

2011

PERÚ

Franquicias Internacionales  
**PORTAFOLIO**

## ÍNDICE

Presentación Promperú.....	2
Franquicia en cifras .....	3
Plan estratégico del Sector Franquicias.....	8
Índice de empresas .....	11
Relación empresas .....	13
Directorio.....	65

## Presentación Promperú

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, tiene como misión "Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país".

Con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, y PROMPERÚ, se diseñó el Plan Estratégico y Operativo del Sector Exportador de Franquicias, con el objetivo de promover el desarrollo y consolidación de las franquicias peruanas.

Cabe destacar que el mercado peruano está experimentando una segunda ola de crecimiento liderado por las franquicias peruanas, destacando los del rubro de restaurantes, producto del reconocimiento de nuestra gastronomía a nivel internacional y la mayor presencia del turismo en nuestro país.

Por esta razón, PROMPERÚ tiene el agrado de presentar el segundo Catálogo de Oferta Peruana de Franquicias, con la finalidad de ser un vehículo que genere oportunidades de negocios tanto para aquellos que desean invertir con enseñas peruanas como también para las propias empresas en su esfuerzo de internacionalizar sus franquicias.

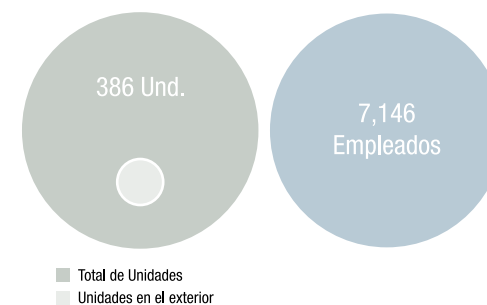
PROMPERÚ

## Franquicias en Cifras

En el año 1970 se inicia la primera ola de las franquicias en el Perú, liderado por empresas estadounidenses. Actualmente, estamos viviendo la segunda ola de las franquicias liderado por empresas peruanas, las cuales han iniciado su internacionalización; las empresas precursoras de esta evolución son: Mediterráneo Chicken, Tip Top, Bohemia, Pardos Chicken, Astrid & Gastón, Rosatel y Bembos.

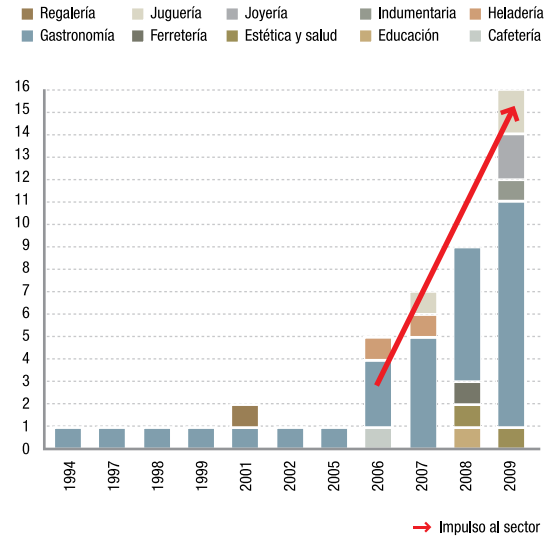
Las franquicias de capital peruano suman 48 empresas, las cuales tienen 386 unidades en total, de los cuales 75 de ellas están establecidas en el exterior. La facturación para el 2009 fue de \$140 millones, generando además 7,146 empleos directos. Este inventario de franquicias está liderado por las del sector de gastronomía.

### 48 Empresas / US \$ 140 millones



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

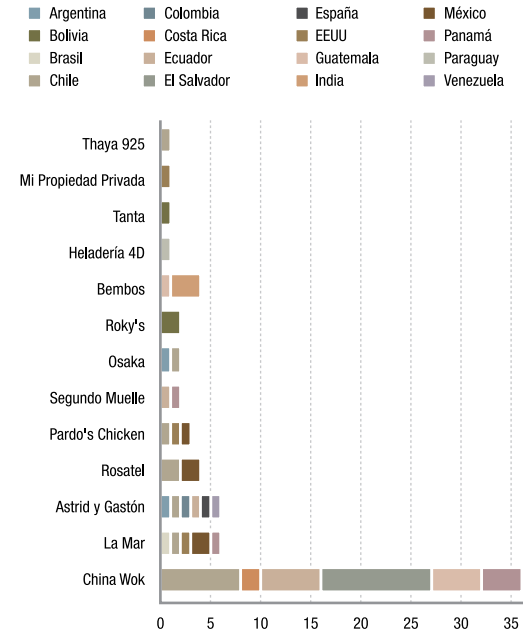
Es importante mencionar que en los últimos cinco años, el inventario de franquicias peruanas se ha duplicado (2006-2009), teniendo un crecimiento promedio anual del 15% desde el año 2003.



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

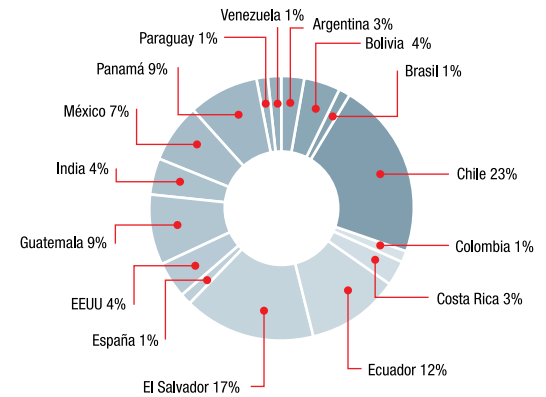
### PRESENCIA EN EL EXTRANJERO

Las franquicias peruanas se han expandido rápidamente en el extranjero, principalmente son del sector gastronomía con presencia en los países de Latinoamérica, Estados Unidos de Norteamérica y España. Para el 2009, 11 enseñas peruanas tenían presencia en el extranjero, con 74 locales ubicados en 16 países, tal como se muestra en el siguiente gráfico.



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

Los principales mercados fueron: Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Panamá y México, donde se concentró 77% de unidades como lo podemos apreciar en el siguiente gráfico.



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

### PROYECCIONES PARA EL SECTOR

De acuerdo a la tendencia y el comportamiento del sector de franquicias nacionales, estimamos un crecimiento del 15% con relación al 2009. Mientras que las empresas que ya están en el extranjero estarían ampliando en 10% su presencia en otros países.

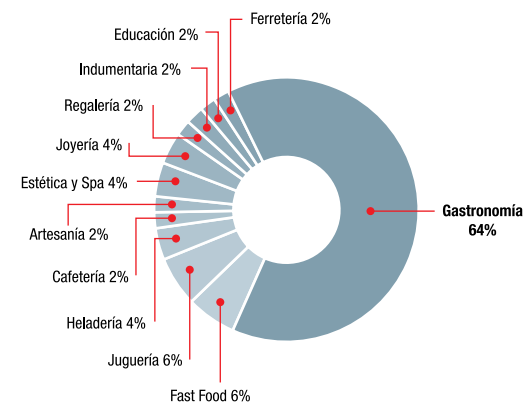
Actualmente, son 15 las empresas que está trabajando su posicionamiento e ingreso a los mercados externos, para lo cual están participando en las Misiones Comerciales organizadas por PROMPERÚ y por esfuerzos propios lo que debe generar resultados importantes para el próximo año. Son los casos de: Caplina, Escondite del Gordo, El Rocoto, Sushi Matsuei, Las Canastas, Brujas de Cachiche, Pez On, Rosa Náutica, Mi Propiedad Privada, Punta Sal, Disfruta, Bohemia, La Caravana, Thaya 925, CMC By Camusso y Montalvo Spa.

Asimismo, existen 14 franquicias peruanas con certificación ISO 9001: 2008 de esta manera permite promover conceptos seguros y competitivos como: Brujas de Cachiche, Las Canastas, La Caravana, Mediterráneo Chicken, Caplina y en proceso tenemos: Matsuei, Mi Propiedad Privada, El Rocoto, Mis Costillitas, Tanta, Panchita, Astrid & Gastón, La Mar y Montalvo Spa.

Chile continuará siendo el principal destino de las exportaciones de las franquicias peruanas. Sin embargo, se espera que Colombia sea uno de las principales preferencias por dichas enseññas, como consecuencia de la participación de las empresas en las Misiones Comerciales que realizarán a finales del 2010 y 2011. Del mismo modo, tendremos una mayor participación en España, Ecuador, y Bolivia, producto de los acuerdos que se estarían suscribiendo y las exploraciones que se realizarán a dichos países.

### DIVERSIFICACIÓN

La gastronomía ha reducido su concentración de franquicias al pasar del 68% al 64%, del total de franquicias nacionales, al participar más sectores 12 en total y varios de ellos como modelos de baja inversión como son: fast food, jugueterías, joyería, entre otros con grandes posibilidades de expansión en el corto plazo, tal como se puede apreciar en el cuadro siguiente:

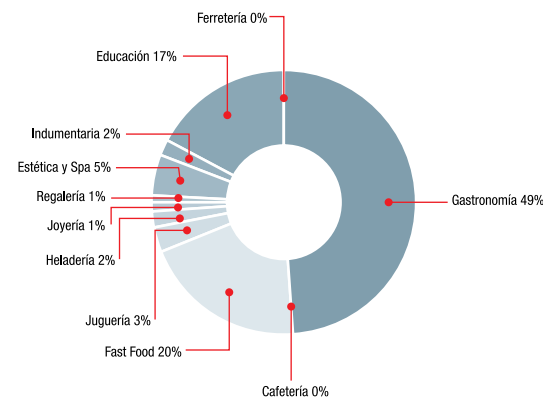


I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

### GENERACIÓN DE EMPLEO

El sector franquicias es un generador de empleo que para el 2009 originó 7,146 puestos de trabajo, lo que representa en promedio 19 puestos por cada unidad, es decir 18% más del promedio en el 2008.

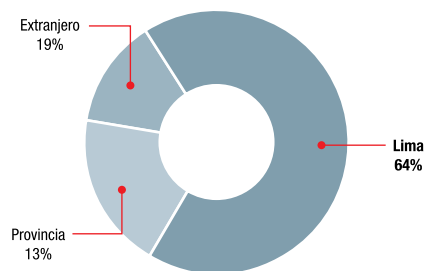
El sector que más contribuye con la generación de puestos de trabajo es el gastronómico con el 49% seguido del fast food que aporta con el 20%, tal como se aprecia en el siguiente cuadro:



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

### DISTRIBUCIÓN DE LOCALES

En el año 2009 las 48 franquicias peruanas contaban con 386 unidades en total, la mayoría colocadas en la capital. Sin embargo, el 19% se encuentran establecidas en el mercado internacional, motivado por el boom exportador que está pasando los productos peruanos. Si bien la apuesta de las empresas se está dando por el mercado exterior, lo cierto es que los proyectos de centros comerciales en las diferentes regiones del país, orientarán un desplazamiento hacia el interior del país.



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERÚ

## Plan estratégico del Sector Franquicias

PROMPERÚ, consciente del gran potencial de desarrollo que tiene el sistema de franquicias, apoyó el desarrollo de un Plan Estratégico de Promoción de las Exportaciones de Franquicias el cual se viene ejecutando desde el año 2007, cuya filosofía y valores son:

### VISIÓN

Apoyar la consolidación del sector de franquicias peruanas propiciando la formación de un mercado maduro y altamente competitivo.

### MISIÓN

Posicionar la estrategia de franquiciamiento como la alternativa más viable de expansión y de consolidación de los negocios, aumentando la competitividad, logrando que las partes involucradas y el país obtengan beneficios mediante el incremento de las exportaciones, la creación de empleo y el mejoramiento del nivel de vida, llegando a ser de esta forma un motor impulsor de desarrollo nacional.

### VALORES

Confianza, innovación, profesionalismo.

### FACTORES EXTERNOS FAVORABLES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Existen diversos factores externos que representan oportunidades únicas para el desarrollo de las franquicias peruanas hacia el mundo. El modelo de desarrollo de negocios mediante la franquicia ha tenido gran éxito en países como Estados Unidos de Norteamérica, China, Francia, España y Brasil, porque permite acelerar el crecimiento al franquiciante y reduce el riesgo al franquiciado.

El crecimiento sostenido de la economía peruana y del continente, al mismo tiempo que la estabilidad política y social, establecen un ambiente especialmente favorable para las inversiones dentro y fuera del país. Igualmente este clima favorece el desarrollo de negocios exitosos en el Perú que pueden usar las franquicias como una estrategia efectiva para lograr una rápida expansión. Por otro lado, la política comercial orientada a la suscripción de Tratados de Libre Comercio, permite acceder a mercados más grandes y competitivos y la oportunidad para las empresas nacionales de ampliar sus negocios.

Otras oportunidades aún poco aprovechadas por los empresarios peruanos son el interés de las instituciones financieras nacionales y multinacionales de canalizar sus recursos hacia negocios seguros, el importante flujo de remesas del exterior como recursos de inversión para sector y el aumento de las exportaciones que apoyaría la posible exportación de marcas locales a través del modelo de franquicias.

### POTENCIAL DE DESARROLLO

Las fortalezas internas más destacables son la imagen país reconocida a nivel mundial, el ánimo emprendedor de los

empresarios nacionales, el apoyo de parte de PROMPERÚ, y la organización de las empresas mediante la Cámara Peruana de Franquicias. Diversos casos de éxito de algunas franquicias peruanas en los mercados internacionales animan a otros empresarios a seguir el mismo camino.

Por otro lado, existen debilidades o dificultades salvables que afrontar como la logística de los suministros que sólo se producen en el Perú, la tropicalización del producto al mercado de destino, poca experiencia de algunos y la falta de un marco legal que regule el sector, entre otros aspectos.

#### **ESTRATEGIAS Y PLANES DE IMPLEMENTACIÓN**

- \* Penetración de mercado
  - Fomentar la identificación y desarrollo de conceptos peruanos franquiciables.
  - Desarrollar instrumentos y mecanismos de difusión de negocios franquiciables.
  - Alentar la generación y aplicación de un marco normativo transparente para el desarrollo de las franquicias.
- \* Desarrollo de mercados: Difundir y promover alternativas de franquicias peruanas a inversionistas nacionales y extranjeros.
- \* Desarrollo de productos: Fomentar la conversión de negocios hacia el modelo de franquicias.

#### **POLÍTICAS**

Definen el marco de acción para las estrategias:

- \* Fomentar la adopción del modelo de negocio entre los potenciales empresarios.
- \* Participar activamente en todos los eventos que contribuyan a la difusión del modelo.
- \* Difundir casos de éxito de franquicias actuales.
- \* Promover la descentralización usando el sistema de franquicias a nivel nacional e internacional.
- \* Organizar eventos donde se reúnan a potenciales inversionistas con los franquiciantes.
- \* Asesoría y capacitación gratuita para todo inversionista interesado.
- \* Fomentar la investigación permanente de los hábitos de consumo de la población.
- \* Incentivar la creatividad entre los empresarios emprendedores.

## Índice de empresas

Astrid & Gastón.....	15
Brujas de Cachiche.....	17
CMC By Camusso.....	19
Caplina.....	21
Caravana.....	23
China Wok.....	25
Disfruta.....	27
El Escondite del Gordo.....	29
El Pez On.....	31
El Pollo Real.....	33
El Rocoto.....	35
Estadio Fútbol Club.....	37
José Antonio.....	39
La Mar.....	41
La Rosa Náutica.....	43
Las Canastas.....	45
Mediterráneo Chiken.....	47
Mi Propiedad Privada.....	49
Montalvo Spa.....	51
Polo Marino.....	53
Punta Sal.....	55
Segundo Muelle.....	57
Señorío de Sulco.....	59
Sushi Ito.....	61
Sushi Matsuei.....	63



**EMPRESAS**





**ASTRID & GASTÓN**  
cocina peruana



# Astrid & Gastón

## → DATOS DE UBICACIÓN

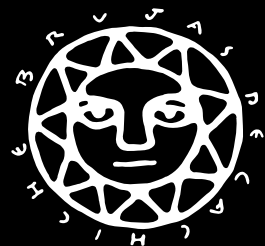
Nombre o Razón Social:	Cinco Millas SAC
Nombre de la marca:	Astrid & Gastón
Concepto de la Franquicia:	Restaurantes
Representante Legal:	Irzio Pinasco Menchelli
Persona de contacto y cargo:	Rocio Sanchez
Teléfono:	(51 1) 242-5387 / (51 1) 242-4422
Dirección:	Cantuarias 175, Miraflores, Lima - Perú
E - mail:	rsanchez@astridygaston.com
Web Site:	www.astridygaston.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1994
Año de inicio de la Franquicia:	2000
Unidades Propias:	1
Unidades franquiciadas:	6 Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, España, México, Argentina.
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	550 (mínimo)
Certificaciones:	ISO 9001: 2008 (en proceso)

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	de 3 a 6 meses
--------------------------	----------------



## BRUJAS DE CACHICHE

RESTAURANTE - LIMA - PERÚ



# Brujas de Cachiche

### → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Servicios Turísticos y Estructurales del Pacífico Sur S.A.
Nombre de la marca:	Brujas de Cachiche
Concepto de la Franquicia	Restaurante de Gastronomía Peruana Clásica Fusión.
Representante Legal:	Dr. César A. Alcorta y Suero
Persona de contacto y cargo:	Dr. César A. Alcorta y Suero / Director General
Teléfono:	(51 1) 447-1133 (51 1) 447-1883
Dirección:	Av. Bolognesi 472, Miraflores Lima - Perú
E - mail:	direccionejecutiva@brujasdecachiche.com.pe patipvs@gmail.com.pe
Web Site:	www.brujasdecachiche.com.pe

### → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1985
Año de inicio de la Franquicia:	2008
Unidades Propias:	1 en Miraflores, Lima - Perú (Casa Matriz)
Unidades franquiciadas:	1 en la Molina, Lima - Perú
Fortalezas del promotor:	(1) Uno de los 10 mejores restaurantes del Perú. (2) Uno de los primeros restaurantes en el Perú y en Latinoamérica en certificar sus procesos.
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2000
Mercados de interés para expandirse:	Chile, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Costa Rica, Panamá, México, EEUU, Canadá, Unión Europea.

### → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	Entre US \$ 45,000 y US \$ 50,000
Royalty:	5% mensual de la venta neta de la empresa franquiciada.
Canon de Publicidad:	Negociable
Duración del contrato de la franquicia:	8 (Renovables)
Inversión total estimada:	Variable, aproximadamente US \$ 350,000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	400 - 600 m <sup>2</sup>
Facturación medio:	Variable, aproximadamente US \$ 200,000
Plazo de Retorno Medio (anual):	3 años

### → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	De 2 a 4 meses
--------------------------	----------------

# CMC

By CAMUSSO



# CMC By Camusso

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	CAMUSSO S.A
Nombre de la marca:	CMC By Camusso
Concepto de la Franquicia:	Joyería, accesorios de moda y decoración con aplicaciones de plata
Representante Legal:	Fabio Tonani Camusso
Persona de contacto y cargo:	Paola Suárez Rey / Gerente General de Franquicias
Teléfono:	(51 1) 221-3896 / 998123380
Dirección:	Av. R. Navarrete 788 San Isidro, Lima- Perú
E - mail:	psuarez@camusso.com.pe
Web Site:	<a href="http://www.camusso.com.pe/cmc.html">http://www.camusso.com.pe/cmc.html</a>

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1933
Año de inicio de la Franquicia:	2008
Unidades Propias :	Lima: 1 Jockey Plaza, 2 Ripley y Larcomar
Unidades franquiciadas:	3 por cerrar: Bolivia, Colombia, Chile (nov 2010- abr 2011)
Fortalezas del promotor:	Concepto dirigido al segmento de mayor crecimiento a nivel local e internacional.
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, México, Costa Rica, Chile, Panamá

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 10,000
Royalty:	5% Mensual
Canon de Publicidad:	2% a 3%
Duración del contrato de la franquicia:	5 años
Inversión total estimada:	De US \$ 50,000 a US \$ 100,000 dependiendo del mercado
Área del local requerido (m²):	20 y 40
Facturación medio:	US \$ 20,000
Plazo de Retorno Medio (anual):	promedio de 27 meses
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 500 x m² en Lima Perú
Facturación prevista (Segundo año):	Crecimiento entre 10 a 30%

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	1 mes
--------------------------	-------



# Caplina

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Consortio Gurmet E.I.R.L.
Nombre de la marca:	Caplina
Concepto de la Franquicia:	Especialistas en comida peruana utilizando pescados y mariscos. Considerados como el 6° mejor restaurante de pescados y mariscos y 12° en comida tradicional peruana por la revista Summun.
Representante Legal:	Fernando Pacheco Sandoval
Persona de contacto y cargo:	Silvia Fernández
Teléfono:	(51 1) 222-3992
Dirección:	Mendiburu cuadra 7, Miraflores, Lima - Perú
E - mail:	franquicias@caplina.com
Web Site:	www.caplina.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1994
Unidades Propias:	3 Lima-Miraflores (2), San Isidro (1)
Fortalezas del promotor:	18 años en el mercado y Calidad de los productos.
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2000
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, Chile, Santo Domingo y España

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 50,000 A US \$ 200,000
Royalty:	5% mensual (Utilidad Neta)
Canon de Publicidad:	3%
Duración del contrato de la franquicia:	10
Inversión total estimada:	US \$ 150,000
Área del local requerido (m²):	250
Facturación medio:	US \$ 1'000,000
Plazo de Retorno Medio (anual):	2% al segundo año
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 230,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 900,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------



# Caravana

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Caravana S.A.
Nombre de la marca:	Caravana
Concepto de la Franquicia:	Restaurante de pollo a la brasa, carnes a la parrilla y cocktails
Representante Legal:	Carlos Meza Ruiz
Persona de contacto y cargo:	Carlos Meza Ruiz, Gerente General
Teléfono:	(511) 225-1442 anexo 212
Dirección:	Calle Horacio Cachay 389, La Victoria, Lima - Perú
E - mail:	caravana@caravana.com.pe
Web Site:	www.caravana.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1966
Año de inicio de la Franquicia:	2000
Unidades Propias:	5 en Lima
Unidades franquiciadas:	1 en Lima
Fortalezas del promotor:	Una de las marcas más importantes en pollos a la brasa.
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2008
Mercados de interés para expandirse:	Chile, Ecuador, Bolivia, Centro America, EEUU, España, Japón y China.

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 40,000
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	3%
Inversión total estimada:	Variable
Área del local requerido (m²):	400 - 600
Facturación medio:	Según local
Plazo de Retorno Medio (anual):	Según local
Facturación prevista (Primer año):	Según local
Facturación prevista (Segundo año):	Según local

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	1 mes aprox.
--------------------------	--------------



# China Wok

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Alert del Perú S.A.
Nombre de la marca:	ChinaWok
Concepto de la Franquicia:	Comida China
Representante Legal:	Carlos Manuel Leon-Velarde
Persona de contacto y cargo:	Rafael Montes de Oca, Director de Proyectos y Desarrollo
Teléfono:	(51 1) 217-6030
Dirección:	Calle Aricota 106, Oficina 303, Surco, Lima 33
E - mail:	rmontesdeoca@chinawok.com.pe
Web Site:	www.chinawok.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1999
Año de inicio de la Franquicia:	2002
Unidades Propias:	Lima: 19, Provincia: 8, Extranjero: 0
Unidades franquiciadas:	Lima: 0, Provincia: 0, Extranjero: 43
Fortalezas del promotor:	Innovación y estandarización
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, México, Brasil

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 40,000 por tienda
Royalty:	5 - 6 % (ventas netas) anual
Canon de Publicidad:	1% (ventas netas) anual
Duración del contrato de la franquicia:	20 años
Inversión total estimada:	US \$ 100,000
Área del local requerido (m²):	50
Facturación medio:	US \$ 40,000 x mes
Plazo de Retorno Medio (anual):	1.5 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 480,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 504,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	45 días
--------------------------	---------



# Disfruta

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Zumos y batidos de fruta
Nombre de la marca:	Disfruta
Concepto de la Franquicia:	Venta de zumos y batidos de fruta 100% natural.
Representante Legal:	Azucena Gutiérrez Sánchez
Persona de contacto y cargo:	Eduardo Gutiérrez, Director de Contabilidad y Finanzas
Teléfono:	(51 1) 226-8561
Dirección:	Calle Velásquez 201, San Borja, Lima - Perú
E - mail:	eduardo.gutierrez@disfruta.com.pe
Web Site:	www.disfruta.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	2008
Año de inicio de la Franquicia:	2008
Unidades Propias:	9 (4 en Lima, 2 Chiclayo, 2 Trujillo, 1 Huancayo)
Unidades franquiciadas:	2 en Lima (Los Olivos y C.C. Minka)
Fortalezas del promotor:	Experiencia de 50 años en el sector restauración. Presencia a nivel nacional y en centros comerciales.
Mercados de interés para expandirse:	Latinoamérica.

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 25,000
Royalty:	5% mensual
Canon de Publicidad:	2% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	5 años renovables
Inversión total estimada:	80,000
Área del local requerido:	60 m <sup>2</sup>
Facturación medio:	US \$ 16,000 mensual
Plazo de Retorno Medio (anual):	10 meses
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 134,400
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 192,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	1 mes
--------------------------	-------



# El Escondite del Gordo

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Arturo Antonio Vargas Koo
Nombre de la marca:	El Escondite del Gordo-Express
Concepto de la Franquicia:	Restaurant y restaurant de comida rápida de pescados y mariscos
Representante Legal:	Arturo Vargas Koo
Persona de contacto y cargo:	Arturo Vargas Koo/ Gerente General
Teléfono:	(51 1) 441-1231
Dirección:	Calle Armando Blondet 216, San Isidro, Lima - Perú
E - mail:	avargas@elesconditedelgordo.com
Web Site:	www.elesconditedelgordo.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1993
Año de inicio de la Franquicia:	2004
Unidades Propias:	4 Lima
Unidades franquiciadas:	1 Lima
Fortalezas del promotor:	Fácil de duplicar, bajo costo y concepto novedoso.
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2008 (en proceso)
Mercados de interés para expandirse:	Perú, Colombia y Chile

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 10,000
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	1%
Duración del contrato de la franquicia:	5 años
Inversión total estimada:	De US \$ 35,000 a US \$ 100,000
Área del local requerido (m²):	De 50 a 300
Facturación medio:	Según concepto
Plazo de Retorno Medio (anual):	24 meses
Facturación prevista (Primer año):	Según concepto
Facturación prevista (Segundo año):	Según concepto

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	De 1 a 3 meses
--------------------------	----------------





# El Pez On

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Franquiza S.A.C.
Nombre de la marca:	El Pez On
Concepto de la Franquicia:	Restaurante Cebichería
Representante Legal:	Alejandro Bermúdez
Persona de contacto y cargo:	Alejandro Bermudez Crousillat/ Gerente General
Teléfono:	(51 1) 372-7947
Dirección:	Monterrey 221, of. 232 B.C.C. Chacarilla, Santiago de Surco, Lima - Perú
E - mail:	franquicias@elpez-on.com
Web Site:	www.elpez-on.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	2000
Año de inicio de la Franquicia:	2007
Unidades Propias:	2 Lima
Unidades franquiciadas:	2 Lima
Fortalezas del promotor:	Baja Inversión, Calidad de Producto y Diferenciación
Certificaciones de calidad:	CRS (Certificación de Restaurante Saludable)
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, Ecuador, Mexico, Chile, EEUU

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 25,000
Royalty:	5% (venta mensual)
Canon de Publicidad:	Variable
Duración del contrato de la franquicia:	6 (renovable)
Inversión total estimada:	US \$ 100,000
Área del local requerido (m²):	250
Facturación medio:	US \$ 55,000
Plazo de Retorno Medio (anual):	2 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 450,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 600,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	De 1 a 2 meses
--------------------------	----------------



No sólo es diferente... es superior!



# El Pollo Real

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	El Pollo Real SAC
Nombre de la marca:	El Pollo Real
Concepto de la Franquicia:	Restaurante - Pollería
Representante Legal:	Rodolfo Del Carpio Marquez
Persona de contacto y cargo:	Rodolfo del Carpio - Gerente
Teléfono:	(51 54) 28-7717
Dirección:	Piérola 111- A, Arequipa - Perú
E - mail:	rdelcm@elpolloreal.com/ rdelcm@hotmail.com
Web Site:	www.elpolloreal.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1981
Año de inicio de la Franquicia:	2000
Unidades Propias:	4 Arequipa: Piérola 111 - A Cercado, Av. Ejercito 705 - Yanahuara, Av. Agricultura G-10-JLBR, Villalba 4ta Cuadra s/n
Unidades franquiciadas:	02: Arequipa - Av. Emmel 202 - Yanahuara, Tacna
Fortalezas del promotor:	Marca - Departamento Operacional
Mercados de interés para expandirse:	Bolivia, Chile, Ecuador

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 30,000
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	1%
Duración del contrato de la franquicia:	10 años
Inversión total estimada:	De 550 a 600 m <sup>2</sup>
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	De 250 a 300 m <sup>2</sup>
Facturación medio:	US \$ 64,200
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 46,400
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 82,100

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	20 a 30 días
--------------------------	--------------



# El Rocoto

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Corporación de Restaurantes Peruanos SAC
Nombre de la marca:	El Rocoto
Concepto de la Franquicia:	Gastronomía y comida peruana
Representante Legal:	Blanca Chávez
Persona de contacto y cargo:	Suzette Gensollen / Blanca Chávez Chávez
Teléfono:	(51 1) 448-3040/ 448-3031
Dirección:	Av. Aviación 4907, Higuiereta, Lima - Perú
E-mail:	gerencia@elrocoto.com.pe
Web Site:	www.elrocoto.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1985
Año de inicio de la Franquicia:	2008
Unidades Propias:	1 Surco
Unidades franquiciadas:	0
Fortalezas del promotor:	25 años de experiencia, restaurante líder en comida regional del país.
Certificaciones de calidad:	Restaurantes saludables de Surco, ISO 9001: 2008 (en proceso)
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, Panamá, Chile, Costa Rica y Argentina

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 50,000
Royalty:	5% mensual (Ingresos totales sin Impuestos)
Canon de Publicidad:	2.5% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	5 años
Inversión total estimada:	US \$ 350,000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	300
Facturación medio:	US \$ 500,000 aprox.
Plazo de Retorno Medio (anual):	3 a 4 años aprox
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 350,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 450,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------



# Estadio Fútbol Club

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Rincón Cervecerero S.A.
Nombre de la marca:	Estadio F.C.
Concepto de la Franquicia:	Restaurant-Bar Temático sobre fútbol en donde el principal producto que vendemos es la comida, un servicio de calidad complementado con las principales actividades que incluyan el deporte rey.
Representante Legal:	Ricardo Hinojosa (Gerente General)
Persona de contacto y cargo:	Elias Umbert/Néstor Díaz (Gerente de Operaciones)
Teléfono:	(51 1) 428-8866
Dirección:	Nicolás de Pierola 922, Lima - Perú
E - mail:	eumbert@rinca.com/eliasumbert@estadio.com.pe/ rhinojosa@rinca.com/ndiaz@rinca.com/
Web Site:	www.estadio.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1999
Unidades Propias:	1 Lima-Cercado
Mercados de interés para expandirse:	México/Colombia/Ecuador/Brasil/Argentina/España/Chile

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 40,000
Royalty:	6% mensual (Ingresos Brutos)
Canon de Publicidad:	2%
Duración del contrato de la franquicia:	8 años
Inversión total estimada:	US \$ 250 000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	500 m <sup>2</sup>
Facturación medio:	US \$ 850,000 (2009)
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 750,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 1'000,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	1 mes (aprox.)
--------------------------	----------------

# José Antonio

"El Restaurante Criollo de Lima"



## José Antonio

### → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	José Antonio S.R.L.
Nombre de la marca:	Restaurante "José Antonio"
Concepto de la Franquicia:	Restaurante
Representante Legal:	Aurora Baró Vda. De Graña
Persona de contacto y cargo:	Aurora Baró Vda. De Graña / Presidenta Ejecutiva
Teléfono:	(51 1) 264-0188 / 264-3284
Dirección:	Jr. Bernardo Monteagudo 200, San Isidro, Lima - Perú
E - mail:	restaurante@joseantonio.com.pe
Web Site:	www.joseantonio.com.pe

### → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1973
Unidades Propias:	3
Unidades franquiciadas:	0
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, Brasil, Mexico, España, EEUU

### → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 80,000
Royalty:	7%
Canon de Publicidad:	2% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	5 años
Inversión total estimada:	Variable
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	400
Facturación medio:	Variable
Plazo de Retorno Medio (anual):	Variable
Facturación prevista (Primer año):	Variable
Facturación prevista (Segundo año):	Variable

### → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------



# La Mar

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Cinco Millas SAC
Nombre de la marca:	La Mar
Concepto de la Franquicia:	Restaurantes
Representante Legal:	Irzio Pinasco Menchelli
Persona de contacto y cargo:	Karla Novoa - Gerente General
Teléfono:	(51 1) 421-3365
Dirección:	Av. La Mar 770, Miraflores, Lima - Perú
E - mail:	knova@lamarcebicheria.com.pe
Web Site:	www.lamarcebicheria.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	2005
Año de inicio de la Franquicia:	2006
Unidades Propias:	1
Unidades franquiciadas:	5 Perú, Chile, EEUU, México y Brasil.
Área del local requerido (m²):	550 (mínimo)
Certificaciones:	ISO 9001: 2008 (en proceso)

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	de 3 a 6 meses
--------------------------	----------------



# La Rosa Náutica

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	La Rosa Náutica Restaurante S.A.
Nombre de la marca:	La Rosa Náutica Restaurante
Concepto de la Franquicia:	Restaurante 5 Tenedores especializado en comida peruana, rescatando los sabores y aromas de nuestros ingredientes.
Representante Legal:	Fernando Puga
Persona de contacto y cargo:	Rocío Vásquez de Velasco/ Encargada de Franquicia
Teléfono:	(51 1) 445-0149 / 4470057
Dirección:	Espigón 4 Circuito de playas, Miraflores
E - mail:	mpuga@larosanautica.com/franquicias@larosanautica.com
Web Site:	www.larosanautica.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1983
Año de inicio de la Franquicia:	2009
Unidades Propias:	1 Miraflores
Unidades franquiciadas:	1 en Bogotá por abrir en Setiembre/Octubre 2010
Fortalezas del promotor:	27 años marcando el rumbo de la buena gastronomía peruana / know how diferenciado y competitivo.
Certificaciones de calidad:	Ninguna
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, México, Brasil, Argentina, EE.UU, Chile, Asia y Europa.

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 70,000
Royalty:	7% mensual (ingresos totales sin impuestos)
Canon de Publicidad:	1.5%
Duración del contrato de la franquicia:	5 a 8 años
Inversión total estimada:	US \$ 500,000 a US \$ 800,000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	500 a 800
Plazo de Retorno Medio (anual):	24 meses

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	1 meses
--------------------------	---------



# Las Canastas

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Corporación Las Canastas S.A.C.
Nombre de la marca:	Las Canastas
Concepto de la Franquicia:	Restaurante Parrillada Pollos a la Brasa
Representante Legal:	Miguel Ángel Castillo Robles
Persona de contacto y cargo:	Daniel Tejada Villacorta / Gerente General
Teléfono:	(51 1) 221-0518
Dirección:	Centro Comercial Camino Real 348 nivel B-98, San Isidro, Lima - Perú
E - mail:	franquicia@lascanastas.com
Web Site:	www.lascanastas.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1987
Año de inicio de la Franquicia:	2007
Unidades Propias:	6
Unidades franquiciadas:	6
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2008 en sus tres procesos
Mercados de interés para expandirse:	Colombia, Chile, Ecuador, Costa Rica, México y EEUU

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 50,000
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	2%
Duración del contrato de la franquicia:	8 años
Inversión total estimada:	US \$ 1,000 el m <sup>2</sup>
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	Desde 260 m <sup>2</sup> a 400 m <sup>2</sup>
Plazo de Retorno Medio:	3 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 720,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 806,400

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	De 3 a 4 meses
--------------------------	----------------



# Mediterráneo chicken



# Mediterráneo Chicken

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Mediterráneo Chicken S.A.C
Nombre de la marca:	Mediterráneo Chicken
Concepto de la Franquicia:	Restaurante en formatos de full service restaurant y fast-food
Representante Legal:	Silvia Chiong Yep
Persona de contacto y cargo:	Silvia Chiong Yep / Gerente General
Teléfono:	(51 1) 717-5060
Dirección:	Av. Javier Prado Este 4200 nivel 1, Santiago de Surco, Lima - Perú
E - mail:	schiong@mediterraneo.com.pe

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1980
Unidades Propias:	Lima Jockey Plaza formato full service Lima Aeropuerto Formato fast food Trujillo Real Plaza Formato full service Trujillo Aventura Mall Formato full service
Fortalezas del promotor:	Experiencia / Valor de marca
Certificaciones de calidad:	ISO 9001
Mercados de interés para expandirse:	Perú y EEUU (Miami)

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	Según local
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	2%
Duración del contrato de la franquicia:	10 años
Inversión total estimada:	De US \$ 300,000 a US \$ 500,00 (Full service rest) De US \$ 100,00 a US \$ 250,00 (Fast Food)
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	De 350 Mín. restaurant, de 90 (Mín. Fast Food)

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------



**MI PROPIEDAD  
PRIVADA**



# Mi Propiedad Privada

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Sabormanía S.A.C.
Nombre de la marca:	Mi Propiedad Privada
Concepto de la Franquicia:	Restaurante de estilo rústico y cálido especializado en comida peruana del mar (pescados y mariscos).
Representante Legal:	José Mendoza
Persona de contacto y cargo:	Magaly Albines
Teléfono:	(51 1) 566-0237/2713647
Dirección:	Av. Costanera 1010, San Miguel, Lima - Perú
E - mail:	jmendoza@asistencia.com.pe
Web Site:	www.mipropiedadprivada.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	2002
Año de inicio de la Franquicia:	2010
Unidades Propias:	1 San Miguel
Unidades franquiciadas:	1 Miami
Fortalezas del promotor:	Restaurante con premios nacionales e internacionales
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2008 (en proceso)
Mercados de interés para expandirse:	Costa Rica, Colombia, Chile

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 50,000
Royalty:	5% mensual (Ingresos totales sin Impuesto)
Canon de Publicidad:	2% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	5 a 8 años
Inversión total estimada:	De US \$ 200,00 a US \$ 250,000
Área del local requerido (m²):	400
Facturación medio:	US \$ 1'100,000
Plazo de Retorno Medio (anual):	1 año
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 1'000,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 1'300,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	2 meses
--------------------------	---------

# Montalvo

Salón & Spa



## Montalvo Spa

### → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Montalvo Spa Peluquería S.A.C.
Nombre de la marca:	Montalvo Spa
Concepto de la Franquicia:	Peluquería Spa y venta de Productos de Belleza
Representante Legal:	Victor Hugo Montalvo Blas
Persona de contacto y cargo:	Victor Hugo Montalvo Blas / Gerente General
Teléfono:	(51 1) 945036225 / 2614957
Dirección:	General Garzón 1491, Jesús María, Lima - Perú
E - mail:	gerencia@montalvogroup.com / vcamontalvo@hotmail.com
Web Site:	www.montalvogroup.com

### → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1995
Año de inicio de la Franquicia:	2006
Unidades Propias:	9 Los Olivos, Callao (Bellavista), San Miguel (2), Magdalena (2) Jesús María, Miraflores, Trujillo. Surco (1)
Unidades franquiciadas:	Surco (1)
Fortalezas del promotor:	Costos: Obtiene mejores precios ante los proveedores por grandes volúmenes de compra. Empresa Líder: creador, líder e innovador en el rubro.
Mercados de interés para expandirse:	USA (Las Vegas), Argentina, Brasil

### → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 35,000
Royalty:	8% (primer año), 11%(segundo año)
Canon de Publicidad:	2% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	5-10 años
Inversión total estimada:	US \$ 110,000 a US \$ 235,000
Área del local requerido (m²):	100
Plazo de Retorno Medio (anual):	1.5
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 300,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 345,500

### → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------

POLO MARINO  
 comida de mar  
 restaurante · sushi bar · lounge



# Polo Marino

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Inversiones Polo Marino S.A.C.
Nombre de la marca:	Restaurante Polo Marino
Concepto de la Franquicia:	Especialidad en pescados y mariscos
Representante Legal:	Felipe Ricci
Persona de contacto y cargo:	Renato Ricci/ Gerente de Marketing
Teléfono:	(51 1) 434-2774 / 434-2773
Dirección:	Av. Polo 605, Surco, Lima - Perú
E - mail:	felipiricci@hotmail.com / renatorc@terra.com.pe
Web Site:	www.polomarino.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	2008
Año de inicio de la Franquicia:	2009
Unidades Propias:	Lima 1, Surco 33
Unidades franquiciadas:	0
Fortalezas del promotor:	Búsqueda de eficiencia, capacidad de persuasión
Certificaciones de calidad:	0
Mercados de interés para expandirse:	Perú, México y Sudamérica

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 30,000
Royalty:	5% mensual (Utilidad Operativa)
Canon de Publicidad:	0.50% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	10 años
Inversión total estimada:	De US \$ 200,00 a US \$ 500,000
Área del local requerido (m²):	150
Facturación medio:	1 millón
Plazo de Retorno Medio (anual):	2 a 3 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 1'000,000 (millón, mercado peruano)
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 1'500,000 (millón y medio, mercado peruano)

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	5 meses
--------------------------	---------



# Punta Sal

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Alimentos, Bebidas y Afines SAC
Nombre de la marca:	Punta Sal
Concepto de la Franquicia:	Restaurante de comida peruana con especialización en pescados y mariscos
Representante Legal:	Gabriela Fiorini
Persona de contacto y cargo:	Gabriela Fiorini/ Gerente General
Teléfono:	(51 1) 442-1583 / 998-176-835
Dirección:	Av. Conquistadores 948, 2-A, San Isidro, Lima - Perú
E - mail:	puntasalrestaurante@gmail.com
Web Site:	www.puntasal.com

## → DATOS OPERATIVOS

Unidades Propias:	5
Fortalezas del promotor (máximo 2):	Trayectoria de más de 20 años en el sector. Marca muy bien posicionada en el país, caracterizándose por: calidad de sus insumos, muy buena sazón y hospitalidad en el servicio. Reconocimiento de su Chef Ejecutivo como uno de los más renombrados. Conocimiento del mercado internacional (Participación en 50 festivales gastronómicos internacionales).

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	10% de la inversión - mínimo US \$ 50,000
Royalty:	5% - 7%
Canon de Publicidad:	1% - 2%
Duración del contrato de la franquicia:	a tratar
Área del local requerido (m²):	aprox. 250
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 800,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------

segundomuelle  
pasión por el mar



# Segundo Muelle

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Segundo Muelle S.A.C.
Nombre de la marca:	Segundo Muelle
Concepto de la Franquicia:	Restaurante Especializado en Comida Marina
Representante Legal:	Daniel Manrique Winkler.
Persona de contacto y cargo:	Daniel Manrique Winkler / Director General
Teléfono:	(51 1) 7179999 / 94108078
Dirección:	Av. Conquistadores 489, San Isidro, Lima - Perú
E - mail:	dani@segundomuelle.com
Web Site:	www.segundomuelle.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1994
Año de inicio de la Franquicia:	1997
Unidades Propias:	Lima: 3 en el distrito de San Isidro
Unidades franquiciadas:	Lima: 1 en el CC Plaza San Miguel - Plaza a la Carta Ecuador: 1 en La Floresta y 1 en CC Quicentro Shopping Panamá: 1 en San Francisco - Ciudad de Panamá España: 1 en Las Palmas de Gran Canaria
Fortalezas del promotor:	Cadena líder en comida marina, experiencia nacional e internacional.
Certificaciones de calidad:	en proceso
Mercados de interés para expandirse:	Chile, Argentina, Colombia, España

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 65,000
Royalty:	5%
Canon de Publicidad:	2%
Duración del contrato de la franquicia:	10 años
Inversión total estimada:	De US \$ 350,000 a US \$ 500,000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	350 a 450 m <sup>2</sup>
Facturación medio:	US \$ 150,000 dólares mensuales
Plazo de Retorno Medio:	2.5 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 1'300,000 (franquicia fuera del Perú)
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 1'420,000 (franquicia fuera del Perú)
Tiempo de entrenamiento:	3 meses



*El Señorío de Sulco*  
COCINA PERUANA



# Señorío de Sulco

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	El Señorío de Sulco E.I.R.L.
Nombre de la marca:	El Señorío de Sulco
Concepto de la Franquicia:	Restaurante 5 Tenedores, alta cocina peruana.
Representante Legal:	Isabel Álvarez
Persona de contacto y cargo:	Isabel Álvarez
Teléfono:	(51 1) 441-0389 / 222-0710
Dirección:	Malecón Cisneros 1450, Miraflores, Lima - Perú
E - mail:	isabel@senoriodesulco.com restaurante@senoriodesulco.com
Web Site:	www.senoriodesulco.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1991
Unidades Propias:	1 Miraflores
Unidades franquiciadas:	0
Mercados de interés para expandirse:	México, Colombia, Chile

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 50,000
Royalty:	5% mensual (Utilidad Neta)
Canon de Publicidad:	2% mensual
Inversión total estimada:	US \$ 500,000
Área del local requerido (m <sup>2</sup> ):	400
Facturación medio:	US \$ 95,000 (mensual)
Plazo de Retorno Medio (anual):	de 25 a 30%
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 1'140,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 1'311,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	5 meses
--------------------------	---------



# Sushi Ito

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Inversiones C.G.S.S.A.
Nombre de la marca:	Restaurante Sushi Ito
Concepto de la Franquicia:	Comida Japonesa Creativa
Representante Legal:	Celso Garcia Severino
Persona de contacto y cargo:	Roger Arakaki / Itamae-Chef
Teléfono:	(51 1) 435-5817
Dirección:	Av. El Polo 740, Santiago de Surco, Lima - Perú
E - mail:	rarakaki@sushi-ito.com
Web Site:	www.sushi-ito.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1996
Año de inicio de la Franquicia:	1996
Unidades Propias:	1
Unidades franquiciadas:	0
Certificaciones de calidad:	5
Mercados de interés para expandirse:	Argentina, Colombia

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 35,000
Royalty:	7%
Canon de Publicidad:	7%
Duración del contrato de la franquicia:	5 años
Inversión total estimada:	US \$ 170,000
Área del local requerido:	250 m2
Facturación medio:	250
Plazo de Retorno Medio:	Anual
Facturación prevista:	US \$ 700,000 (primer año)
Facturación prevista:	US \$ 1'000,000 (segundo año)

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	3 meses
--------------------------	---------





# Sushi Matsuei

## → DATOS DE UBICACIÓN

Nombre o Razón Social:	Matsuei S.A.C.
Nombre de la marca:	Matsuei Sushi Bar
Concepto de la Franquicia:	Sushi Bar, Tradicional comida japonesa con influencia de insumos peruanos
Representante Legal:	María Inés Alzamora Pierantoni
Persona de contacto y cargo:	María Inés Alzamora / José Alzamora - Propietarios
Teléfono:	(51 1) 442-8561 - 4224323
Dirección:	Calle Manuel Bañón 260 San Isidro
Ciudad:	Lima
E - mail:	matsuei@matsueiperu.com
Web Site:	www.matsueiperu.com

## → DATOS OPERATIVOS

Año de Constitución de la empresa:	1973
Año de inicio de la Franquicia:	2010
Unidades Propias:	Lima 1
Fortalezas del promotor:	Reconocimiento en el mercado local / calidad
Certificaciones de calidad:	ISO 9001: 2008 (en proceso)
Mercados de interés para expandirse:	México, Colombia, Chile, Argentina, Brasil

## → DATOS ECONÓMICOS

Canon de Entrada:	US \$ 60,000
Royalty:	5% mensual
Canon de Publicidad:	2% mensual
Duración del contrato de la franquicia:	6 años
Inversión total estimada:	US \$ 300,000
Área del local requerido (m²):	300m²
Facturación medio:	US \$ 60,000 mensual
Plazo de Retorno Medio (anual):	2.5 años
Facturación prevista (Primer año):	US \$ 540,000
Facturación prevista (Segundo año):	US \$ 600,000

## → OTROS DATOS

Tiempo de entrenamiento:	2 meses
--------------------------	---------



**DIRECTORIO**

### → BEMBOS

Nombre o Razón Social: Bembos S.A.C.  
Nombre de la marca: Bembos  
Actividad: Fast food Hamburguesa  
Persona de contacto: Javier Coll  
Cargo: Representante  
Inversión total estimada: US \$ 100,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad %: No se exige  
Facturación medio: US \$ 100,000  
**Teléfono:** (51 1) 477-4010  
**Email:** jcoll@bembos.com.pe  
**Pag web:** www.bembos.com.pe

---

### → CAFFE LATTE

Nombre o Razón Social: Caffe Latte S.A.C.  
Nombre de la marca: Caffe Latte  
Actividad: Preparación de todo tipo de cafés.  
Persona de contacto: Juan José Bozzo  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: US \$ 10,000  
**Teléfono:** (51 1) 444-9500  
**Email:** jj@pta.com.pe  
**Pag web:** www.caffelatte.pe

---

### → EL HUARIKE

Nombre o Razón Social: Inversiones Lini S.A.C.  
Nombre de la marca: El Huarike  
Actividad: Restaurante peruano, especialidad en pescados y mariscos  
Persona de contacto: Nicolás Giha Yarur  
Cargo: Apoderado  
Inversión total estimada: US \$ 270,000  
Royalty %: De 5 a 7 mensual  
Canon de Publicidad : 1%  
Facturación medio: US \$ 500,000  
**Teléfono:** (51 1) 225-1616, 225-8324  
**Email:** administracion@elhuarike.com  
**Pag web:** www.elhuarike.com

### → EMBARCADERO 41

Nombre o Razón Social: BDD S.A.C.  
Nombre de la marca: Embarcadero 41  
Actividad: Restaurante de pescados y Mariscos  
Persona de contacto: Carlos de la Flor Illich  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: De US \$ 200,000 a US \$ 250,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad: 3%  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 2604790 / 981237349  
**Email:** marketing@embarcadero41.com  
ncalderon@embarcadero41.com  
**Pag web:** www.embarcadero41.com

---

### → FERRETHON

Nombre o Razón Social: Ferrethon S.A.C.  
Nombre de la marca: Ferrethon  
Actividad: Franquicia de ferreterías  
Persona de contacto: Franz Sattler  
Cargo: Gerente  
Inversión total estimada: US \$ 40,000  
**Teléfono:** (51 1) 7150003  
**Email:** franz@ferrethon.com  
**Pag web:** www.ferrethon.com.pe

---

### → FRANQUICIAS PAMER

Nombre o Razón Social: Franquicias PR S.A.C.  
Nombre de la marca: Colegios y Academias Pamer  
Actividad: Servicios educativos - Colegio primaria, secundaria y academia preuniversitaria  
Persona de contacto: Claudia Morales  
Cargo: Jefe de Franquicias  
Inversión total estimada: US \$ 80,000  
Royalty %: 10 mensual  
Canon de Publicidad: Ninguno  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 715-2602  
**Email:** franquicias@pamer.edu.pe  
**Pag web:** www.franquiciaspamer.com

### → HELADERÍA 4D

Nombre o Razón Social: Alimentos San Charbel S.A.C.  
Nombre de la marca: 4D  
Actividad: Cafetería restaurante  
Persona de contacto: Ana María Bugosen  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: Variable  
Royalty %: Variable  
Canon de Publicidad %: Variable  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 442-9888 / 222-6303  
**Email:** anamaria@4d.com.pe  
**Pag web:** www.4d.com.pe

---

### → HELADERÍA SARCLETI

Nombre o Razón Social: Chamaco S.A.  
Nombre de la marca: Heladería Sarcleti  
Actividad: Heladería y cafetería  
Persona de contacto: Mario Abugattas  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: US \$ 140,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad %: 1  
Facturación medio: US \$ 55,000 mensual  
**Teléfono:** (51 1) 436-5327 / 998169681  
**Email:** mario@abugattas.com  
chamaco\_sarcletti@hotmail.com  
**Pag web:** www.sarcletiperu.com

---

### → LA GRAN FRUTA

Nombre o Razón Social: La Gran Fruta S.A.C.  
Nombre de la marca: La gran fruta  
Actividad: Juguería y sanguchería  
Persona de contacto: Andrea García  
Cargo: Gerente de Marketing  
Inversión total estimada: US \$ 110,000  
Royalty %: 6 mensual  
Canon de Publicidad %: 2  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 4454691

**Email:** agarcia@lagranfruta.com.pe  
**Pag web:** www.lagranfruta.com.pe

---

### → LAS DELICIAS

Nombre o Razón Social: Las Delicias Far S.A.C.  
Nombre de la marca: Las Delicias  
Actividad: Jugería Sanguchería  
Persona de contacto: Jimmy Armas  
Cargo: Gerente Comercial  
Inversión total estimada: US \$ 100,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad %: 2  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 222-0104 / 994056508  
**Email:** jarmas@lasdelicias.com.pe  
**Pag web:** www.jugoslasdelicias.com

---

### → MANOS MORENAS

Nombre o Razón Social: Franquicias y Oportunidades S.A.C.  
Nombre de la marca: Manos Morenas  
Actividad: Restaurante de comida peruana en formato fast food  
Persona de contacto: Alberto Salverry  
Cargo: Gerente  
Inversión total estimada: US \$ 80,000 a 100,000  
Royalty: De 4 a 5% mensual  
Canon de Publicidad: 1%  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 998238957  
**Email:** manosmorenas@terra.com.pe  
**Pag web:** www.manosmorenasperu.com

---

### → MENTA URBAN SPA

Nombre o Razón Social: Dixoncolors S.A.C.  
Nombre de la marca: Menta Urban Spa  
Actividad: Bienestar y Belleza  
Persona de contacto: Vania Benel

Cargo: Ejecutiva de Negocios  
Inversión total estimada: desde US \$ 35,000  
Royalty %: al tercer año 5% mensual  
Canon de Publicidad %: 5  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 7722299  
**Email:** franquicias@mentaubanspa.com  
**Pag web:** www.mentaubanspa.com

---

### → MIS COSTILLITAS

Nombre o Razón Social: Ribs&Costillas  
Abastecimientos Parrilleros S.A.C.  
Nombre de la marca: Mis Costillitas Ribs & Piqueos Parrilleros  
Actividad: Restaurantecon especialidad en costillitas Ribs al BBQ con más de 20 salsas para tus costillas.  
Persona de contacto: Juan Carlos Costrillon  
Cargo: Gerente  
Inversión total estimada: US \$ 100,000  
Royalty %: 7 mensual  
Canon de Publicidad %: 1  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 2716239 / 2714247  
**Email:** gerenciamiscostillitas@hotmail.com  
gerencia@miscostillitas.com  
**Pag web:** www.miscostillitas.com

---

### → OSAKA

Nombre o Razón Social: Fusion Cuisine S.A.C.  
Nombre de la marca: Osaka  
Actividad: Gastronomía - Fusión Peruano Oriental  
Persona de contacto: Diego Herrera Chappers  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: US \$ 500,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad %: N/A  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 222-0405 /4217819  
**Email:** diegoh@osaka.com.pe  
**Pag web:** www.osaka.com.pe

### → PARDO'S CHICKEN

Nombre o Razón Social: Servicios de Franquicias Pardo's S.A.C.  
Nombre de la marca: Pardo's Chicken  
Actividad: Restaurante de pollos a la brasa y parrilladas  
Persona de contacto: Ramón Pérez Prieto  
Cargo: Director de Franquicias Internacionales  
Inversión total estimada: US \$ 250,000 a US \$ 400,000  
Royalty %: 5 mensual  
Canon de Publicidad %: 1  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 434-5105  
**Email:** rperezprieto@gmail.com  
**Pag web:** www.pardoschicken.com

---

### → PESCADOS CAPITALES

Nombre o Razón Social: Pescados Capitaless S.A.  
Nombre de la marca: Pescados Capitaless  
Actividad: Restaurante de pescados y mariscos  
Persona de contacto: Juan Yabar  
Cargo: Gerente  
Inversión total estimada: US \$ 800,000 a US \$ 1'000,000  
Royalty %: 7 mensual  
Canon de Publicidad %: N/A  
Facturación medio: US \$ 2'200,00 Anual  
**Teléfono:** (51 1) 222-5731 / 981166061  
**Email:** jyabar@pescadoscapitales.com  
**Pag web:** www.pescados-capitales.com

---

### → RESTAURANTE RÚSTICA

Nombre o Razón Social: INVERSIONES AF & PB SAC  
Nombre de la marca: Rústica  
Actividad: Restaurante  
Persona de contacto: Jorge Luis Guillén  
Cargo: Director de Negocio  
Inversión total estimada: US \$ 150,000

Royalty %: 2.5% mensual-S/4,500  
Canon de Publicidad %: 10% del Royalty mensual  
Facturación medio: US \$ 1'500,000 Anual  
**Teléfono:** (51 1) 417-5645  
**Email:** jorge.guillen@rustica.com.pe  
**Pag web:** www.rustica.com.pe

---

### → ROSATEL

Nombre o Razón Social: Grameco S.A.C.  
Nombre de la marca: Rosatel  
Actividad: Transmisión de mensajes a través de diversos acompañamientos como rosas, perfumes, licores, etc.  
Persona de contacto: Raul Del Pino  
Cargo: Gerente de Franquicias y de Marketing  
Inversión total estimada: US \$ 70,000  
Royalty %: 7 mensual  
Canon de Publicidad %: 10  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** ( 511) 446-4666  
**Email:** franquicias@rosatel.com  
**Pag web:** www.rosatel.com

---

### → THAYA 925

Nombre o Razón Social: Argentum Perú SAC  
Nombre de la marca: Thaya 925  
Actividad: Diseño, producción y comercialización de joyas en plata  
Persona de contacto: Gabriela Bardales  
Cargo: Gerente General  
Inversión total estimada: US \$ 50,000  
Royalty %: 2 mensual  
Facturación medio: US \$ 100,000  
**Teléfono:** (51 1) 243-0291  
**Email:** gabrielabardales@thaya925.com  
**Pag web:** www.thaya925.com

### → TIP TOP

Nombre o Razón Social: Cia. Tip Top S.A.  
Nombre de la marca: Tip Top  
Actividad: Venta de alimentos y bebidas (restaurante)  
Persona de contacto: Teresa Bracale  
Cargo: Gerente  
Inversión total estimada: US \$ 650,000  
Royalty %: 2 a 5 mensual  
Canon de Publicidad %: 2  
Facturación medio: Variable  
**Teléfono:** (51 1) 470-3080/989080239  
**Email:** teresa\_bracale@hotmail.com  
**Pag web:** www.tiptop.com.pe





COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN  
Y EL TURISMO - PROMPERÚ  
[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)