



Por: Ramón Vinay  
[ramonvinay@francorp\\_mexico.com](mailto:ramonvinay@francorp_mexico.com)



### ***La expansión internacional de PYMES, una realidad al alcance de la mano.***

Desde hace más de 30 años que tuve la maravillosa oportunidad de conocer los mercados de Centro y Sud América, como Director de Franquicias de Hertz, Renta de Autos, me convencí de que el potencial comercial de México hacia el sur del continente es tanto o más promisorio que el de los Estados Unidos, si tomamos en cuenta las coincidencias culturales y lingüísticas y el nivel de desarrollo de los negocios en otros países de la región. Sin embargo, el empresario mexicano, en términos generales, tiene una sola visión para hacer negocio: al norte. Sin embargo, algunas empresas como la ICA, desde hace décadas trabajan en la región de manera muy rentable. Es decir, solo empresas grandes lo podían costear.

Una prueba de este atractivo de los mercados del sur es la expansión de Telmex, que ha adquirido una muy grande proporción de negocios como por ejemplo en Guatemala, Brasil, Argentina y Chile, entre otras, porque tienen una tecnología y una experiencia muy consolidadas que pueden capitalizar en otros mercados a un costo comparativamente muy bajo.

Ahora, gracias al desarrollo de las franquicias en todo el continente, la expansión hacia estos mercados es más fácil, práctica y económica que nunca y considero que debe ser aprovechada a su máxima capacidad. Por ejemplo, en ferias de franquicias en Guatemala y El Salvador, varias franquicias, tales como Todo De Cartón, Ángela, TecnoBlinds, Monte Palma, han presentado sus ofertas ante más de 4 mil inversionistas. Otras más ya están operando en la región, como PrendaMex, El Fogoncito, Tortas Locas, por mencionar algunas. Donas Beleki ya está negociando su entrada en Centroamérica.

Hace apenas unos cuantos años, habría sido imposible pensar en este tipo de expansión que ahora facilitan las franquicias. La expansión internacional está ahora al alcance de las PYMES.



Desde luego, es necesario contar con programas de otorgamiento de franquicias de clase internacional para competir con las franquicias locales de Centro y Sud América, muchas de las cuales tienen ya los mismos estándares y calidad técnica que las cadenas de renombre mundial. Pero, esto no debe preocupar a los empresarios pequeños y medianos, porque la tecnología para crear franquicias de alta competitividad está disponible y es mucho más barata que el invertir y supervisar tiendas en otros países.

En los próximos 5 años, habrá un mayor número de franquicias mexicanas en Centro y Sud América que en los Estados Unidos. Esto se debe a que introducir una franquicia mexicana en esos mercados es mucho más barato, más práctico en el terreno jurídico y legislativo y mucho más fácil desde el punto de vista cultural, que operar en Estados Unidos. Asimismo, será mucho más rentable por dólar invertido en la creación de sus programas de franquicias.

Si bien las franquicias Centroamericanas han crecido mil 500 por ciento en los últimos 5 años, la variedad de giros de negocio no es aún tan amplia como en México. Las franquicias mexicanas tienen enormes oportunidades de ingresar en los segmentos de educación, servicios automotrices, servicios médicos, transporte, cuidado personal, prendas y accesorios, entretenimiento, helados, comida mexicana, servicios al hogar, tiendas de conveniencia y muchos otros.

Considero que esta es una oportunidad histórica para los empresarios mexicanos. Pero hay que “ponerse las pilas” y muy rápido.

Buena suerte

---

Ramón Vinay es presidente de Francorp International, el grupo líder mundial en la consultoría en franquicias, con operaciones sirviendo a 40 países donde ha desarrollado más de 4mil cadenas de franquicias.