiciador, los procesos estandarizados y la provisión de mercaderías en tiempo y forma.



Variable	Cantidad
Buena comunicación	13
Procesos estandarizados	8
Provisión de mercaderías	16
Total	37

PRINCIPALES ASPECTOS NEGATIVOS

La necesidad de re-ubicación del local, poca comunicación con el franquiciador, ajustes de precios al ritmo de la inflación de Argentina y la falta de cumplimiento en tiempo y forma del franquiciante fueron los aspectos negativos destacados.



Variable	Cantidad
Re-ubicación	2
Poca comunicación	3
Ajustes de precios	5
Falta de mercadería	3
Total	13

AUTORES

Claves Información Competitiva S.A.

Nelson Perez Alonso

Kevin Roberts

EDICIÓN Y REVISIÓN

Dirección General de Comercio Exterior del GCBA

Myriam Tevez

Gisela Sciorto

Pablo Soler Pujol

DISEÑO

Eliana Suárez

Jefe de Gobierno

Ing. Mauricio Macri

Vicejefa de Gobierno

Lic. María Eugenia Vidal

Jefe de Gabinete

Lic. Horacio Rodríguez Larreta

Ministro de Desarrollo Económico

Ing. Francisco Cabrera

Director General de comercio Exterior

Lic. Marcos Amadeo

Dirección General de Comercio Exterior

Algarrobo 1041

Ciudad de Buenos Aires

(+5411) 4126-2950

buenosaires.gob.ar/comercioexterior

@BAcomex