

## **PERFIL DE MERCADO PARA LOS SIGUIENTES PRODUCTOS**

**2105.00.10: Helados incluso c/ cacao, en envases  $\leq$  a 2 kg.**

**2105.00.90: Helados incluso c/ cacao, en envases  $\geq$  a 2 kg.**

### **CONTENIDO**

|   |    |
|---|----|
| I. Breve Descripción del Mercado de Helados.....  | 2  |
| II. Estadísticas de importación de los últimos 3 años.....                                      | 2  |
| III. Tratamiento Arancelario .....  | 3  |
| IV. Requisitos de importación/Certificaciones .....   | 3  |
| V. Cámaras del sector en destino .....  | 5  |
| VI. Principales ferias del sector .....   | 6  |
| VII. Listado de empresas argentinas franquiciadas en Paraguay .....                             | 7  |
| VIII. ANEXO 1 – Paraguay registra bajo consumo de helado en la<br>región a pesar del calor..... | 9  |
| IX. ANEXO 2 - Franquicias argentinas son un polo de atracción en<br>Paraguay .....              | 12 |

## I. Breve Descripción del Mercado de Helados

El mercado paraguayo de helados es abastecido en mayor parte por producción local, el clima cálido en gran parte de año, es favorable para la creación y consolidación de empresas que se dedican a este rubro. La firma Amandau, que la principal fábrica de helados en Paraguay, ha concretado exportaciones al Brasil vía franquicias. Así también, existen otras fábricas del producto que comercializan a nivel nacional como ser: El Heladero, Heladería Sugar, Heladería Paris, Heladería Anahi, Quatro D, entre otros. Igualmente, en cada ciudad existen gran cantidad de pequeñas heladerías familiares que acceden al mercado gracias a los bajos costos que manejan.

Las importaciones de este rubro, corresponden a partidas puntuales de empresas radicadas en Paraguay que importan sus propios productos, como ser: Arcorpar S.A. que comercializa productos Arcor; Nestle Paraguay que comercializa sus propios productos, Cremasun S.A. que importa en forma exclusiva los helados de la marca Fredo y la firma Helacor S.A. que inició la venta de sus productos de la marca Grido, con la apertura de más de 30 locales, a través del sistema de franquicias.

## II. Estadísticas de importación de los últimos 3 años

| País          | Total anual -<br>2015<br>Fob Dólar | Total anual -<br>2016<br>Fob Dólar | Total anual -<br>2017<br>Fob Dólar | Variación<br>del 2015<br>al 2017 |
|---------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| ARGENTINA     | 359.168                            | 133.962                            | 517.114                            | 43,98%                           |
| COREA DEL SUR | 83.358                             | 40.392                             | 45.901                             | -44,94%                          |
| CHILE         | 29.648                             | 27.713                             | 0                                  | -100,00%                         |
| FRANCIA       | 0                                  | 35.486                             | 0                                  | N/A                              |
| <b>Total</b>  | 472.174                            | 237.553                            | 563.015                            | 19,24%                           |

Fuente: Elaboración propia con datos del BCP

### III. Tratamiento Arancelario

**TRATAMIENTO ARANCELARIO DE IMPORTACIÓN:** Se hallan en vigencia los siguientes gravámenes:

| <u>Posición Arancelaria</u> | <u>PRODUCTOS</u>                               | <u>ARANCEL EXTERNO COMUN (%)</u> | <u>ARANCEL NACIONAL VIGENTE (%)</u> | <u>ARANCEL TRATADO MERCOSUR (%)*</u> |
|-----------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 21050010                    | Helados incluso c/ cacao, en envases <=a 2 kg. | 18                               | 18                                  | 0                                    |
| 21050090                    | Helados incluso c/ cacao, en envases >=a 2 kg. | 16                               | 16                                  | 0                                    |

\* **Obs.:** En caso de contar con Certificado de Origen, se aplica un arancel intrazona a los países miembros del MERCOSUR del 0%, si no se cuenta con dicho certificado, se aplica el Arancel Nacional Vigente.

#### GRAVÁMENES Y GASTOS ADICIONALES:

- I.V.A.: 10%
- Valoración-Tasa Estadística: 0,5% s/el valor imponible.
- Tasa Consular: se rige por la [Ley 4033 - Del Arancel Consular](#)
- Conocimiento: U\$S 15 p/c despacho
- Certificado de Origen: U\$S 25 p/c despacho
- Ley 904/81 del INDI.: 7,0% s/Tasas consulares.
- Tasas portuarias: 0,75% s/el valor imponible.
- Comisión de despachante: Hasta un 2,5% aprox. s/valor del despacho.

### IV. Requisitos de importación/Certificaciones

**DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA EL DESPACHO:** legalizados.

1. Factura Comercial.
2. Conocimiento de Embarque.
3. Certificado de origen.
4. Manifiesto de carga.

## **REQUISITO DE REGISTRO SANITARIO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN – INAN**

Por decreto 1.635/99, se declara obligatorio el registro sanitario en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social - Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN), de productos alimenticios, bebidas y aditivos destinados al consumo humano, para los fabricantes, representantes, importadores, fraccionadores y otros.

El Registro Sanitario de Productos Alimenticios (RSPA) en el INAN, pueden realizarlo las empresas mediante un Representante Legal en Paraguay o el importador. A tal efecto la entidad rectora local proporciona los formularios que contienen los requisitos a cumplir, y pueden obtenerse en la siguiente página web: [www.inan.gov.py](http://www.inan.gov.py) en la parte de Trámites de Registros.

En esta institución se realizan dos registros: el de establecimiento y el de producto alimenticio en ese orden, los requisitos para ambos se encuentran en la página mencionada más arriba.

El plazo de vigencia de cada registro es de cinco años.

### **INSTITUTO NACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN -INAN**

Contacto: Dra. Laura Mendoza de Arbo – Director General

Contacto: Lic. Patricia Echeverría – Directora de Registro y Habilitación Alimentaria

Contacto: Lic. Claudia López – Departamento de Registro y Habilitación

Contacto: Lic. Viviana Schreiber – Departamento de Registro Sanitario de Producto Alimenticio

E-mail: [pecheverria@gmail.com](mailto:pecheverria@gmail.com)

E-mail: [vivischreiber@hotmail.com](mailto:vivischreiber@hotmail.com)

E-mail: [inanpy@hotmail.com](mailto:inanpy@hotmail.com)

Teléfonos. (595 21) 206 874 – 294 073 / 4

Dirección: Avda. Santísima Trinidad esq. Itapúa.

Ciudad: Asunción.

## **REGISTRO DE MARCA ANTE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

Este registro no es de carácter obligatorio si ya se ha registrado el producto en la Argentina. Se recomienda registrar la marca en Paraguay porque en caso de no estarlo, se corre el riesgo, una vez que el producto esté siendo comercializado en Paraguay, que otra empresa la registre y de esa manera impida que siga siendo comercializada

Para proceder al registro de marca ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, se procede con el patrocinio de uno de los estudios jurídicos habilitados para realizar este procedimiento, pudiéndose obtener mayor información sobre el tema visitando la página Web [www.mic.gov.py](http://www.mic.gov.py)

La oficina para realizar el registro de marca es:  
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual  
Contacto: Sra. Patricia Stanley - Directora  
Web: [www.dinapi.gov.py](http://www.dinapi.gov.py)  
Teléfono: (595 21) 210 977 - 204 833 – 214 280  
Dirección: Avda. España N° 323 c/ Estados Unidos.

### **REGISTRO DE MARCA ANTE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS:**

La Dirección Nacional de Aduanas, dispuso mediante la resolución N° 130/10, la creación de la **Sección de Registro de Marcas**, con la finalidad de agilizar el comercio exterior y otorgar medidas de seguridad eficaz y disuasiva contra las infracciones de los derechos de propiedad intelectual, como por ejemplo el ingreso de productos falsificados o adulterados.

Para registrar una marca en esta dependencia, previamente el producto deberá estar registrado y en vigencia en la Dirección de Propiedad Intelectual del Ministerio de Industria y Comercio. Cumplido este requisito, el titular de un registro de marca o su agente debidamente habilitado puede proceder al registro ante la Dirección Nacional de Aduanas.

## **V. Cámaras del sector en destino**

### **CÁMARA PARAGUAYA DE FRANQUICIA**

Ciudad: Asunción  
Teléfono: +595 21 445410  
Web: [www.cpf.org.py](http://www.cpf.org.py)  
E-mail: [info@cpf.org.py](mailto:info@cpf.org.py)

### **CÁMARA NACIONAL COMERCIO Y SERVICIOS DE PARAGUAY**

Dirección: Estrella 550 c/ 14 de Mayo y 15 de Agosto.  
Ciudad: Asunción, Paraguay  
Teléfono: +595 21 493-32  
Web: [www.ccparguay.com.py](http://www.ccparguay.com.py)

## **CÁMARA DE COMERCIO PARAGUAYO ARGENTINA**

Dirección: Palma esq. 14 de mayo – Edif. Banco de la Nación Argentina

Ciudad: Asunción

Tel.: 595 21 497 804/5

Email: gerencia@campyarg.org.py

Web: www.campyarg.org.py

## **CÁMARA DE EMPRESAS PARAGUAYAS DE LA ALIMENTACIÓN**

Teléfono: +595981411354

Email: info@cepali.org.py

Presidente: Dr. Carlos Micossi

Secretaria: Cynthia Zorrilla

## **VI. Principales ferias del sector**

### **FERIA INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS EN PARAGUAY (FIFPY)**

FIFPY Constituye una herramienta de difusión y promoción comercial altamente efectiva, la primera y la única exclusiva del sector. Es el único Evento especializado de carácter Internacional en este formato que existe en Paraguay, y el PRIMERO y PRECURSOR en promocionar el sistema de Franchising en Paraguay.

Es un Evento organizado con responsabilidad, buscando su sostenibilidad en el tiempo en favor de un sector pujante. Es el referente del mercado de franquicias en el Paraguay, ganando prestigio y posicionamiento a nivel internacional.

FIFPY es reconocido en el calendario internacional de Feria del sector y es miembro de la FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE FRANQUICIAS. Para mayor información <http://www.fifpy.com>

## VII. Listado de empresas argentinas franquiciadas en Paraguay

| Nº | Marca                       | Rubro                     |
|----|-----------------------------|---------------------------|
| 1  | IGA                         | Capacitación              |
| 2  | IGI                         | Capacitación              |
| 3  | Acad. Boca Juniors          | Capacitación              |
| 4  | IAP                         | Capacitación              |
| 5  | Universo Garden Angels      | Estética y Salud          |
| 6  | VZ                          | Estética y Salud          |
| 7  | Plaza España                | Estética y Salud          |
| 8  | Centro Ravenna              | Estética y Salud          |
| 9  | Tamara Di Tella             | Estética y Salud          |
| 10 | LACA                        | Estética y Salud          |
| 11 | Medical Hair                | Estética y Salud          |
| 12 | Instituto Sehar             | Estética y Salud          |
| 13 | La Pasionaria               | Estética y Salud          |
| 14 | Grido Helados               | Gastronomía               |
| 15 | Havanna                     | Gastronomía               |
| 16 | Café Martinez               | Gastronomía               |
| 17 | Freddo                      | Gastronomía               |
| 18 | SushiClub                   | Gastronomía               |
| 19 | Almacen de Pizzas           | Gastronomía               |
| 20 | Johnny B Good               | Gastronomía               |
| 21 | Mostaza                     | Gastronomía               |
| 22 | Negroni                     | Gastronomía               |
| 23 | La Guitarrita               | Gastronomía               |
| 24 | El Noble                    | Gastronomía               |
| 25 | Parrilla La Cabrera         | Gastronomía               |
| 26 | Bonafide                    | Gastronomía               |
| 27 | Tomate Algo                 | Gastronomía               |
| 28 | Cono Pizza                  | Gastronomía               |
| 29 | Angus Parrilla              | Gastronomía               |
| 30 | La Bistecca                 | Gastronomía               |
| 31 | Patagonia/Patagonia Brewing | Gastronomía               |
| 32 | Piegari                     | Gastronomía               |
| 33 | Sushi Pop                   | Gastronomía               |
| 34 | Kevingston                  | Indumentaria y Accesorios |
| 35 | Owoko                       | Indumentaria y Accesorios |
| 36 | Mimo & Co                   | Indumentaria y Accesorios |
| 37 | Rapsodia                    | Indumentaria y Accesorios |
| 38 | Garçon Garcia               | Indumentaria y Accesorios |
| 39 | Legacy                      | Indumentaria y Accesorios |
| 40 | Markova                     | Indumentaria y Accesorios |
| 41 | Prune                       | Indumentaria y Accesorios |
| 42 | Jazmin Chebar               | Indumentaria y Accesorios |
| 43 | Las Pepas                   | Indumentaria y Accesorios |
| 44 | Akiabara                    | Indumentaria y Accesorios |

|    |                      |                           |
|----|----------------------|---------------------------|
| 45 | Kosiuko              | Indumentaria y Accesorios |
| 46 | Rever Pass           | Indumentaria y Accesorios |
| 47 | Rosh                 | Indumentaria y Accesorios |
| 48 | Ricky Sarkany        | Indumentaria y Accesorios |
| 49 | Chocolate            | Indumentaria y Accesorios |
| 50 | María Cher           | Indumentaria y Accesorios |
| 51 | Cardon               | Indumentaria y Accesorios |
| 52 | Cheeky               | Indumentaria y Accesorios |
| 53 | Ginebra              | Indumentaria y Accesorios |
| 54 | Herencia Argentina   | Indumentaria y Accesorios |
| 55 | Ossira               | Indumentaria y Accesorios |
| 56 | Pampero              | Indumentaria y Accesorios |
| 57 | Vitamina             | Indumentaria y Accesorios |
| 58 | Wanama               | Indumentaria y Accesorios |
| 59 | Zhoue                | Indumentaria y Accesorios |
| 60 | 47 Street            | Indumentaria y Accesorios |
| 61 | ADMIT ONE            | Indumentaria y Accesorios |
| 62 | Boating              | Indumentaria y Accesorios |
| 63 | Caro Cuore           | Indumentaria y Accesorios |
| 64 | Kill                 | Indumentaria y Accesorios |
| 65 | Lechezucca           | Indumentaria y Accesorios |
| 66 | Londontie            | Indumentaria y Accesorios |
| 67 | MAB                  | Indumentaria y Accesorios |
| 68 | Magdalena Espósito   | Indumentaria y Accesorios |
| 69 | Muaa                 | Indumentaria y Accesorios |
| 70 | Portsaid             | Indumentaria y Accesorios |
| 71 | Prototype            | Indumentaria y Accesorios |
| 72 | Siamo Fuori          | Indumentaria y Accesorios |
| 73 | VER                  | Indumentaria y Accesorios |
| 74 | Cienfuegos           | Negocios Especializados   |
| 75 | Giro Didactico       | Negocios Especializados   |
| 76 | Seccoplac            | Negocios Especializados   |
| 77 | Placas San Francisco | Negocios Especializados   |
| 78 | My Name              | Negocios Especializados   |
| 79 | Skin Factory         | Negocios Especializados   |
| 80 | Color Shop           | Negocios Especializados   |
| 81 | ProntoWash           | Negocios Especializados   |
| 82 | Springwall           | Negocios Especializados   |
| 83 | Reservando Viajes    | Servicios                 |
| 84 | Fën Hoteles          | Servicios                 |
| 85 | Buquebus Turismo     | Servicios                 |

## VIII. ANEXO 1 – Paraguay registra bajo consumo de helado en la región a pesar del calor

El Departamento Comercial de Amandau S.A. informó que el consumo per cápita de helado en Paraguay es uno de los más bajos de toda la región, pese al fuerte y sostenido crecimiento que ha experimentado este sector en los últimos años.

Este dato, que proviene de estimaciones extraoficiales realizadas por Amandau S.A., tiene una doble lectura: por un lado resulta una contradicción teniendo en cuenta el clima del país y la amplia extensión de la "temporada alta"; por otro lado, abre las puertas a la posibilidad de un crecimiento exponencial del sector para los próximos años, atado a factores externos a esta industria: principalmente el crecimiento de la clase media y la mejora sostenida de la situación económica nacional.

"Los principales indicadores económicos del país están mostrando signos positivos de cara a los próximos años, y esto nos hace pensar que la industria de la cual formamos parte está dando apenas sus primeros pasos, y verá una fuerte expansión de la mano de un claro crecimiento de todo el sector alimenticio y de la economía nacional en general, beneficiando en primer lugar a la industria cien por ciento paraguaya", vaticina el Dr. Jorge Leoz, titular de Amandau.

### **¿Cuánto helado se consume en Paraguay?**

Si bien no existe en el país información estadística completa y certera sobre el sector – como ocurre también en muchos otros países de la región-, Amandau cruzó datos estimados de la industria nacional del helado, con cifras oficiales referentes a la importación de productos de procedencia internacional. De esta manera llegó a la conclusión de que anualmente se consumiría en el país un volumen global del orden de los 6.500.000 de litros.

Considerando que la población nacional es cercana a los 7.000.000 habitantes, el consumo anual de helado per cápita sería inferior a 1 litro por habitante, lo que resulta una de las cifras más bajas de la región.

En otros términos, 1 litro representa en promedio 570 gramos de helado anual, lo que es igual a 50 gramos por mes por persona. Es decir que cada persona consumiría mensualmente en el país apenas un tercio del peso total de un yogurt promedio de 140 gramos.

## **El consumo en la región y en el mundo**

Según datos de 2012 de la Asociación Internacional de Productos Lácteos, el país con mayor consumo de helado en el mundo es Nueva Zelanda, con 26,3 litros anuales por persona, es decir más de 25 veces el consumo personal en Paraguay. Le siguen Estados Unidos (24,5 litros); Australia (17,8 litros); Suiza (14,4 litros); Suecia (14,2 litros) y Finlandia (13,9 litros).

El líder en la Región. En el séptimo puesto aparece un país de la región, Chile, con 10,4 litros de helado por persona por año, lo que representa diez veces el consumo de Paraguay, pese a tratarse de un país más frío, aunque con un nivel adquisitivo más elevado.

El sitio especializado "Mundo Helado" reduce la cifra de Chile a 8 litros anuales por persona, número igualmente elevado, y sitúa posteriormente a Argentina (4,3 litros por persona), y Brasil (1,9 litros por persona).

Otros estudios posicionan a Uruguay muy cerca de Argentina, con un consumo del orden de los 3,5 litros anuales por persona).

"Pese al posible margen de error ante la falta de estadísticas oficiales en Paraguay, lo cierto es que aún si el consumo real fuera el doble de lo que conocemos (o sea, cerca de 13 millones de litros anuales, o casi 2 litros anuales por persona), cuestión más que improbable, la cifra seguiría siendo bajísima para lo que es la región, y nos estaría mostrando un mundo de oportunidades de crecimiento, en un país en el que el helado es un alimentopreciado y en el que tenemos un clima inigualable para su consumo masivo; entendemos, entonces, que debemos ver el vaso medio lleno y prepararnos para un crecimiento sin fronteras de esta industria", afirma Leoz.

## **Participación de Mercado**

Según estimaciones de Amandau, la empresa tendría hoy cerca del 47% del share del mercado paraguayo, a través de sus marcas "Amandau" y "Helarte".

Ambas produjeron en 2014 un volumen total de 3.100.000 litros de helados en sus distintas variedades, cerca de medio litro de helado per cápita, los cuales fueron comercializados a través de los más de 1.400 puntos de venta que suman ambas marcas entre franquicias, supermercados (salón y patios de comidas), tiendas de conveniencia, minimercados, mayoristas y locales del sector gastronómico.

Este crecimiento significó un aumento del 24% en el volumen total, frente a los 2.500.000 litros producidos y comercializados en 2013.

El producto por excelencia fue el helado a granel, es decir los sabores a elección que pueden adquirirse en todos los puntos de venta de la cadena en el país. Pero en paralelo a esto, se dio un importante incremento en el consumo de "Hogareños", es decir postres para llevar a casa, que pueden adquirirse tanto en heladerías como en supermercados.

"Este último dato es clave para comprender la tendencia del mercado, ya que la gente se está volcando –al menos en la experiencia de Amandau- a productos cada vez más Premium, con mejor presentación. En otras palabras, el paraguayo está buscando cada vez mayor calidad, y esto es habitualmente un síntoma de que el poder adquisitivo está creciendo, lo cual abre nuevos desafíos y expectativas para todo el mercado, tanto para nosotros como para nuestros amigos competidores", apunta Leoz.

### **Objetivo: cuadruplicar el Mercado**

El presidente de Amandau asegura que si se dieran las condiciones adecuadas, el consumo de helado en el país podría hasta cuadruplicarse en los próximos años, en términos per cápita, equiparándose de esta manera a mercados como el uruguayo o el argentino, aunque aún muy por abajo del chileno.

Esto dependerá, en gran medida, del rumbo de la economía que puede repercutir o no en una baja de la pobreza, en la inclusión de más gente en el mercado laboral y en una ampliación de la clase media. Ante esto, la empresa es optimista frente al panorama de la próxima década.

"El hecho de que hayamos crecido un 24% en nuestra producción en 2014 no es un dato menor, y es importante destacar que el número no está viciado por la cantidad de aperturas de locales, ya que no hablamos de puntos de venta sino de volumen producido. Esto demuestra que el mercado en sí está creciendo año tras año, y nos llena de expectativas para los próximos años", afirma Leoz.

"Lo importante es que este mercado está en plena ebullición, y que los números demuestran todo lo que podemos crecer. Lejos de estar en una meseta, vemos a nuestros países vecinos y nos animamos a pensar en que Paraguay puede dar un salto grande en cuanto a consumo de helado, lo cual sería importantísimo para toda la industria, y para la economía en general", agrega el titular de Amandau.

"No olvidemos que, a diferencia de otros sectores, el mercado heladero es un gran generador de puestos de trabajo. Cada heladería que se abre supone no menos de 3 personas trabajando, además de todo el capital humano necesario para la fabricación y administración de una planta. En la actualidad Amandau emplea en forma directa e indirecta a 150 personas, y calculamos que la empresa –a través de su sistema de franquicias- es la fuente laboral de otras 520 familias, dando trabajo a un total de 670 personas aproximadamente", finaliza Leoz.

Fuente: <http://www.ppn.com.py/html/noticias/noticia-ver.asp?id=120857&desc=Paraguay-registra-bajo-consumo-de-helado-en-la-region-a-pesar-del-calor>

## **IX. ANEXO 2 - Franquicias argentinas son un polo de atracción en Paraguay**

Ochenta y seis son las franquicias y negocios de marcas argentinas que han puesto sus pies en Paraguay con 144 puntos de venta contabilizados, lo que representa un incremento del 44% en relación a la última investigación realizada en 2014 por el Estudio Canudas.

Según datos proveídos por Estudio Canudas, en base a su última investigación realizada, las franquicias argentinas siguen pisando fuerte en nuestro país, al punto de haber aumentado en un 44% la cantidad de locales en un período de dos años.

Dentro de este ciclo de crecimiento, el más significativo sigue siendo el de indumentaria y accesorios, por medio de una participación del 49%, con Kevingston a la cabeza con 7 locales. Algunas marcas se fueron y otras llegaron, lo que no modificó el número total, por ejemplo Las Pepas, Boating, María Cher, Prüne están entre las que ahora podemos encontrar acá.

Carlos Canudas Rivell, especialista en franquicias argentinas en el exterior, comentó, “la creciente economía paraguaya es el mayor atractivo para la llegada de marcas argentinas que anclan no solamente en Asunción sino también en Encarnación, que resurgió gracias a un proyecto de recuperación, o Ciudad del Este en dónde podemos encontrar, entre otras, a Café Martínez. Sumamos a esto el crecimiento en la construcción, el bajo costo de la mano de obra y el hecho de ser el país con menor costo impositivo de toda Latinoamérica”.

En cuanto a la gastronomía, el desarrollo fue astronómico, debido a que de 17 locales que contabilizaban en 2014, ahora son en total 55 locales, es decir tres veces más, habiendo crecido el número en un 30% de un año a esta parte. Grido va a la cabeza con 16 puntos de venta, le siguen Havanna con 8, Café Martínez con 7, Freddo con 4. Además hubo un aumento en la cantidad de franquicias nuevas que se instalaron como La Cabrera o Almacén de Pizzas. Con estos números podemos hablar de un boom de la gastronomía argentina en Paraguay.

Todo lo que abarca al sector de estética y salud, según la investigación, profesionales especializados en franquicias tiene presencia con una participación del 10%, destacándose Universo Garden Angels con 4 puntos de venta.

Los negocios especializados también participan con un 10%, un rubro que incluye jugueterías, lavado de autos, pirotecnia, pinturerías, entre otros, por lo que nos encontramos con marcas como Giro Didáctico, Placas San Francisco y Colorshop.

En torno a la capacitación, se destacan las escuelas de gastronomía como IGI e IGA y el rubro participa con un 5% tanto en el total de marcas como en el total de puntos de venta.

Finalmente el sector servicios, que en este caso involucra mayormente al turismo, participa con un 3% con empresas como Fën Hoteles, que proyecta para este año su segunda apertura en Asunción.

Ochenta y seis son las franquicias y negocios de marcas argentinas que han puesto sus pies en Paraguay con 144 puntos de venta contabilizados, lo que representa un incremento del 44% en relación a la última investigación realizada en 2014 por el Estudio Canudas.

Según datos proveídos por Estudio Canudas, en base a su última investigación realizada, las franquicias argentinas siguen pisando fuerte en nuestro país, al punto de haber aumentado en un 44% la cantidad de locales en un período de dos años.

Dentro de este ciclo de crecimiento, el más significativo sigue siendo el de indumentaria y accesorios, por medio de una participación del 49%, con Kevingston a la cabeza con 7 locales. Algunas marcas se fueron y otras llegaron, lo que no modificó el número total, por ejemplo Las Pepas, Boating, María Cher, Prüne están entre las que ahora podemos encontrar acá.

Carlos Canudas Rivell, especialista en franquicias argentinas en el exterior, comentó, “la creciente economía paraguaya es el mayor atractivo para la llegada de marcas argentinas que anclan no solamente en Asunción sino también en Encarnación, que resurgió gracias a un proyecto de recuperación, o Ciudad del Este en dónde podemos encontrar, entre otras, a Café Martínez. Sumamos a esto el crecimiento en la construcción, el bajo costo de la mano de obra y el hecho de ser el país con menor costo impositivo de toda Latinoamérica”.

En cuanto a la gastronomía, el desarrollo fue astronómico, debido a que de 17 locales que contabilizaban en 2014, ahora son en total 55 locales, es decir tres veces más, habiendo crecido el número en un 30% de un año a esta parte. Grido va a la cabeza con 16 puntos de venta, le siguen Havanna con 8, Café Martínez con 7, Freddo con 4. Además hubo un aumento en la cantidad de franquicias nuevas que se instalaron como La Cabrera o Almacén de Pizzas. Con estos números podemos hablar de un boom de la gastronomía argentina en Paraguay.

Todo lo que abarca al sector de estética y salud, según la investigación, profesionales especializados en franquicias tiene presencia con una participación del 10%, destacándose Universo Garden Angels con 4 puntos de venta.

Los negocios especializados también participan con un 10%, un rubro que incluye jugueterías, lavado de autos, pirotecnia, pinturerías, entre otros, por lo que nos encontramos con marcas como Giro Didáctico, Placas San Francisco y Colorshop.

En torno a la capacitación, se destacan las escuelas de gastronomía como IGI e IGA y el rubro participa con un 5% tanto en el total de marcas como en el total de puntos de venta.

Finalmente el sector servicios, que en este caso involucra mayormente al turismo, participa con un 3% con empresas como Fën Hoteles.

Fuente: <http://infonegocios.com.py/nota-principal/franquicias-argentinas-son-un-polo-de-atraccion-en-paraguay>