



Oportunidades comerciales para las franquicias peruanas en el mundo

Lima, 13 de Mayo 2015

David Edery Muñoz

Gerente

Sector Exportación de Servicios

dedery@promperu.gob.pe

www.peruservicesummit.com

www.promperu.gob.pe



Agenda

- **Las exportaciones de servicios**
- **El dinamismo del sector de franquicias**
- **PROMPERU en el impulso de las exportaciones de servicios**

El camino recorrido para la promoción de exportación de servicios



<p>2004</p> <ul style="list-style-type: none"> Se estructura las bases para impulsar la nueva oferta exportable peruana a través del Programa de Promoción de Exportación de Servicios <u>Impulso de la Institucionalidad en el sector</u> 	<p>2006</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Plan Operativo Exportador de Servicios del PENX</u> Se incluye los servicios de Call Center como exportación de servicios TLC USA y Chile, incluye el sector de servicios Primer Encuentro de la Asociación Latinoamericana de exportadores de servicios (ALES) 	<p>2008</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Las primeras misiones comerciales de servicios hacia Brasil, Colombia y México.</u> Se incorporan los servicios de Software y Centros de Contacto en ZOFRATACNA. Se incluye los servicios de Reparación y Mantenimiento de Naves y Aeronaves como exportación de Servicios 	<p>2010</p> <ul style="list-style-type: none"> Se publica la Ley de Fomento del Comercio Exterior de Servicios N° 29646. Se incorporan nuevas actividades en la promoción de exportación: Editoriales, Gráficos, Videojuegos 	<p>2012</p> <ul style="list-style-type: none"> Se modifica la Ley de Fomento a la Exportación de Servicios por el MEF con los DL. 1119 y 1125 	<p>2014</p> <ul style="list-style-type: none"> Participación en la principal feria de videojuegos en USA, Game Developer Conference – GDC Se incorpora los servicios de Marketing Digital Formación del Consorcio Exportador Editorial para mercados de USA y México 
---	--	--	---	---	--

<p>2004</p> <ul style="list-style-type: none"> Se publica la Clave del Comercio de Servicios Se lanzan las web site de la oferta de servicios y las marcas sectoriales de servicios: CREA SOFTWARE PERU, DISFRUTA SALUD PERU y PROYECTA PERU   	<p>2005</p> <ul style="list-style-type: none"> Se publica la Clave del Comercio de Servicios Se lanzan las web site de la oferta de servicios y las marcas sectoriales de servicios: CREA SOFTWARE PERU, DISFRUTA SALUD PERU y PROYECTA PERU 	<p>2007</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Se certifican en ISO 9001:2000 las primeras 20 empresas de servicios</u> Reconocimiento al exportador de servicios: Perú Exporta Servicios. Planes Estratégicos Sectoriales 	<p>2009</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudio sobre el Potencial Peruano para la Tercerización de Procesos de Negocios - Banco Mundial <u>Se lanzan los programas de Mercados Externos - PROMEX</u> 	<p>2010</p> <ul style="list-style-type: none"> Se crea la principal plataforma de negocios del sector Exportación de Servicios en el Perú, el <u>Perú Service Summit</u> 	<p>2011</p> <ul style="list-style-type: none"> Se crea la principal plataforma de negocios del sector Exportación de Servicios en el Perú, el <u>Perú Service Summit</u> 	<p>2013</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Se diseña la Ruta Exportadora de Servicios</u> Se incorpora los servicios de Arquitectura en el PERU SERVICE SUMMIT 	<p>2015</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Presentación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX2025)</u> Inauguración del Centro de Negocios en Panamá, PerúTech <u>Se instala la Mesa de Ayuda para el Sector Servicios</u> 
--	---	---	--	--	--	--	--

La exportación mundial de servicios

Exportaciones
(billones US\$)

4,9

Participación en el comercio
de bienes y servicios

20%



165 *Actividades agrupados en 12 capítulos por la OMC*

1. Servicios prestados a las empresas
2. Servicios de comunicaciones
3. Servicios de construcción
4. Servicios financieros
5. Servicios sociales y salud
6. Servicios de turismo y viaje
7. Servicios de esparcimiento, e Ingeniería
- 8. Servicios de distribución**
9. Servicios de enseñanza
10. Servicios medioambientales, culturales, y deportivos
11. Servicios de transportes
12. Otros servicios n.c.p

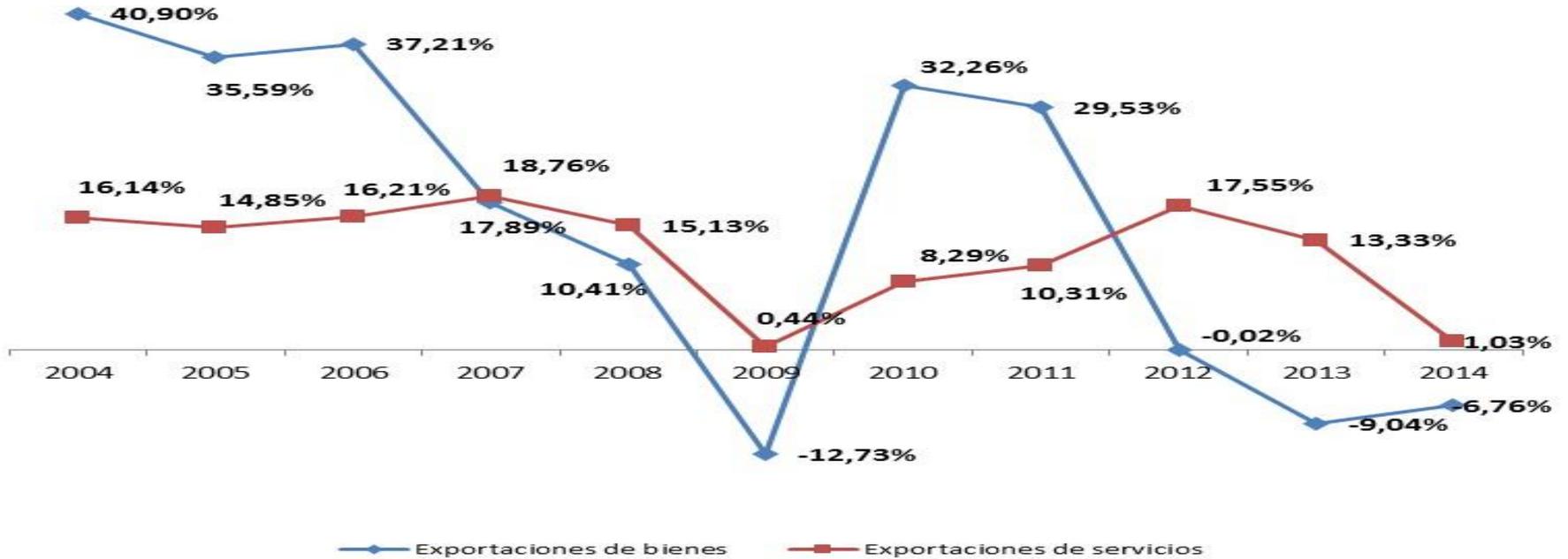
Países exportadores
(miles de millones US\$ /
participación sobre total
servicios)

Estados Unidos
(US\$ 683 / 14.5%)
Reino Unido
(US\$ 297 / 6.3%)
Alemania
(US\$ 291 / 6.2%)

Países importadores
(miles de millones US\$ /
participación sobre total
servicios)

Estados Unidos
(US\$ 457 / 10.2%)
Alemania
(US\$ 318 / 7.1%)
China
(US\$ 331 / 7.4%)

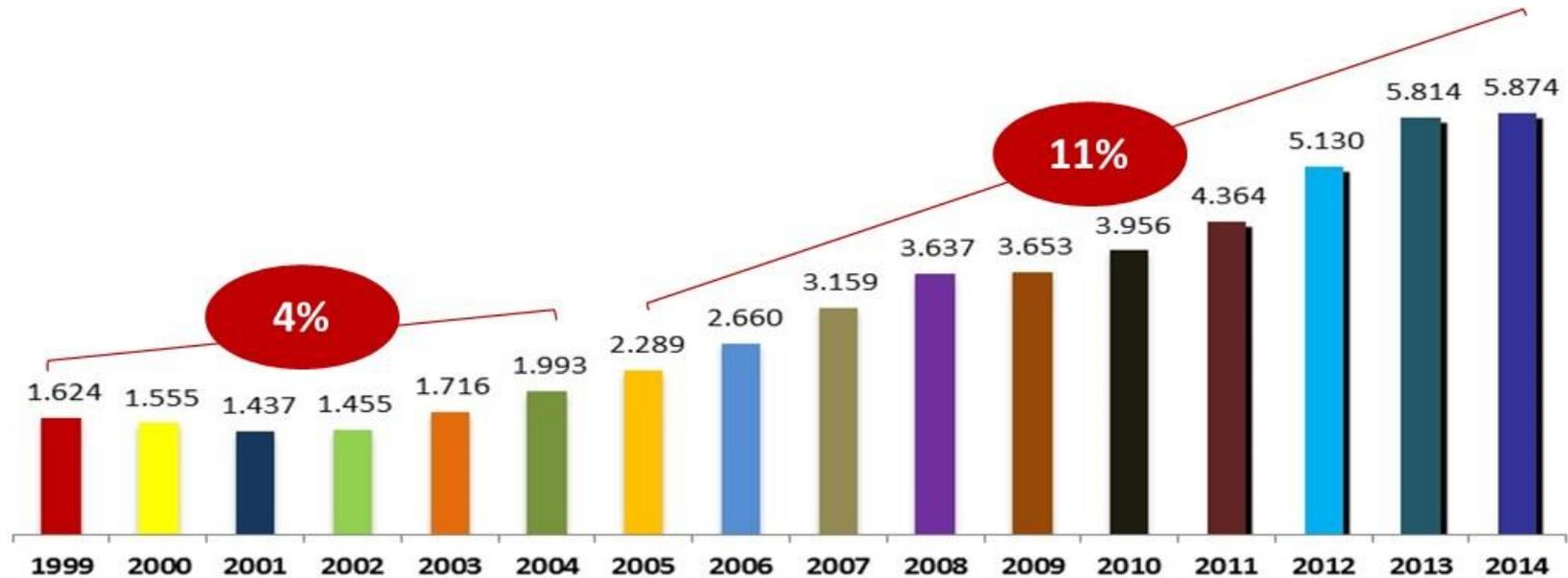
Dinámica de las exportaciones peruanas



Periodos	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones totales de bienes	9.091	12.809	17.368	23.830	28.094	31.018	27.071	35.803	46.376	46.367	42.177	39.326
Exportaciones tradicionales	70%	72%	75%	77%	77%	75%	77%	78%	77%	75%	73%	71%
Exportaciones no tradicionales	30%	28%	25%	23%	23%	25%	23%	22%	23%	25%	27%	0,29
Exportaciones totales de servicios	1.716	1.993	2.289	2.660	3.159	3.637	3.653	3.956	4.364	5.130	5.814	5.874
Exportaciones peruanas totales	10.807	14.802	19.657	26.490	31.253	34.655	30.724	39.759	50.740	51.497	47.991	45.200

Fuente: BCRP
Bienes: Millones USD/FOB)

Comportamiento de las exportaciones peruanas de servicios



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Viajes	57%	57%	61%	57%	55%	54%	51%
Transportes	23%	22%	23%	24%	25%	27%	23%
Servicios no Tradicionales	20%	21%	16%	18%	20%	18%	25%

Mercados de destinos de las exportaciones de servicios empresariales (offshore)



Centroamérica y el Caribe incluyen: Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Puerto Rico y República Dominicana

Agenda

- **El dinamismo del sector de franquicias**
- **PROMPERU en el impulso de las exportaciones de servicios**

¿Qué es una Franquicia?

Rompiendo el mito

Es un sistema de comercialización de productos, servicios y/o tecnología, basado en una estrecha colaboración y continua entre empresas jurídicas y financieramente independientes



- Marca
- Identidad
- Know How (saber hacer)



Franquiciado

Franquiciante

Factores a tomar en cuenta para emprender un negocio independiente

- A nivel mundial el 42% de las ventas al detalle se realizan en un local de franquicia
- Cada 15 minutos, en alguna parte del mundo, se inaugura un nuevo local de franquicias
- El 65% de los negocios independientes fracasan al cabo de 5 años, mientras que con el sistema de franquicias éste porcentaje se reduce al 5%
- Permite acelerar el crecimiento al dueño de la franquicia (franquiciante) y reduce el riesgo a quién la adquiere (franquiciado)

Proporción de PYMES que desaparecen en %			
País/Región	Al año	A los 3 años	A los 5 años
España		70%	80%
USA		25%	53%
América Latina	50%		90%
México		75%	
Chile	25%	55%	70%
Argentina	93%		97%

¿Qué es el know How?

Secreto



El saber hacer, son conocimientos específicos que no son fácilmente adquirible

Sustancial



El saber hacer, incluye la información de cómo vender los productos o servicios, que produzca al negocio una mejora competitiva en su sector

Identificado



El saber hacer, deberá estar expresado en forma completa, clara y expedita que permita su verificación



Condiciones para el éxito de una franquicia



Derecho del franquiciado

- Derechos de uso de la marca y venta de productos de servicio.
- Asistencia en la localización del punto de venta
- Asesoría en el diseño del local
- Capacitación y entrenamientos iniciales
- Asistencia técnica
- Asesoría legal
- Recepción de los manuales operativos
- Programas de software
- Estudio de rentabilidad y periodo de recuperación de la inversión.



Obligaciones del franquiciado

- Mantener el Know-How de la franquicia
- Atender los requerimientos de franquiciador en cuanto al perfil y calidades del personal.
- Informar inmediatamente al franquiciador de cualquier acción de hecho o de derecho judicial o administrativa que pueda afectar el Good Will.
- Mantener el secreto industrial y la confidencialidad de la información suministrada por el franquiciador.
- Atender a los criterios de imagen corporativa y el uso de la marca, logos y colores.
- Actuar conforme a los criterios y normas establecidos por franquiciador en los manuales y en el contrato de la franquicia.
- Efectuar puntualmente los pagos de la cuota de publicidad al franquiciador.
- Cumplir con todas las normas y reglamentos vigentes o aplicables en el territorio asignado.
- Cumplir y respetar todos los términos que se estipulan en el contrato de la franquicia y que las dos partes suscribirán.
- Permitir el acceso libre e ilimitado del personal designado por el franquiciador a las instalaciones del restaurante.

Modelos de Franquicias

SEGUN EL SECTOR DE ACTIVIDAD:

- **Franquicia de Producción** (Derecho de fabricar y distribuir)
- **Franquicia de Distribución** (Provee insumos o productos que vende el franquiciado)
- **Franquicia de Servicios** (Exclusivamente brinda formula de servicios)
- **Franquicia Asociada**



TIPOS DE FRANQUICIAS

- **Franquicia Master:** Otorga el derecho a explotar un determinado territorio, país, región, etc.
- **Franquicia Plurifranquicia:** Dirige franquicias diferentes (Delosi)
- **Multifranquicia:** maneja más de un punto de una marca



Franquicias en el mundo



Países	Población (millones)	PBI (US\$-Millones)	No. Franquicias	Facturación (US\$ millones)	Cantidad de Unidades	Crecimiento	Personal empleado	Ley de Franquicias
 México	119,60	1.287.557,00	1.500,00	28.000,00	71.221,00	13,00%	70.000,00	Si
 Brasil	201,00	2.215.953,00	2.703,00	46.527,00	114.409,00	11,90%	1.029.681,00	Si (Ley N° 8.955/94)
 Argentina	42,00	471.200,00	612,00	50,63	26,83	12,00%	198,39	No
 Costa Rica	4,80	45,15	233,00	656,00	1.854,00	5,40%	27.003,00	No
 Guatemala	15,00	58.464,00	300,00		5,50	17,00%	100,00	No
 Perú	30,50	333,00	321,00	1.005,00	1,34	16,00%	23.003,00	No
 Venezuela	28,90	381.000,00	485,00	6.166,00	12,50	6,00%	95.000,00	No
 España	47,20	1.415.304,00	1.020,00	23.920,00	55.200,00	4,90%	340.000,00	Si
 EEUU	318,8	17.528.382,00	2.500,00	801.000,00	770.368,00	4,30%	8.318.000,00	Si

Consejo Mundial de Franquicias: 30 países
Federación Iberoamericana de Franquicias: 10 países
Federación Europea de Franquicias: 18 asociaciones

Confederación de Franquicias Asia Pacífico: 14 asociaciones
Federación de Franquicias del Mediterráneo: 13 países

Antecedentes sobre los apoyos de PROMPERU



Constitución de la Cámara Peruana de Franquicias

Seminarios de Sensibilización



2005



I Censo de Franquicias Peruanas 2009 - PROMPERU

Plan Estratégico y Operativo del Sector Franquicias



2006



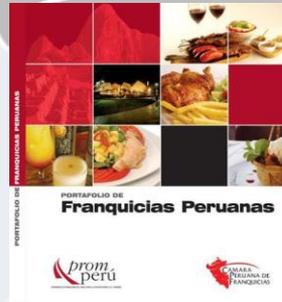
Salón Internacional de la Franquicia

Participación en Ferias
- Brasil
- Colombia
Promoción en USA
POM s México

Seminarios de Sensibilización
- Chiclayo
- Arequipa



2007



Participación en Ferias
- México
- Brasil
Seminario USA
Lanzamiento del Primer Portafolio de Franquicias

Certificación ISO 9000 a 5 empresas de Franquicias



2008



Participación en Feria
- México

PROMO 2009
Misión Comercial de Franquicias a Colombia
I Censo del Sector



2009 - 2015

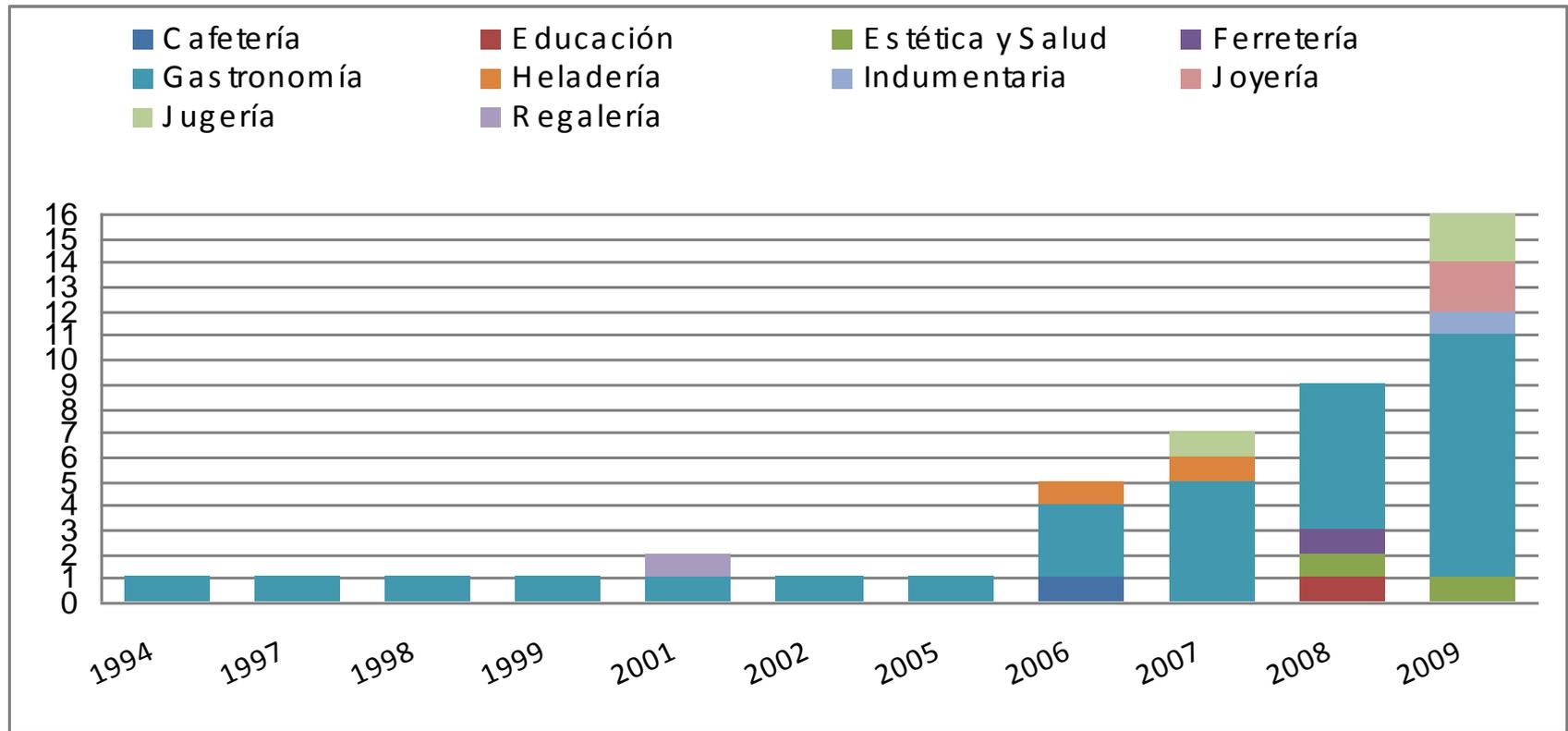


Franquicias en el 2009



Las empresas precursoras con este modelo fueron: Mediterráneo Chicken, Tip Top, Bohemia, Pardos Chicken, Astrid & Gastón, Rosatel y Bambos.

PERU: 150 franquicias en el mercado nacional



I Censo de Franquicias-PROMPERU

Impulso al sector

Negocios peruanos se expanden a través de las franquicias



2009
16 conceptos

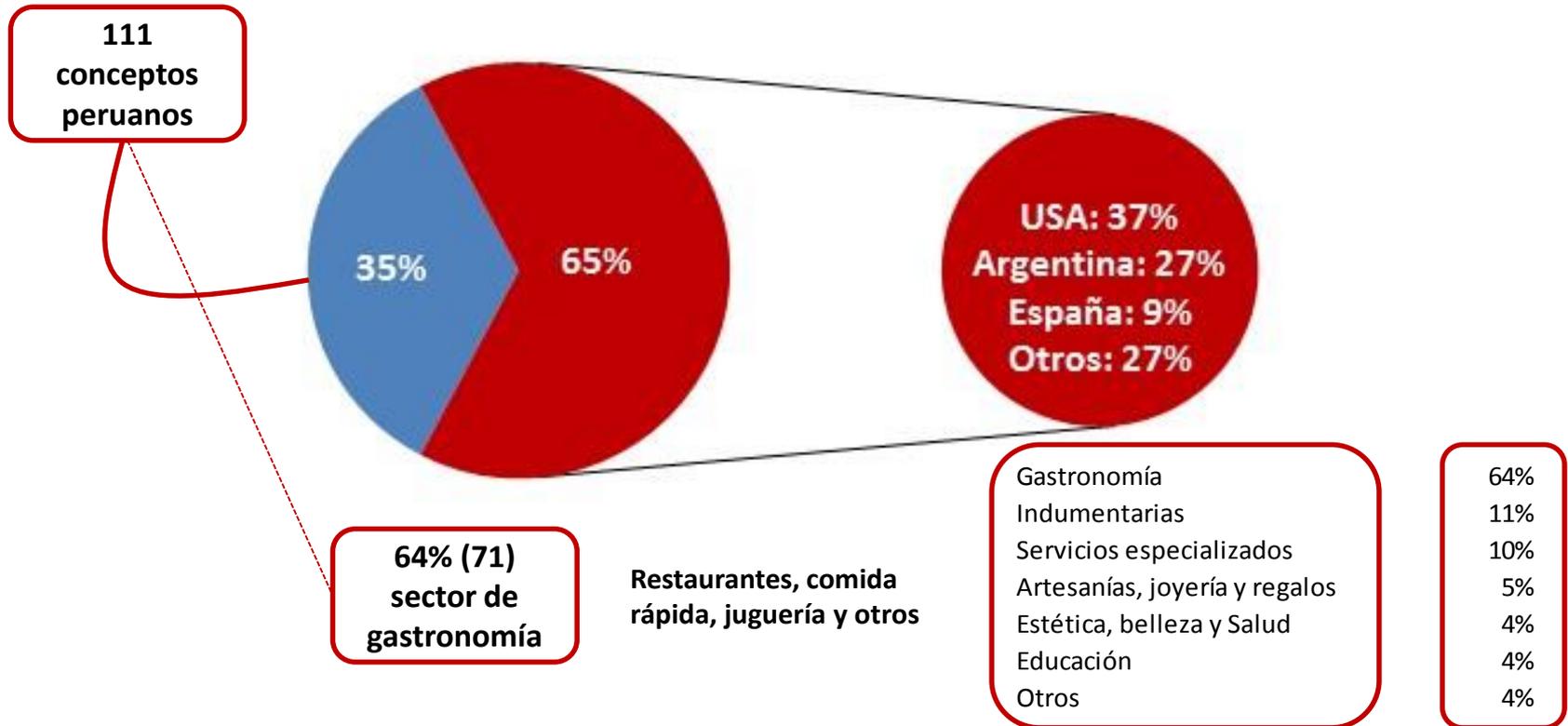
2013
111 conceptos

La gastronomía lidera el sector de las franquicias

PERU: Número de Franquicias, 2013

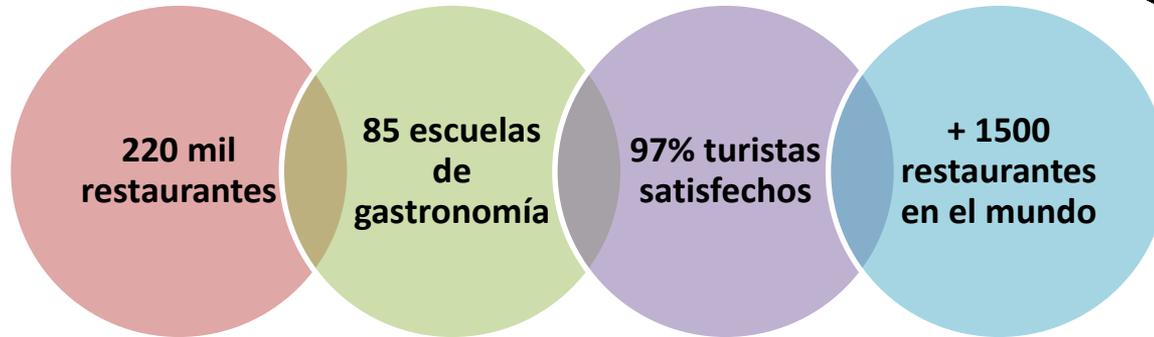
Total: 321

■ Nacionales ■ Extranjero



Fuente: PROMPERU. "Levantamiento y estandarización de data de exportaciones de servicios". Base 45 empresas Octubre, 2012

El efecto arrastre del sector de gastronomía



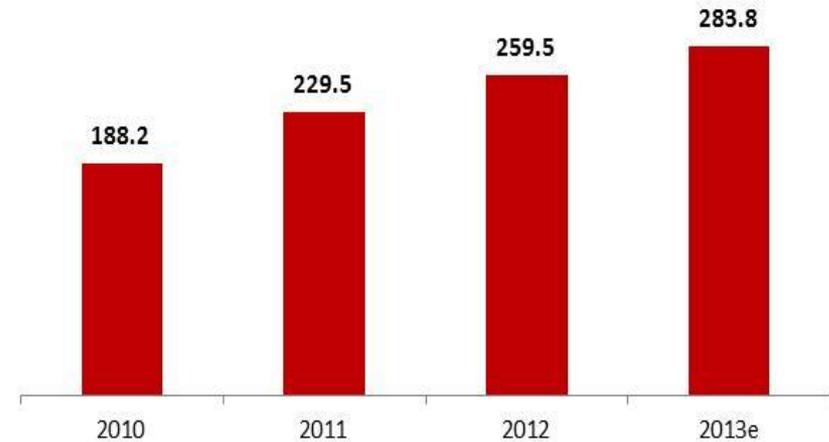
40% de los turistas llegan al Perú con fines gastronómicos

Facturación de las franquicias peruanas

- Crecimiento promedio anual del 15%
- Exportaciones con tasas de crecimiento dinámicas 17%
- + 12,800 puestos de trabajo

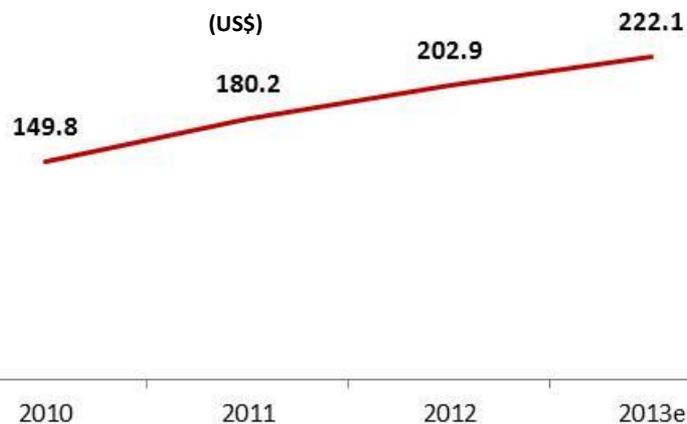
Facturación total

(US\$)



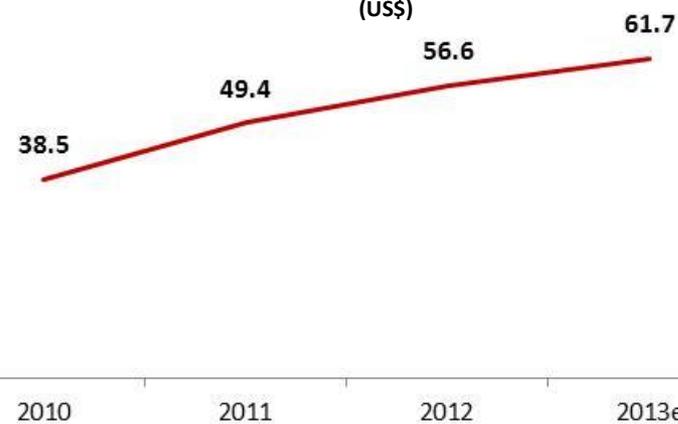
Ventas locales

(US\$)

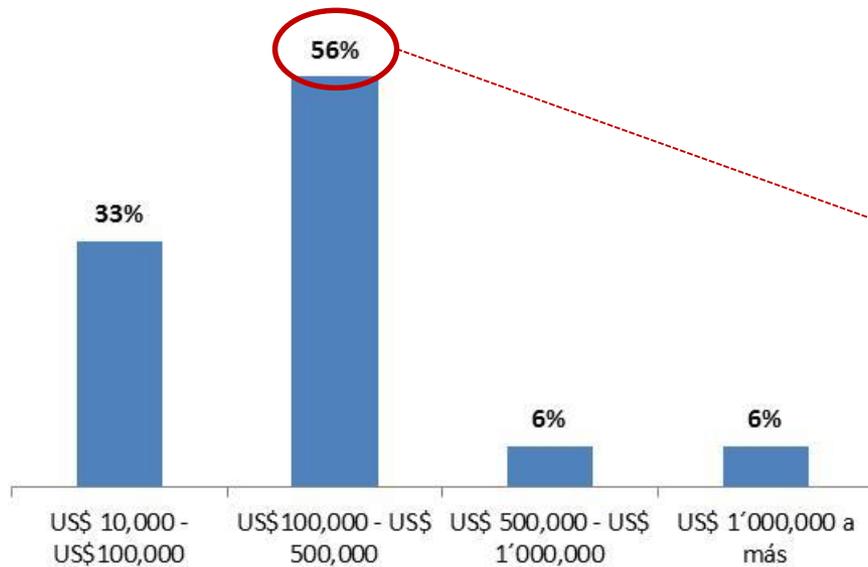


Exportaciones

(US\$)

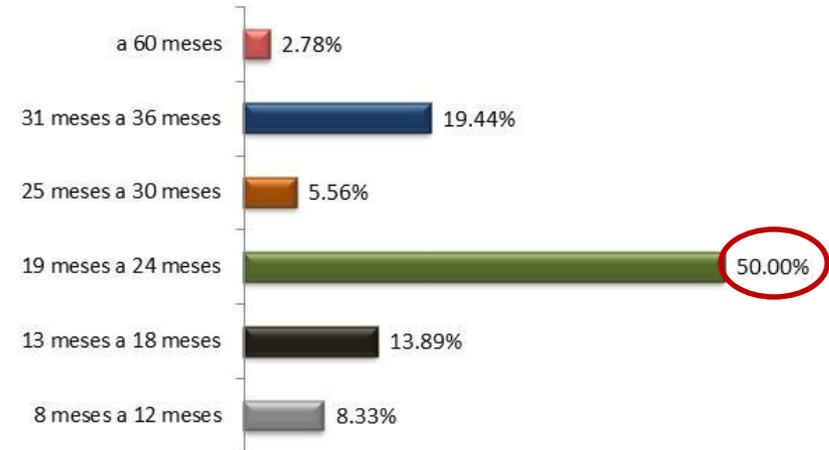


Rentabilidad de las franquicias peruanas



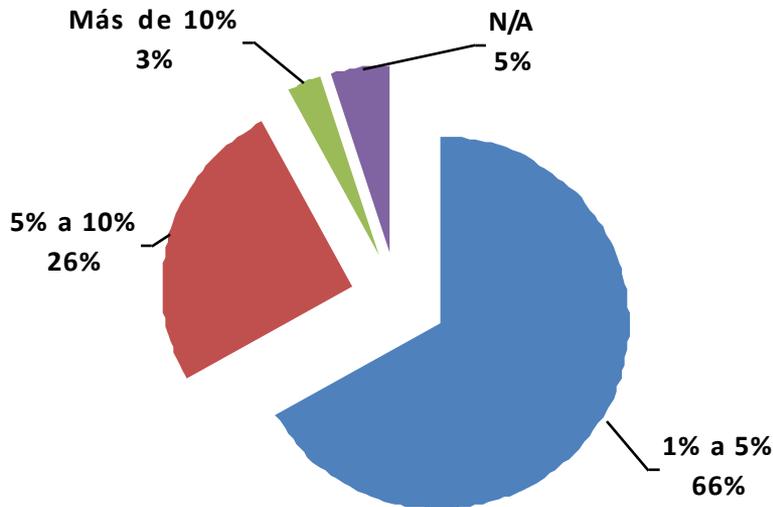
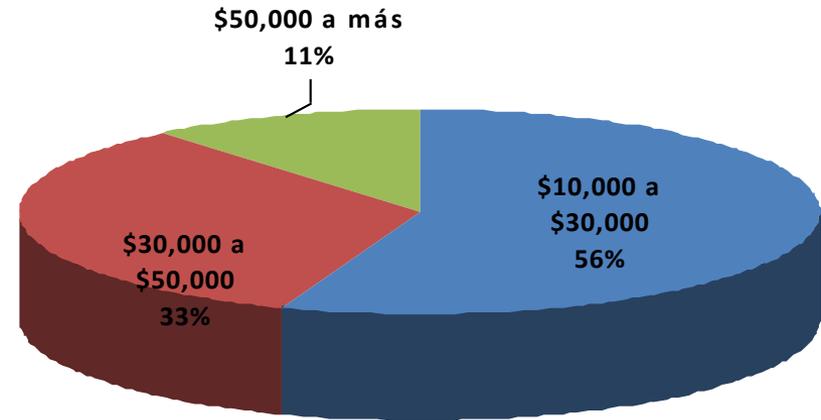
Niveles de inversión accesibles, el 56% de las franquicias se establecen con una inversión entre US\$ 100,000 y US\$ 500,000

El 50% de la inversión **se recuperan** entre los 19 meses y los 24 meses



Franquicias peruanas derechos de entrada y regalías

El derecho de entrada: Cerca del 90% está por debajo de los \$50,000

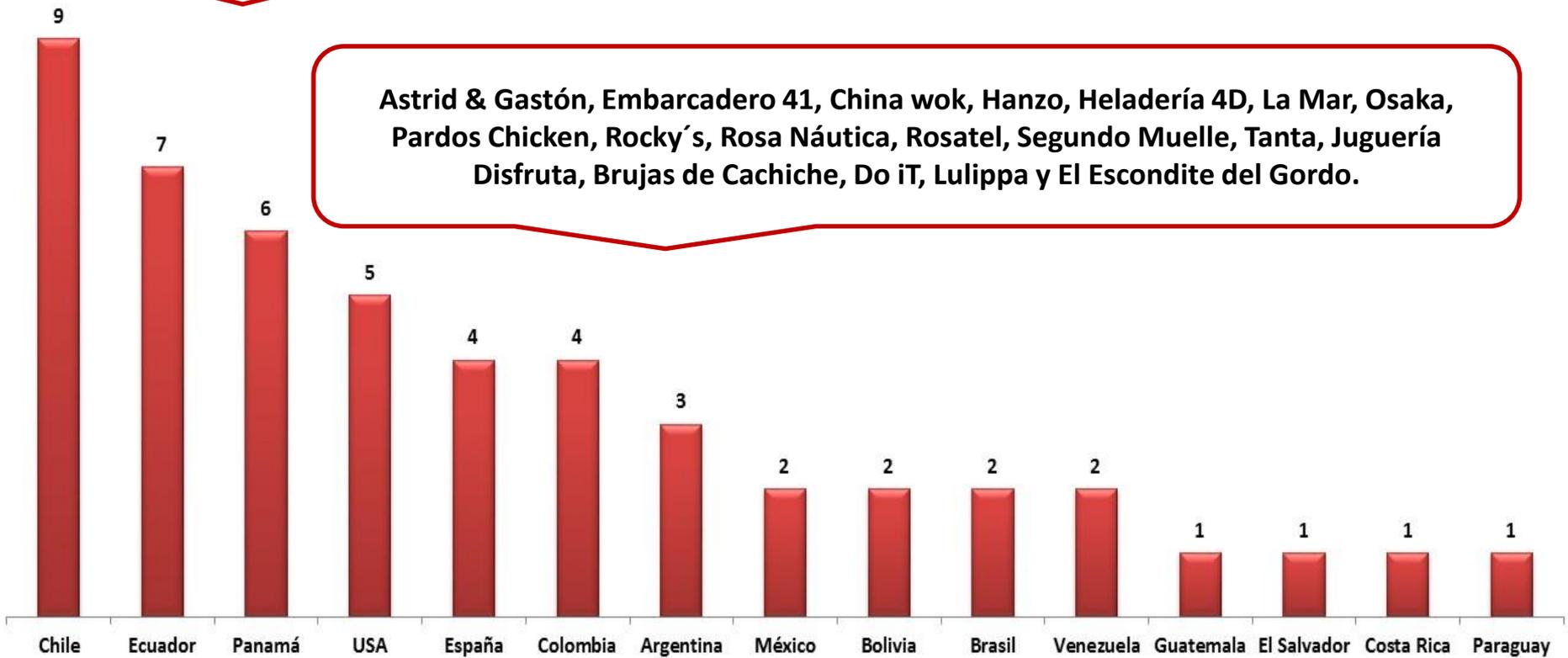


Las regalías: el 66% está en un rango del 1 al 5%. Las regalías: el 66% está en un rango del 1 al 5%.

Mercados de destinos de las franquicias peruanas, por marcas: 2014

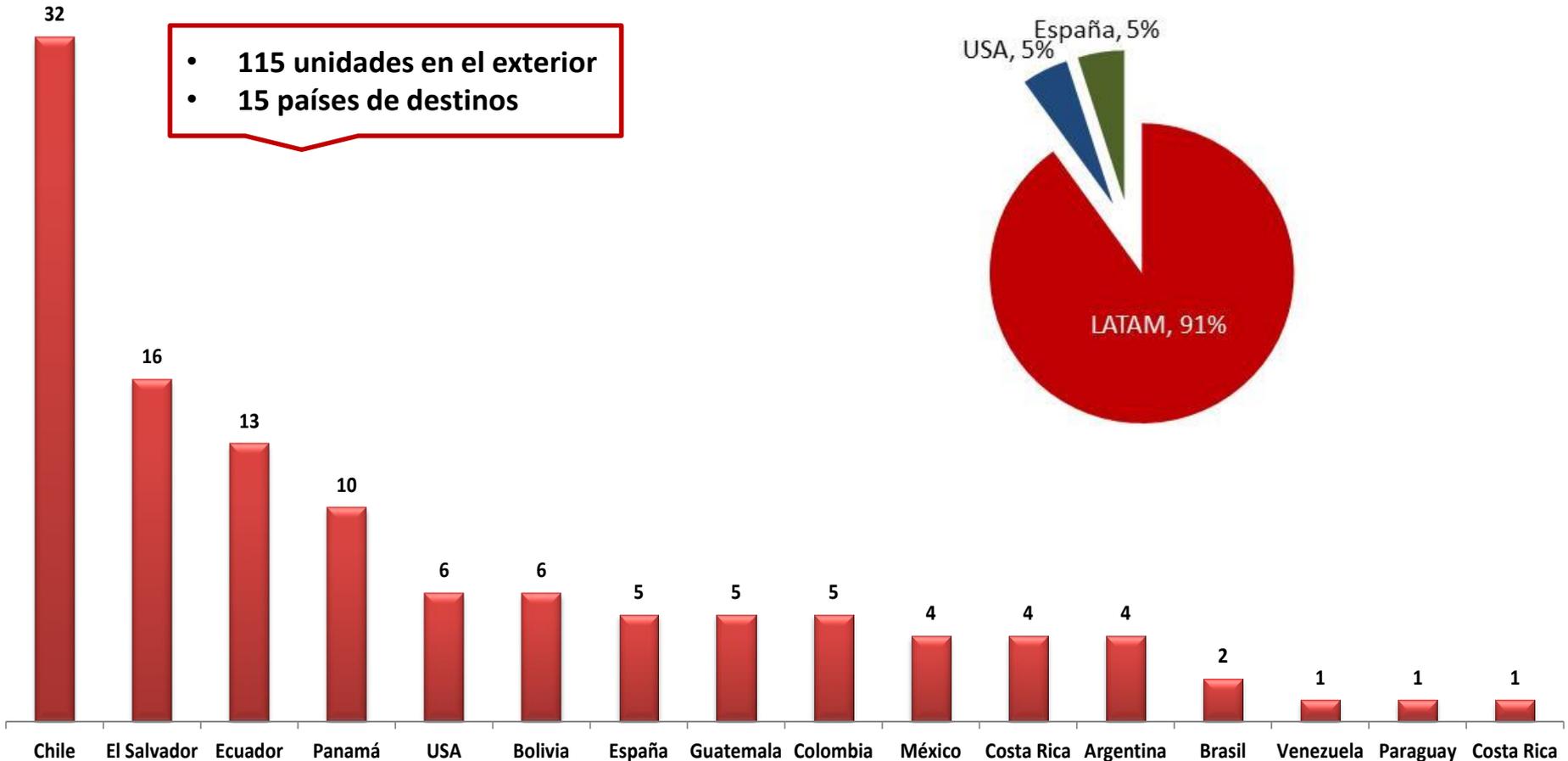
- 19 marcas en el exterior
- 15 países de destinos

Astrid & Gastón, Embarcadero 41, China wok, Hanzo, Heladería 4D, La Mar, Osaka, Pardos Chicken, Rocky's, Rosa Náutica, Rosatel, Segundo Muelle, Tanta, Juguería Disfruta, Brujas de Cachiche, Do iT, Lulippa y El Escondite del Gordo.

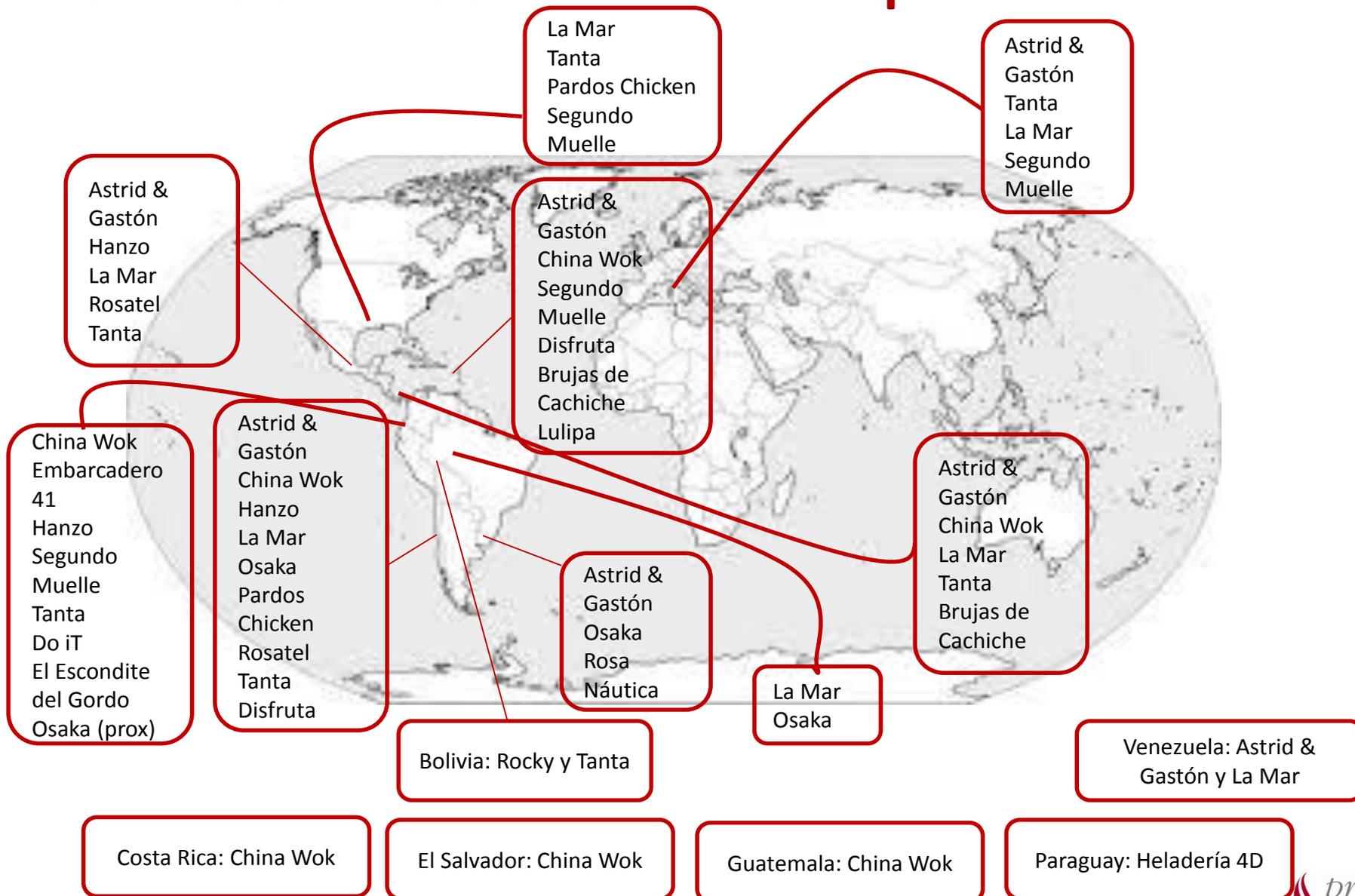


Mercados de destinos de las franquicias peruanas, por unidades franquiciadas: 2014

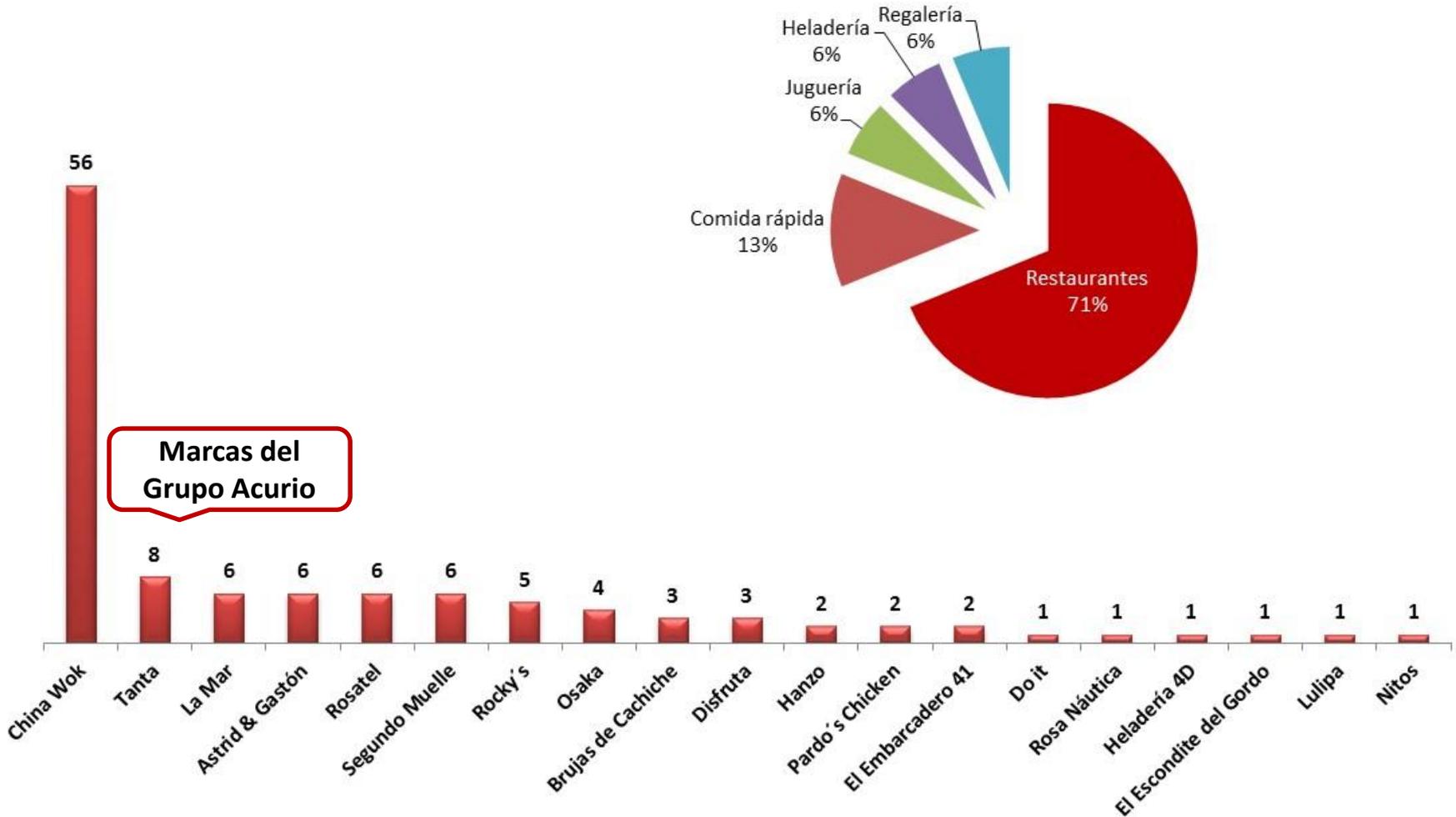
- 115 unidades en el exterior
- 15 países de destinos



Marcas peruanas liderando la internacionalización de las franquicias



Marcas peruanas liderando la internacionalización de las franquicias



Franquicias peruanas que participan de los programas de PROMPERU

Gastronomía

Las Canastas

Escondite del Gordo

Estadio Fútbol Club

Señorío de Sulco

El Rocoto

La Caravana

José Antonio

Mediterráneo Chicken

Grupo Acurio

Sushi Ito

Sushi Matsuei

Brujas de Cachiche

Caplina

Pez On

Rosa Náutica

Mi Propiedad Privada

Polo Marino

Punta Sal

Disfruta

Bohemia

China Wok

Segundo Muelle

Osaka

El Pollo Real

La Lucha

Niquei

Cremoladas Curich

Q´Churros

Wuju!

Restobar Bravo

Confecciones

Petite Fourme

Joyería y Belleza

CMC By Camusso

Thaya 925

Montalvo Spa

34
franquicias
apoyadas

Chinawok en el mundo

Datos de la franquicia	
Concepto	Chifa Gourmet
Número de franquicias en el exterior	56
Inversión	USD 100,000
Canon de entrada	USD 20,000
Royalti	5%
Tipo de Inversionista	Operadores de Franquicias
Tipo de franquicias	Servicios



Su internacionalización

- Ecuador (2003)
- Panamá (2004)
- El Salvador (2005)
- Costa Rica (2005)
- Chile (2007)
- Colombia (2012)
- Argentina (2012)
- Honduras (2012)

Rosatel en el mundo

Datos	
Concepto	Regalería
Número de franquicias en el exterior	6
Tipo de Inversionista	Inversionistas corporativos
Tipo de franquicias	Distribución



Su internacionalización

- México (2001)
- Chile (2002)

En 1994, dos universitarios Pardo y Arteta iniciaron el concepto de florería con USD 750, iniciaron promocionado en diferentes medios como revistas y radio invirtiendo S/. 6,000. Después de 12 años la venta de flores se combinaron con diferentes artículos desde peluches y champagne

Segundo Muelle en el mundo

Datos de la franquicia

Concepto	Es una cadena de restaurantes de comida marina peruana que se caracteriza por su sabor, frescura, calidad y creatividad de sus platos, además de brindar un servicio diferenciado que excede siempre las expectativas de nuestros clientes.
Canon de Entrada	USD 75,000,00
Royalty	6% mensual
Canon de Publicidad	Negociable
Inversión total estimada	USD 450,000.00
Área de local requerido	450 m2

segundo muelle
pasión por el mar



Brujas de Cachiche en el mundo

Datos de la franquicia	
Conceptos	Restaurante de Gastronomía Peruana Clásica y de Fusión con la Gastronomía Internacional
Canon de Entrada	USD 75,000,00
Royalty	5% de las ventas netas
Canon de Publicidad	Negociable
Duración del Contrato de Franquicia	10 años renovables
Inversión total estimada	Entre USD 350,000,00 y USD 500,000,00
Área de local requerido	450 m2 o más
Facturación medio (mensual)	USD 300,000,00
Plazo de Retorno Medio (anual)	3 años
Tiempo de entrenamiento	2 a 4 meses



BRUJAS DE CACHICHE®
RESTAURANTE



Osaka en el mundo

Datos de la franquicia	
Conceptos	Dedicada al rubro gastronómico, que se viene posicionando como uno de los líderes en la categoría de "Cocina Nikkei". En Osaka fusionamos la técnica japonesa con los mejores insumos y sabores peruanos, ofreciendo una nueva propuesta de gastronomía nikkei, que invita a todos nuestros clientes y nuevos degustadores a vivir una excelente experiencia en calidad de comida y servicio.
Canon de Entrada	USD 60,000,00
Royalty	5% mensual
Canon de Publicidad	1% mensual
Duración del Contrato de Franquicia	De 5 a 10 años
Inversión total estimada	Entre USD 500,000.00 y USD 750.000,00
Área de local requerido	450 m2
Facturación medio (mensual)	Variable



El Escondite del Gordo y su internacionalización

Datos de la franquicia	
Conceptos	“Pescados y mariscos
Canon de Entrada	USD 20,000.00
Royalty	Negociable alrededor del 5%
Canon de Publicidad	Negociable
Duración del Contrato de Franquicia	5 años
Inversión total estimada	USD 150,000,00
Área de local requerido	Patio de comidas 40 a 50 m2 Puerta a Calle 150 a 250 m2
Facturación medio (mensual)	Entre USD 20,000,00 y USD 40,000.00
Tiempo de entrenamiento	60 días



Cuenta con cuatro locales, tres de ellos son restaurantes tradicionales con capacidad para más de 100 personas y personal calificado para su servicio y el cuarto es un autoservicio de comida rápida, el primero en su género

Disfruta y su internacionalización

Datos de la franquicia	
Conceptos	Disfruta es un espacio compuesto de energía y sabor, donde podrás disfrutar de un zumo o batido de fruta natural que aportará a tu organismo los nutrientes necesarios para vivir una vida activa, saludable y llena de energía.
Canon de Entrada	USD 25,000,00
Royalty	5% mensual
Canon de Publicidad	2% mensual
Duración del Contrato de Franquicia	5 años renovable
Inversión total estimada	USD 80,000,00
Área de local requerido	60 m ²
Facturación medio (mensual)	USD 16,000,00
Plazo de Retorno Medio (anual)	10 meses
Tiempo de entrenamiento	1 mes



Agenda

- **PROMPERU en el impulso de las exportaciones de servicios**

¿Quiénes somos?

EXPORTACIONES



TURISMO



IMAGEN PAIS



www.promperu.gob.pe

Compromisos del Sector Comercio Exterior

FUENTE DE NUEVA OFERTA EXPORTABLE, COMPETITIVA Y CON VALOR AGREGADO

MINCETUR

PROMPERU



Planes Estratégicos y Operativos de Servicios

Salud Electiva, Software, Ingeniería y Consultoría,
Consultoría de Gestión, Franquicias y Centro de Contacto



RUUTA EXPORTADORA

Camino a su internacionalización.



3 TERCERA FASE

Asistencia empresarial

Dirigido a los exportadores en proceso y a los exportadores.

Mejora la gestión de ventas y negociaciones internacionales.

Innovación e implementación de mejoras.



www.siicex.gob.pe/rutaexportadora

Creación de Colecciones según tendencias internacionales.

Rediseño de envases y embalajes

Forma consorcios y grupos de exportación.

Mejora de la gestión exportadora.

Marketing internacional y negociaciones

Misiones tecnológicas y pasantías

Información comercial especializada

Promo. Estudios Especializados y Prospecciones Comerciales.

Programa de diseño

Programa de empaques

Programa de Asociatividad

Programa de coaching

Marketing internacional y negociaciones

Misiones tecnológicas y pasantías

Información comercial especializada

Desarrollo de marcas

Promo. Estudios Especializados y Prospecciones Comerciales.

Generación de marcas colectivas

PROMEX.

1 PRIMERA FASE

Orientación e información

Dirigido a los usuarios en general.



Asesoría

Aula virtual

Días del exportador

Test del exportador

Primer paso para la calidad.

Orientación básica en temas relacionados a exportaciones.

Capacitación virtual vía SIICEX.

Seminarios a nivel nacional.

Diagnóstico y orientación de la ruta exportadora.

SS

2 SEGUNDA FASE

Capacitación

Dirigido a los interesados en exportar y exportadores en proceso.



Desarrollo del sitio web.

Diagnóstico de competitividad.

Desarrollo de planes de Exportación.

Programa de Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufacturas (BPM), HACCP, ISO, BPA, etc.

Programa de Comercio Justo

Programas de Calidad

Planex

Test de competitividad

Diagnóstico de competitividad.

Desarrollo del sitio web.

Creación de tu Web

Desarrollo de línea gráfica empresarial.

Imagen corporativa

Primer paso para la calidad.

FORMA DEL SERVICIO

- Personalizado
- Vía web
- Material físico

Dirigido a sectores exportadores que apliquen al programa.



4 CUARTA FASE

Promoción

Dirigido a las empresas exportadoras.

Pruebas de venta

Ferias internacionales

Perú Marketplaces

Misiones comerciales

Tiendas multimarcas

Pruebas de venta

Ferias internacionales

Perú Marketplaces

Misiones comerciales

Tiendas multimarcas

Ruedas de negocios, EXPOPERÚ.

CEMUS.

72 Feria en el mundo

Nro	NOMBRE DEL EVENTO	ORGANIZADOR	PAÍS	LUGAR DE REALIZACIÓN	FECHA DEL EVENTO
1	Feria internacional de Franquicias de Bolivia	Surplus Internacional y Fexpocruz	BOLIVIA	Santa Cruz, Bolivia	16-17 April
2	International Franchise Congress & Awards	Brazilian Franchise Association	BRASIL	Sao Paulo, Brazil	23-24 April
3	ABF Franchising Expo	Brazilian Franchise Association (ABF)	BRASIL	Sao Paulo, Brazil – Expocenternorte	24-27 June
4	ABF Expo Franchising	Brazilian Franchise Association	BRASIL	Rio Centro, Brazil	1-3 October
5	ABF Expo Nordeste 2015	Brazilian Franchise Association	BRASIL	Recife-Pernambuco, Brazil	3-6 November
6	Feria Andina de Negocios en Expansión y Franquicias	FANYF	COLOMBIA	Bogotá, Colombia	1-2 July
7	International Franchise Expo, Guatemala 2015	Guatemala Franchise Association	GUATEMALA	Guatemala City, Guatemala	27-28 April
8	Expo Franquicias 2015	Mexican Franchise Association	MEXICO	Guadalajara, Mexico	18-19 June
9	Feria Internacional de Franquicias y Oportunidades de Negocio del Paraguay	G&H Paraguay	PARAGUAY	Asunción	13-14 April
10	II Feria Internacional de Franquicias	Cámara de Comercio de Lima	PERU	Lima, Perú	8-9 September
11	FIFU - Feria Internacional de Franquicias y Oportunidades de Negocios del Uruguay	Surplus Internacional	URUGUAY	Montevideo, Uruguay	28-may

Sectores

- Agencias de viajes
- Alimentación
- Consultoría y Asociaciones
- Cosmética y Belleza
- Fotografía
- Heladería y Pastelería
- Hotelería y Restauración
- Imprenta, arte gráfica y rotulación
- Informática
- Joyería y Bisutería
- Moda y Complementos
- Muebles y Decoración
- Ocio, Educación y Formación
- Papelería y material de Oficina
- Servicios Automovilísticos
- Servicios Financieros
- Servicios Inmobiliarios
- Tintorerías
- Otros Servicios Especializados

Salidas comerciales

26 Ferias y Misiones Comerciales en Latinoamérica y Europa



FRANQUICIAS Feria Internacional
Marzo 6, 7 y 8 • 2014

WTC CIUDAD DE MEXICO

ABF
FRANCHISING
EXPO

FANYF

EXPO
FRANQUICIA



Feria Internacional
FRANQUICIAS
SANTIAGO • CHILE • 2014

26 • 27
Noviembre 2014
Hotel W, Santiago



PERU SERVICE SUMMIT

US\$166

Millones

4,271 citas de negocios

319 contratantes internacionales



*Evento especializado
que se presenta
como Plataforma de
Negocios en
Latinoamérica para
el comercio de
servicios*

PerúService
SUMMIT 2014 
Conectamos oportunidades



-  Software
-  Franquicias Gastronómicas
-  Publicidad y Marketing Digital
-  Editorial
-  Bpo Centros de Contacto
-  Imprenta
-  Videojuegos

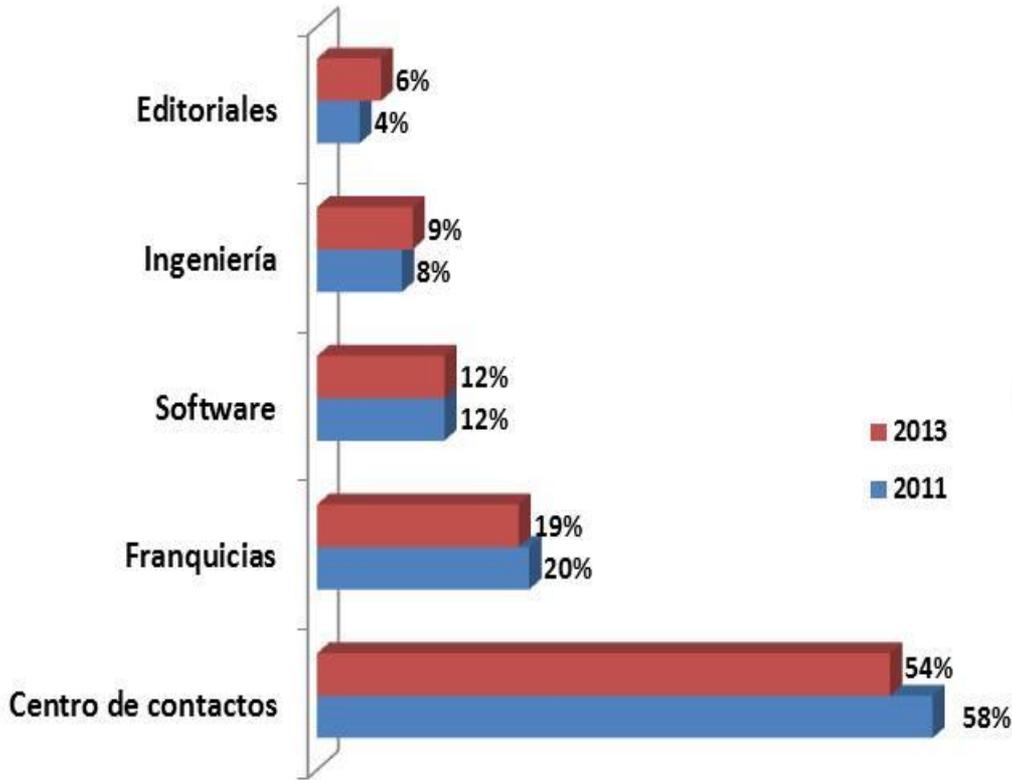
ORGANIZA:



CON EL APOYO DE:



Resultados de las Intervenciones de Promperu 2013



2012:
US\$ 253 millones

2013:
US\$ 329 millones

Apoyando el desarrollo de ferias especializadas en el Perú

Sede Cámara de Comercio de Lima

Lima, 3 y 4 de noviembre



EXPO & RUEDA DE NEGOCIOS INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS

CÁMARA DE COMERCIO - LIMA

12 y 13
de **NOVIEMBRE**
2014

Horario:
10:00 am a 8:00 pm

— **MARCAS SIN FRONTERAS** —

Encontrarás

- ✓ **Las marcas más importantes nacionales e internacionales**
- ✓ **Encuentros Comerciales**
- ✓ **Ruedas de Negocios**
- ✓ **Conferencias Magistrales**
(Juan Valdez, Nexofranquicias, Francorp, Fraudrive, Master Group, Pollo Campero, Asociación Brasileira de franquicias, Promperú, entre otros.)
- ✓ **Seminarios y talleres**

➔ Inscríbete como VISITANTE **AQUÍ**

➔ Programa: Foro Internacional de Franquicias

■ Marcas Participantes ■

y más...

Auspiciadores:




Organizadores:





Perspectivas y Conclusiones del sector

- El Perú tiene oportunidades para internacionalizar la oferta de servicios y principalmente su conocimiento.
- Se debe profesionalizar al sector de franquicias y orientar a las empresas para constituirse como operadores
- Las franquicias peruanas mantendrán su creciendo a una tasa promedio del 15% y las exportaciones tienen una dinámica mayor del 17%.
- Los conceptos ligados al sector de gastronomía seguirán liderando el crecimiento del sector y en el exterior.
- Los mercados regionales seguirán siendo el destino natural de las franquicias peruanas.



Aprendizajes de la Nube Pública

- Servicio Propio por parte del Usuario
- Delegación & Control
- Procesos Re-imaginados
- Automatización
- Control de Cambios
- Madurez en los Procesos
- Aplicaciones Escalables
- Arquitectura con Nivel de Servicio
- Estandarización Extrema

Microsoft

Entonces, seamos parte de este gran mercado de los servicios

Muchas Gracias,

David Edery Muñoz
dedery@promperu.gob.pe

**PROMPERU apuesta por el Sector de Servicios y el
conocimiento peruano para el mundo**