

# El retorno de las franquicias y cómo invertir en este formato en el mercado de valores

Una franquicia es un sistema de negocio asociado entre empresas y vinculadas por un contrato en virtud del cual, una de ellas (la franquiciadora) concede a la otra (franquiciado), a cambio de unas contraprestaciones económicas, el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial, asegurándole el acompañamiento necesario para facilitar la explotación del negocio.

Ejemplo en Venezuela de empresas dedicadas a las franquicias está Grupo Mantra.

La empresa es, en Venezuela, la licenciataria de marcas reconocidas a escala global como Disney, Warner, Mattel, MGM entre otras, las cuales cuentan con marcas que tienen décadas de experiencia en productos elaborados con alta calidad, innovación y generan las tendencias que gustan al consumidor global.

Cadenas de ropa o tiendas por departamentos bajo el esquema de franquicias en días recientes fueron reinauguradas en Caracas en uno de los centros comerciales más importantes del país, para afianzar el amplio potencial de mercado venezolano.

## Profranquicias: un negocio probado

**Ricardo Antequera**, presidente de la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) y experto en propiedad intelectual, considera que las franquicias en Venezuela representan un negocio probado, donde el franquiciante ha «pagado» la curva de aprendizaje asociada a cualquier nueva oferta comercial.

El franquiciante traslada ese conocimiento a la comunidad que se vincula a la marca y que juntos apuntan a seguir aportando valor para apalancar aún más la franquicia en el mercado.

«Desde una perspectiva financiera, si todo el mundo, tanto franquiciante y franquiciado, hace sus deberes, se genera una dinámica de expectativas conocidas, que no tendrían que generar sorpresas en el manejo del negocio. Hay franquicias para cada bolsillo, y franquiciados que se ajustan más a un determinado modelo de negocio que a otro», afirma Antequera.

El experto explica que Venezuela siempre ha sido terreno fértil para esta clase de negocios, no solo recibiendo formatos internacionales, sino también franquicias nacionales, varias de ellas activas en el extranjero.

El concepto de emprendimiento cala con fuerza en el mundo del comercio «y debemos seguir ayudando para que esos nuevos negocios puedan crecer y evolucionar como emprendimientos de segundo piso, a modelos franquiciables».

Sobre la seguridad y confianza que emanan las franquicias, **Otto Cadena**, experto en el desarrollo y consolidación de franquicias y licencias de marcas y exvicepresidente de Profranquicias, asegura que, de los diferentes modelos de negocio que existen al momento de crear una nueva empresa, la franquicia está entre las alternativas más seguras para aumentar las posibilidades de éxito.

«Según el informe *Global Entrepreneurship Monitor*, el estudio de creación de empresas de mayor escala a nivel mundial, indica que, en América Latina, 92% de las empresas fracasan antes de cumplir tres años y medio», apunta el ejecutivo.

«En cambio, las franquicias, aumentan las posibilidades de triunfo, al ser un modelo de creación de empresas asistido y asesorado por quien ha recorrido el camino, quien se ha caído, quien se ha levantado y tiene una trayectoria demostrada en los negocios», explica Cadena.

Asimismo, señala que la razón es que se trata de un modelo de negocio probado y si esta franquicia cuenta con marcas de alto reconocimiento en el mercado, entonces el éxito se multiplica.

## La capacitación es crucial

La capacitación es un aspecto crucial en el modelo de franquicia. El creador de la franquicia, además de ser un experto en el negocio, debe saber transmitirlo a otros, porque de eso se tratan las franquicias, empresarios que forman a empresarios para multiplicar el éxito en los negocios, reflexiona el experto.

El mundo de las franquicias es muy amplio; de hecho, explica Otto Cadena que existen diversos modelos de franquicia, pero en el caso de Grupo Mantra tienen pensado expandirse en Venezuela con tres tipos de franquicias.

Estas son las «Comerciales» (modelo para comercializar los

productos de licencia), «De Conversión» (donde la tienda evoluciona a una franquicia de licencia y más profesionalizada) y la «Shop in Shop», cuando la franquicia tiene un espacio comercial dentro de otro establecimiento ya consolidada como, por ejemplo, una tienda por departamentos.

Un aspecto clave que enseña Otto Cadena es que una franquicia, más que una red de negocios, es una fraternidad de empresarios que comparten intereses comunes para que sus negocios sean exitosos, a través del desarrollo en equipo de soluciones a los problemas que puedan surgir en la operatividad diaria o el desarrollo de estrategias innovadoras para aprovechar nuevas oportunidades de negocio o reducir la afectación de un cambio en el entorno.

## **La importancia del «Licenciamiento de Marcas»**

En este punto, Otto Cadena analiza que actualmente vivimos en una época de abundancia de alternativas, muchas marcas y muchos productos. Solo las marcas más impactantes y con mayor reconocimiento serán las que guíen al consumidor a la hora de decidir.

«El *brand licensing* o licenciamiento de marca se ha convertido en un modelo de negocio fundamental al momento de agregar valor a los productos y poder diferenciarlos frente a los de la competencia. Cuando ven un pin, franela o medias con el personaje de Mickey Mouse, eso es licenciamiento de marca», afirma Otto Cadena.

Explica Cadena que el “*Brand Licensing*” es la contratación de derechos de uso sobre una marca para ser aplicada a una categoría de productos, comercializada en canales de distribución segmentados, durante un tiempo y territorio determinado a cambio de una contraprestación económica en forma de regalías.

Una fórmula ganadora: Productos de licencias de marcas súper poderosas con un modelo de negocios súper poderoso que tiene la capacidad de democratizar y multiplicar la creación de empresas con marcas ganadoras.

Por su parte Elizabeth Rama, presidenta de la Cámara Venezolana del Juguete, Deporte y la Recreación (Cavefaj) opina que la autenticidad de un producto que comercializa una franquicia en el área de juguetes es de relevancia, tanto por seguridad de los

usuarios, en su mayoría niños, como en cumplimiento de las normativas y legislaciones locales, nacionales o internacionales que hay en el área.

En países como Venezuela, existan regulaciones de instancias diversas para garantizar que productos seguros y de calidad certificada lleguen a los usuarios.

Prosigue Elizabeth Rama que, desde Cavefaj, se adelantan campañas con las cúpulas gremiales, entes públicos y privados, ONGs y otros organismos, para crear conciencia de la importancia de evitar ilícitos como la piratería, contrabando, producción, distribución y comercialización de productos inseguros para el consumidor venezolano.

«De allí que, en países como Venezuela, existan regulaciones de instancias diversas para garantizar que productos seguros y de calidad certificada lleguen a los usuarios. Es tal la importancia que a escala nacional hay un comité técnico en el área de juguetes, CT48 que preside Cavefaj, que cuenta además con un fluido y permanente intercambio informativo con sus homólogas de varios países. Es un proceso de actualización constante», asegura Rama.

Rama explica que se ha notado un crecimiento luego de una etapa deprimida y que terminó en diciembre del año 2023, que ha sido cercano a un 20% según cifras que maneja Cavefaj, porque se puede apreciar un impulso de confianza en las empresas en el mercado.

“El punto relacionado con la recesión se ha ido superando y se nota que hay un mayor impulso tanto en la creación de nuevos establecimientos en el área de juguetes y hay un proceso bien interesante entre empresas productoras que se han unido para fortalecer la producción, distribución y comercialización y se observan nuevos productos e innovaciones y sobre todo sectores emprendedores”, opina Elizabeth Rama.

La dirigente gremial añade que, en el caso de las franquicias, es interesante ya que están retomando marcas reconocidas a escala internacional. Además de eso se han abierto posibilidades de franquicias compartidas. La visión actualmente es de optimismo y se mantendrá así. Igualmente se contabilizan más de 700 establecimientos comerciales que siguen confiando en el negocio juguetero y eso es positivo para la economía.



Grupo Mantra empresa especializada en franquicias y licencias de marca, arrancó su oferta pública inicial de acciones en la Bolsa de Valores de Caracas.

## **Franquicias y Bolsa de Valores en Venezuela**

Las franquicias en Venezuela tienen un desarrollo de décadas en el país y en este sendero de progreso, Grupo Mantra empresa especializada en franquicias y licencias de marca, arrancó su oferta pública inicial de acciones en la Bolsa de Valores de Caracas a partir del día 9 de mayo, con la estructuración de Acciona Casa de Bolsa y varias casas de bolsa aliadas.

En este sentido, la Superintendencia Nacional de Valores (Sunaval) con el fin de democratizar y extender la participación de todos los venezolanos en la inversión en el mercado de valores, publicó recientemente la Circular 0008/2024 donde contempla como recaudo para invertir por parte del público únicamente la presentación de la cédula de identidad para entrar en el mercado.

**Con información de Banca y Negocios**