



NEGOCIOS

Franquicias en Miami, un modelo de negocio que no parte de cero y tiene más oportunidad de triunfar

POR SARAH MORENO

ACTUALIZADO 15 DE DICIEMBRE DE 2023 5:22 PM



La agente de seguros Yesenia Flores, frente a su oficina de Hialeah, es propietaria de cinco franquicias de Estrella Insurance. Este es un modelo de negocio que considera que tiene muchos beneficios, entre ellos el reconocimiento y prestigio de la compañía. PEDRO PORTAL pportal@miamiherald.com

El deseo de emprender es uno de los que más predomina entre los inmigrantes que llegan al sur de la Florida buscando el sueño americano. Pero los deseos y el bolsillo no siempre van de la mano, por eso la pregunta que se hacen muchos es [cómo puedo abrir en un negocio](#) de la manera más fácil y con menos dinero.

La respuesta puede estar en el [modelo de franquicias](#), en el que no hay que empezar de cero, porque si bien hay que contar con un presupuesto para adquirir un *franchise*, ya el nombre del negocio y la estructura para manejarlo han sido establecidas por sus fundadores, por lo que hay más opciones de que resulte exitoso.

CINCO FRANQUICIAS DE ESTRELLA INSURANCE

Yesenia Flores creció corriendo por la oficina de Estrella Insurance donde trabajaba su mamá en Hialeah. Hoy la agente de seguros y empresaria cubanoamericana de 36 años tiene cinco oficinas de Estrella Insurance y 20 empleados. La compañía del inmigrante cubano Nicolás Estrella padre –que abrió su primera oficina en 1977, en un momento en que el número de inmigrantes hispanos en Miami crecía–, comenzó a vender franquicias en el 2008.

Para entonces ya Estrella Insurance tenía 40 oficinas, rememora Flores, indicando que Nicolás padre les dio la primera opción de compra a los *mánagers* de las oficinas. Flores estaba interesada en comprar una, pero no era *mánager*, trabajaba en la parte corporativa de la compañía. Aun así manifestó su deseo de comprar alguna oficina que la *mánager* no estuviera interesada en hacerlo. Adquirió su primera franquicia en la calle Flagler y la avenida 94 del suroeste, una de las cinco que son de su propiedad, que se extienden por Hialeah, Miami Lakes y el centro de Miami.

“Primero lo hice buscando el American Dream, todo el mundo quiere tener su propio negocio, pero además, es una compañía en la que crecí. Vi los valores del fundador; sabía que era un nombre sólido y ya conocía el sistema de trabajo”, dice Flores sobre sus motivaciones para comprar las franquicias.

También le veía “el lado romántico, ser dueña de una parte de esa compañía que siempre estuvo en mi vida”, reconoce. Su mamá fue gerente de la oficina de Hialeah desde 1988, y la compró en el 2010. Hoy esa oficina es la que más produce de Estrella Insurance, apunta Flores.

“Desde el momento que abres tu oficina y pones el letrero de Estrella Insurance, la mayoría de las personas ya saben quién eres”, señala Flores, indicando que los que se inician en el negocio siempre pueden obtener consejos y despejar dudas comunicándose con la oficina corporativa.

Tienen además acceso al listado de compañías de seguro y a obtener contratos con esas compañías, añade Flores, que recomienda tener paciencia en el negocio de las

franquicias.

LAS VENTAJAS DE COMPRAR UNA FRANQUICIA

El modelo de franquicias siempre ha sido atractivo para los inversionistas latinoamericanos, que pueden iniciar un negocio en Miami y hasta obtener un estatus migratorio en el país, poniendo como capital inicial unos cuantos miles de dólares. El clima empresarial es ahora más atractivo con la solidez del mercado de bienes raíces del sur de la Florida. Además, Miami, que ha venido afianzándose como enclave tecnológico, podría superar a Nueva York como centro financiero mundial, como anticipa el financiero multimillonario Ken Griffin, que mudó su compañía Citadel de Chicago a Miami.

Estos aspectos que fortalecen el prestigio de la ciudad se unen al predominio de una serie de compañías locales que ofrecen franquicias a precios razonables. Este es el caso de Vicky Bakery, que comenzó a vender franquicias en el 2014, y ya tiene más de una veintena., o de los Farm Stores, conocidos popularmente como La Vaquita, que abrieron en 1957 en la Florida, y hoy tienen ventas de drive-thru en varios estados.

“El modelo de las franquicias es tan exitoso porque ambos lados de la mesa están dispuestos a ganar”, dijo a el Nuevo Herald Felipe Martínez, director de desarrollo de franquicias de Estrella Insurance.

“Una compañía de franquicias tiene más acceso a capital, a inversionistas, que confían en la marca”, añadió Martínez.



La agente de seguros Yesenia Flores, frente a su oficina de Hialeah, es propietaria de cinco franquicias de Estrella Insurance. Este es un modelo de negocio que considera que tiene muchos beneficios, entre ellos el reconocimiento y prestigio de la compañía. Pedro Portal pportal@miamiherald.com

Las franquicias se benefician del dinero en publicidad que invierten las compañías. Al mismo tiempo quienes compran una franquicia deben pagar por usar el nombre y los recursos de la compañía franquiciadora y también entregar un porcentaje de la ganancia de las ventas.

Para adquirir una franquicia de Estrella Insurance el aspirante debe tener [licencia de agente de seguros, la 2-20](#), y disponer de un capital entre \$60,000 y \$100,000, indicó Martínez. Flores recomienda tener un fondo de seis meses para operar el negocio.

El ejecutivo no puede dar cifras sobre el retorno de la inversión ni el tiempo que toma en dar dividendos porque “la industria de las franquicias está regulada por una entidad del gobierno que no nos permite prometer el futuro”, dijo Martínez, indicando que las cifras que pueden usar son las ganancias promedios de las franquicias que están en funcionamiento.

CAFÉS Y FRANQUICIAS, ÉXITO EN MIAMI

La Boulangerie Boul’Mich triunfa en Miami con el concepto de pastelería europea, con la particularidad de que los dueños son venezolanos y también traen los sabores de su país al negocio.

Tienen locaciones en Key Biscayne, Aventura, Doral, Pinecrest, y Coral Way, y un kiosko en el centro comercial Town Center en Boca Raton.

Avy Cohen es el director ejecutivo de la compañía, un inmigrante venezolano que llegó a Miami en el 2014 con la experiencia como propietario de restaurantes en Venezuela. Ese mismo año abrió la primera La Boulangerie Boul’Mich, en Key Biscayne.

El objetivo era lograr un concepto que fuera eficiente, fácil de manejar, en el que pudieran hacer negocio de una manera bastante estandarizada y luego crecer a través del sistema de franquicias”, dijo Cohen, que tiene tres socios en el negocio, entre ellos su hermano.

Primero se enfocaron en desarrollar un café con un ambiente familiar, que fusione la parte europea y la latinoamericana, un “fast casual” que sea respetuoso con el medio ambiente, describe Cohen, indicando que para la decoración le pidieron consejos a su mamá y usaron objetos y detalles antiguos.

Este año [comenzaron a vender franquicias, y dos de ellas, en Kendall y en el downtown](#) –en el histórico edificio DuPont Building– abrirán en el 2024. También planean otra en West Palm Beach.

“Eso nos lleva más al Norte, y nos alegra porque nuestra intención es abrir más La Boulangerie en el centro de la Florida y luego seguir hacia al este”, dijo Cohen. “Pero no queremos correr, sino cuidar la marca y el nombre”.

Para lograrlo han hecho un manual de operaciones del negocio y entrenan a los futuros propietarios de la franquicia. También mantienen la calidad de la oferta al elaborar más de 70 productos en un galpón en Coral Way. Allí se preparan el aderezo de las ensaladas, los tequeños, pan de bono, croissants y otras delicias que ofrecen en sus tiendas, donde los dueños se ocupan de la presentación del producto.

Cohen explica que el presupuesto para empezar una franquicia con ellos es de \$660,000 a \$1 millón, y que ofrecen varios modelos de negocios, como la tienda express y el kiosco, que se pueden situar en lugares con menos regulaciones, y en muchos casos no hay que invertir en la remodelación de un local.

Como empresario proveniente de Latinoamérica, Cohen aprecia las ventajas de adquirir una franquicia en lugar de establecer un negocio de cero. Además del reconocimiento y el nombre de la marca, las operaciones son más sencillas, porque hay una serie de estructuras y sistemas implementados y sincronizados, que abarcan desde el punto de vista del negocio hasta la contabilidad, señala.

“La compra de mercancía es fácil porque tenemos proveedores preseleccionados”, ejemplifica.

También están organizadas la compra y reparación de los equipos, y la adquisición de préstamos con los bancos se facilita porque el éxito del negocio está probado.

“Como todo está estandarizado, la persona que esté montando el negocio puede hacerlo con la menor cantidad de errores posible y enfocarse así en la atención al cliente”, resume Cohen.

LAS FRANQUICIAS, UN CONCEPTO YA PROBADO

Otro café al estilo europeo es Crema Gourmet Espresso Bar, que abrió su primera tienda hace una década en Washington Avenue y Lincoln Road, en Miami Beach.

Los dueños, empresarios griegos que viajaban con frecuencia a Miami, se dieron cuenta de que a la ciudad le hacían falta cafeterías con ambientes más elevados, que vendieran jugos, pastelería y ensalada, cuenta Jessica Rosario, directora de operaciones del grupo SP Hospitality, propietario de Crema Gourmet.

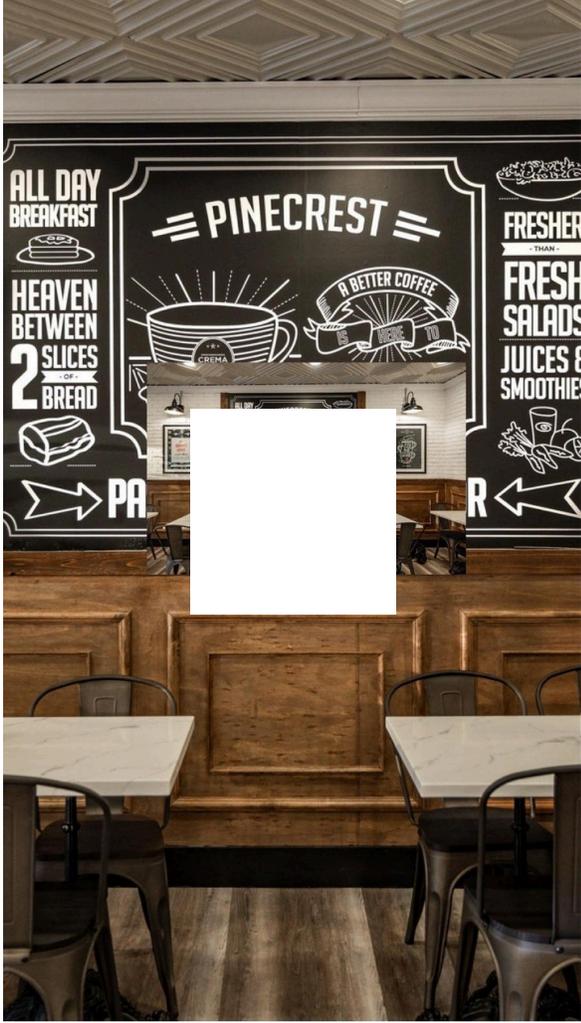


Makis Paliouras y Yiannis Sotiropoulos, propietarios de Crema Gourmet Espresso Bar, que abrió su primer café hace 10 años en Miami Beach y ya tiene 10 franquicias. SP Hospitality Group

Hoy Crema Gourmet Espresso Bar sigue un concepto híbrido, con 11 locaciones en el sur de la Florida, de las que tres son franquicias.

El futuro se presenta muy auspicioso porque ya tienen 10 franquicias firmadas, en diferentes fases del proceso para inaugurarse.

 **crema_gourmet**
Original audio [View profile](#)



[View more on Instagram](#)

crema_gourmet

Step into our newest Pinecrest location and soak up the good vibes with every bite! Our new hours will be 8 AM- 7PM! ☕

[#cremagourmet](#) [#pinecrest](#) [#coffee](#) [#coffeetime](#) [#alldayeveryday](#) [#alldaybreakfast](#)

[View all comments](#)

Add a comment...

Los futuros propietarios necesitan de \$300,000 a \$500,000 para abrir la franquicia – la cantidad depende de si van a abrir en una local ya acondicionado o si van a construirlo– y también deben pasar un entrenamiento de un mes para operarla.

“Somos una compañía de tamaño mediano, cuyos negocios dan buen retorno, y en uno o dos años se puede recuperar la inversión”, dice Rosario.

Una condición importante es que alguno de los inversionistas que participe en el negocio tenga experiencia en el giro de restaurantes.

“La mayoría de los restaurantes no sobrevive más de dos años”, apunta Rosario. “Las franquicias son conceptos ya comprobados, eso incrementa la posibilidad de éxito, y nosotros los llevamos de la mano para el que negocio funcione perfecto”, concluye.

CÓMO OBTENER FRANQUICIAS EN MIAMI

Cómo adquirir una franquicia con Estrella Insurance:

<https://www.estrellafranchise.com/en/> o 855-283-6243.

Cómo conectarse con Yesenia Flores: 305- 828-2444. email

yesenia.flores@estrellainsurance.com

Para obtener una franquicia de La Boulangerie:

<https://www.laboulangerieusa.com/franchising>

Para [abrir una franquicia de Crema Gourmet Espresso Bar](#):

<https://www.cremagourmet.com/cremafranchise>.

Esta historia fue publicada originalmente el 15 de diciembre de 2023 9:57 am.



SARAH MORENO

EL NUEVO HERALD

305-376-2217

Sarah Moreno cubre temas de negocios, entretenimiento y tendencias en el sur de la Florida. Se graduó de la Universidad de La Habana y de Florida International University. @SarahMoreno1585

