

A P U E S T A ————

FRANQUICIAS

# NUEVAS TENDENCIAS

TEORÍA+PRÁCTICA





## PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN PARA EJECUTIVOS EN FRANQUICIAS (PROCEF)

### Objetivo:

Proporcionar al participante las bases y los conocimientos necesarios para manejar un sistema de franquicias, con el fin de elaborar proyectos de negocios exitosos.

### Contenido:

- Módulo I.** La franquicia como modelo de negocio
- Módulo II.** Asistencia técnica: piedra angular en un sistema de franquicias
- Módulo III.** Marco jurídico y legislativo
- Módulo IV.** Proyecciones, indicadores financieros y aspectos fiscales en las franquicias
- Módulo V.** Transferencia de conocimientos y estandarización de proceso
- Módulo VI.** Comunicación y *marketing*
- Módulo VII.** Expansión de la franquicia
- Módulo VIII.** Desarrollo de capital humano
- Módulo IX.** Herramientas tecnológicas
- Módulo X.** Alta dirección en un sistema de franquicias

### Duración:

108 horas

Facultad de  
Economía y Negocios




Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua

### Coordinación académica:

Mtra. Judith Durán Blanco  
juduran@anahuac.mx

### Informes:

 **55 54 51 61 77**  
**55 79 18 21 59**

educacion.continua@anahuac.mx

[anahuac.mx/mexico/educacioncontinua](http://anahuac.mx/mexico/educacioncontinua)

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS





Adquiere la mejor franquicia en salud y belleza. **SKINDEPILÉ** cuenta con depilación láser, masajes reductivos y faciales.

La clínica de belleza Skindepilé está siempre a la vanguardia en tecnología, atención, tratamientos y cuidado de la piel, y pone a sus órdenes la franquicia con uno de los costos más accesibles del mercado.



Adquiere tu franquicia al mejor costo por expansión.  
Informes al celular 442 360 9492 Lic. Claudia Hickman.

[skindepile.com](http://skindepile.com)



# COMEXPOSIUM

MÉXICO

más de **100** años  
incentivando negocios

Eventos que  
ayudan a crear  
un mundo **incluyente,**  
**disruptivo,**  
**innovador**

# FERIA INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS

2, 3, 4 MARZO 2023

**WTC**  
CENTRO INTERNACIONAL DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES  
CIUDAD DE MEXICO

**FranquiciasHoy.com**

**EFV** EXPO FRANQUICIAS VIRTUAL

**FRANCHISE EXPO**  
LIVE & ONLINE HOUSTON

**EF**  
17<sup>a</sup> edición  
**EXPO Guadalajara FRANQUICIAS 2023**

**CONGRESO FIAF 23**  
CANCÚN, MÉXICO  
SEDE: JW MARRIOTT. DEL 06 AL 09 MAYO, 2023

**Franquicias hoy**

**INTERNATIONAL FRANCHISE**  
LIVE & ONLINE EXPO



**ASOCIACIÓN  
MEXICANA DE  
FRANQUICIAS**



### **La mejor apuesta de tu vida... adquirir una franquicia**

Si tuviera que elegir una palabra para definir el modelo de franquicia, elegiría “apasionante”. Sé que otros términos como rentabilidad, seguridad, confianza, esfuerzo o innovación son utilizados con frecuencia por todos los que conformamos desde hace años el sector y, aunque coincido con todos ellos, es la pasión con la que franquiciantes, franquiciatarios y proveedores nos desenvolvemos cada día la que realmente nos distingue.

Esa pasión nos lleva a crear nuevos conceptos, a adentrarnos en giros comerciales inesperados y, también, a seguir aprendiendo sobre un sector que muchas veces pareciera infinito.

Precisamente, y en el espíritu de ofrecer a todos los interesados en el sector Franquicias nuevas herramientas para entender qué es el modelo de franquicia, qué ventajas tiene y, por qué no, qué inconvenientes presenta y cómo sortearlos con éxito.

Así, en colaboración con Editorial Leto, presentamos *Apuesta Franquicias*, una publicación muy completa que presenta, a través de un formato sencillo, la teoría y práctica que necesitas conocer sobre el sector, de la mano de sus principales representantes.

Apostar por el sector Franquicias no es una decisión fácil, pero sí apasionante. Y quizá se convierta, con ayuda de *Apuesta Franquicias* y la Asociación Mexicana de Franquicias, en la mejor de tu vida.



**MARIO ALBERTO BRICEÑO MARTÍNEZ**

Presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias

- **Licenciaturas, Maestrías y Diplomados**

- 100% en línea.
- Calidad Suiza en México.
- Convenio de Colegiatura Reducida para Empresas.

- **Educación Continua\***  
(Cursos Ejecutivos y Capacitación)

- **Servicios Profesionales Especializados\***

- **Solución Campus en Línea**  
(Universidad Corporativa)

**Trabaja.  
Estudia.  
Conquista.**

\*Opción en línea, presencial o híbrido

# CONTENIDO

## > OPERACIONES



8

MODELOS DE NEGOCIO HÍBRIDOS, LA CLAVE PARA ADAPTARSE AL FUTURO



14

¿Y SI MEJOR TE ENFOCAS EN LO QUE TE DA DINERO? (BACKOFFICE)



20

CAPITAL HUMANO, CLAVE EN EL ÉXITO O FRACASO DE UNA FRANQUICIA



26

REINVENTANDO LA FORMA DE OPERAR FRANQUICIAS “LA MANERA DE EMPEZAR ES DEJAR DE HABLAR Y EMPEZAR A HACER”



32

MUJERES EMPRENDEDORAS, UNA TENDENCIA CRECIENTE



38

NO SE TRATA DE SOBREVIVIR, SE TRATA DE CRECER Y DIVERSIFICAR

## > LEGAL



44

INNOVACIÓN ES LA PALABRA



50

RESPONSABLES SOLIDARIOS ANTE EL FISCO FEDERAL



56

POR FALTA DE CONOCIMIENTO LEGAL ESTUVE A PUNTO DE PERDER MI FRANQUICIA. Y MI LIBERTAD



62

EL FUTURO DE LA FRANQUICIA; Y LA FRANQUICIA DEL FUTURO (ACTO DE COMERCIO)



> SERVICIOS



68

¿CÓMO CAPACITAMOS HOY?



74

CAMBIOS GENERACIONALES  
Y CONDUCTAS DE COMPRAS  
POSTPANDEMICAS



Centro de Entrenamiento  
Psicológico Infantil

80

NUEVAS TENDENCIAS EN  
TERAPIA PARA TRASTORNOS DEL  
NEURODESARROLLO INFANTIL



86

EL *FAST BEAUTY* EVOLUCIONA  
CON LA PANDEMIA



92

¡SERVICIO AL CLIENTE!  
EL PRINCIPAL DIFERENCIADOR  
DE UN NEGOCIO



98

CIENCIA, EL MARKETING Y LA  
FRANQUICIA, EL SECRETO PARA  
UN NEGOCIO EXITOSO

> TECNOLOGÍA



104

EL MUNDO DE LA EDUCACIÓN HA  
CAMBIADO, EL FUTURO ES EN LÍNEA



110

LA TECNOLOGÍA NO DEJA DE  
AVANZAR Y NOSOTROS TAMPOCO



116

EL SERVICIO Y SU MATRIMONIO  
CON LA TECNOLOGÍA



122

GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA  
INFORMACIÓN DE LA FRANQUICIA  
EN LA ERA DIGITAL



# MODELOS DE NEGOCIO HÍBRIDOS, LA CLAVE PARA ADAPTARSE AL FUTURO

La falta de adaptación a los avances tecnológicos y el cambio de los comportamientos en el consumidor son algunas de las razones por las cuales algunas empresas desaparecen. Es por eso que la experiencia híbrida en los negocios permite permanecer en el mercado ofreciendo un servicio completo que se adapta ante cualquier situación.



**E**l modelo de negocio híbrido está considerado como el modelo de negocio del futuro, una tendencia a la que irán adaptándose todas las empresas, incluso las franquicias, según menciona el consultor Manel Alcarce. La idea de este tipo de negocio es mantener una oferta de productos o servicios de diferentes categorías, los cuales se renuevan constantemente para adecuarse

a las necesidades y exigencias de los clientes, como se pudo observar a raíz de la pandemia por la que atravesó el mundo entero, donde los negocios tuvieron que adaptarse a las demandas de la situación para no perder su posicionamiento en el mercado.

#### **¿QUÉ ES UN NEGOCIO HÍBRIDO?**

Gustavo Gersayn (2017, *merkactiva.com*) lo define como “un concepto de negocio que combina

distintos servicios en un mismo lugar para ofrecer una opción diferente y más completa de consumo que brinda una experiencia más placentera para los clientes”. Su principal objetivo es satisfacer el mayor número de demandas y necesidades, procurando siempre al consumidor desde distintos ángulos y convirtiendo a su negocio o franquicia en la primera opción. En esta época de desarrollo tecnológico vertiginoso las empresas



tienen el desafío de actualizarse constantemente para que sus productos o servicios no se conviertan en simples insumos, sino que puedan brindar a sus clientes experiencias diferenciales a largo plazo; y eso es imposible de lograr sin entrar de lleno a la transformación digital. Con todo lo anterior se puede lograr potenciar su

marca, mejorar la rentabilidad y afianzar a los clientes actuales a la vez que se atrae a nuevos clientes potenciales.

**CLAVES IMPORTANTES PARA QUE UN MODELO DE NEGOCIO HÍBRIDO FUNCIONE**

Es importante tomar en cuenta ciertos puntos clave para que la implementación

del modelo híbrido funcione y se obtengan los resultados esperados. Entre ellos:

En primer lugar, la empresa debe de prestar atención a cada una de sus divisiones o áreas, sin descuidar ninguna de ellas. Aquellas marcas que ya tienen una reputación deben invertir mucho esfuerzo en ofrecer la



**Eymard Argüello Mancilla**

Presidente de Agua Inmaculada

misma calidad de servicio y productos en cada una de sus actividades para seguir manteniendo su buena imagen.

Se trata de tener una oferta lo suficientemente amplia, dar más opciones a los clientes para elegir. De este modo, los clientes no necesitarán acudir a otras empresas a buscar otra alternativa. El equilibrio entre calidad, variedad y buen precio mejorará la percepción de los clientes y será mucho más fácil fidelizarlos.

Cada parte del negocio requiere de una planificación y supervisión específica, por tanto, hay que establecer una estrategia para cada área, establecer prioridades y hacer un seguimiento efectivo para que todas las partes del mismo negocio estén a un nivel de calidad similar, como recomienda Tatyana Yun (2022, *modelocanvas.net*).

Ejecutando de manera adecuada las claves anteriores, el rango de probabilidad de obtener éxito es mayor, ya que se comenzará a trabajar con una estructura sólida, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y brindando una nueva experiencia.

## VENTAJAS DE TRABAJAR CON UN NEGOCIO HÍBRIDO

Un modelo de negocio híbrido puede traer grandes ventajas, aunado a los beneficios que ya en sí brinda trabajar con una franquicia. A continuación, se mencionarán algunas:

En un mercado altamente competitivo, un modelo de negocio híbrido permite a una empresa marcar una importante diferenciación. Esta posición privilegiada frente a otras empresas del mismo sector le permite ofrecer productos y servicios a un precio más atractivo, a la vez que atrae a un mayor número de clientes que buscan satisfacer diferentes necesidades.

Este modelo ofrece una oportunidad de renovarse constantemente. Las marcas se ven obligadas a sondear

# NUESTRA HISTORIA

Muchos piensan que para tener un negocio exitoso se necesitan tener todas las variables controladas, sin embargo, lo único que se necesita es comenzar. Esta es la filosofía de Eymard Argüello Mancilla, un exitoso empresario que en 2003, con tan solo \$200 dio a conocer una idea que años más tarde se convertiría en Agua Inmaculada, una empresa sumamente exitosa que impacta positivamente la vida de miles de personas, a través de la venta de un producto que absolutamente todos consumimos: agua.

La sed de este vital líquido a un precio justo llevó a Eymard a idear un sistema de purificación tan práctico que fuera posible instalarlo en aquellos lugares donde las empresas transnacionales no llegaban, debido a los elevados gastos de logística que esto implicaba, creando de este modo una solución que ayudó a que cientos de personas tuvieran acceso a este producto de primera necesidad. Poco a poco, en ese entonces "La Gota Inmaculada" fue perfeccionando su modelo de negocio hasta contar con todos los elementos necesarios para unirse al sistema de franquicias y así expandir esta alternativa de inversión a miles de emprendedores que están en busca de un negocio seguro que no solo les ofreciera una gran rentabilidad, sino que también representara un beneficio para la sociedad. Fue así como con arduo trabajo y compromiso, Agua Inmaculada logró consolidarse logrando el reconocimiento de diversos organismos del mundo empresarial como la Revista *FORBES*, *CNN Expansión*, *Revista Líder* y *Harvard University*, como una de las opciones de franquicia más rentables que existen en México.



Licenciado en Administración de Empresas y Comercio Internacional, fundó Agua Inmaculada en 2003, donde ahora funge como presidente del Consejo de Administración. Ha sido reconocido como Emprendedor Internacional ENDEVOUR en 2014, Emprendedor del Año por la Secretaría de Economía, INADEM en 2015 y Emprendedor del Año por CNN Expansión.



las demandas de sus clientes y ofrecer apuestas cada vez más atractivas.

Un modelo de negocio híbrido permite adaptarse con más facilidad a los cambios, es decir, es flexible. Además, favorece las relaciones entre profesionales de diferentes sectores que trabajan en conjunto en un mismo negocio.

Aumenta la productividad, pues las franquicias tienen la oportunidad de ampliar su abanico de servicios para los clientes, por lo que puede abarcar un mercado más amplio e ir complementando los que ya ofrecía con anterioridad.

Promueve la innovación, ya que las empresas incorporan herramientas tecnológicas y mantienen actualizados sus recursos para afrontar los retos tecnológicos que se presenten en el futuro, lo que ayuda a estar a la vanguardia y promover una imagen de marca fresca y vigorosa que se encuentra a la par con las tendencias.

Manejar una franquicia con un modelo híbrido es la mejor estrategia de posicionamiento, además de que



## > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2003
- > NÚMERO DE SUCURSALES: 1650
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$12,000 MXN

- > INVERSIÓN TOTAL: DE \$150,000 A \$300,000 MXN
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 0
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: INCLUIDO
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: DE 6 A 18 MESES

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Un negocio de primera necesidad con gran impacto social, altamente rentable, de baja inversión y con utilidades de hasta el 400% sobre el producto.

los beneficios se multiplican, se obtienen mayores ganancias y se satisfacen de mejor manera las necesidades de las personas.

### AGUA INMACULADA, UNA FRANQUICIA HÍBRIDA

Un claro ejemplo de esto es Agua Inmaculada, la franquicia líder en fabricación y distribución de plantas purificadoras de agua, que al notar la gran demanda que existía de este producto, supo añadir un elemento innovador a su modelo de negocio tradicional para poder satisfacer la sed de agua rica, pura y confiable, las 24 horas del día. Esto no representó un beneficio únicamente para los consumidores finales sino también para los franquiciatarios, quienes pudieron generar ingresos extra sin incrementar su jornada laboral, administrando sus tiempos

y pasando más tiempo en familia gracias a que este modelo híbrido permite monitorear ventas a través de una aplicación móvil.

La mayor prueba de que las franquicias de Agua Inmaculada son un modelo de negocio perfectamente adaptable a los cambios que surgen en el comportamiento de los consumidores debido a la época o el contexto social, fue durante la llegada de la pandemia, donde al estar prácticamente prohibida la interacción humana, recurrir a los equipos automatizados fue la mejor opción, ya que las personas podían tener el servicio a cualquier hora y eran ellas mismas las que se encargaban de llenar sus garrafones, evitando así el contacto humano y a la vez posicionando a Agua Inmaculada en la preferencia del público gracias a su versatilidad y practicidad en el servicio. Sin duda alguna este modelo híbrido entre lo presencial y el trabajo desde cualquier lugar, teniendo el control en la palma de tu mano desde un celular móvil, muestra la evolución y la adaptación ante las nuevas necesidades que van surgiendo a raíz de sucesos impredecibles.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Hoy, hemos instalado un total de 11 mil plantas purificadoras de agua a lo largo y ancho del continente americano, con franquicias maestras en Brasil, Panamá, Perú, El Salvador, Ecuador y Bolivia, creando una gran infraestructura para millones de personas que consumen más de 35,000 l de agua purificada anualmente. Desarrollamos nuestra propia tecnología a base de procesos de investigación, contamos con distintos departamentos que se encargan de brindar asesoría y capacitación necesaria para emprender de manera exitosa con una de nuestras franquicias tales como nuestro Laboratorio Especializado en Análisis de agua, el departamento de Mejora y Seguimiento de Franquicias, Asistencia Técnica e Insumos. Hemos creado diferenciadores que posicionan a nuestros franquiciatarios por encima de la competencia, entre los cuales se encuentran productos exclusivos en todo México como nuestro Garrafón Rosita Hexagonal y equipos de purificación fabricados con altos estándares de calidad.

En Agua Inmaculada, buscamos posicionarnos a nivel mundial y asegurarnos un futuro prometedor. Por ello tenemos el compromiso de brindar la mejor oferta de productos y soluciones integrales de purificación, nos preocupamos por ofrecer una idea clara de negocio y actuar con un modelo de gestión responsable, rentable y de crecimiento constante. Detrás de cada gota, de cada logro, de cada exitoso franquiciatario y de los millones de consumidores satisfechos, se encuentra una misión que busca impulsar a todos hacia un futuro mejor, lleno de liderazgo, pasión y en especial de agua rica, pura y confiable a un precio justo.

### > CONTACTO

**Belinda Hernández Álvarez**

📞 2225 0289 41 Ext. 113

✉️ [contacto@aguainmaculada.com](mailto:contacto@aguainmaculada.com)

🌐 [www.aguainmaculada.com](http://www.aguainmaculada.com)

📘 [AguaInmaculada](#)

📷 [AguainmaculadaOficial](#)

🎵 [AguaInmaculadaOff](#)

📺 [Agua Inmaculada](#)





# ¿Y SI MEJOR TE ENFOCAS EN LO QUE TE DA DINERO?

En este artículo abordamos un problema que toda empresa enfrenta en su proceso de desarrollo: el enfoque en lo que importa, y cómo la tendencia global hacia la tercerización de servicios nos puede ayudar. El objetivo de BIOS durante más de quince años ha sido confrontar retos desde la operación y la estrategia de las empresas, a través de tecnología y procesos que influyen sobre el trabajo de la gente.





La tendencia de la tercerización de los servicios no es nada nuevo, viene de años, viene de otros países con mayor desarrollo empresarial; es por eso que cuando vamos a la oficina existen grupos de personas que llevan a cabo el mantenimiento, la limpieza de los espacios, incluso es la razón por la cual cuando llamo para recibir soporte técnico por una falla en mi equipo de cómputo, la atención a clientes posiblemente se encuentre en la India o en Colombia. El transporte es otro ejemplo claro en las empresas maquiladoras, la tercerización se

ve como una herramienta para ganar productividad. En muchas organizaciones incluso el servicio de reclutamiento, es decir, quien te entrevista no posee un puesto en la empresa a la que estás postulando. Una de las preguntas a contestar para saber si debo o no tercerizar algo es: ¿se trata de una actividad muy repetitiva que no agrega valor a mi cliente final?; donde al ser repetitiva puede ser una necesidad de distintas industrias, lo que hace que el proveedor establezca estándares de calidad más altos de los que pudiera llevar la propia empresa que contrata un *back office*.

Solo de 2008 a 2018, en diez años la tercerización de servicios ha incrementado un 150%. Muchos empresarios se encuentran atascados en la operación y no encuentran cómo elevar sus ventas, buscar nuevos mercados, posicionar nuevos productos, e invertir en acciones más estratégicas que les permitan una expansión y un futuro más prometedor para su empresa y su personal. Piensa por un momento en una empresa como si fuese un automóvil: la función principal del coche es transportarte de un lugar a otro; para muchos su coche es también su pasatiempo y hasta su pasión, se enfocan

en su mantenimiento, pulirlo, ponerle accesorios, cambiarle el mejor aceite, cambiarle el rodado, agregarle lucecitas, un aromatizante... sin embargo, la función de un coche principalmente es el llevarnos de un lugar a otro. Esto mismo sucede en las empresas. Como crecimos en conjunto con nuestras empresas operándolo casi todo, valoramos mucho la operación, buscamos atender los bombrazos, estar contestándole a clientes, atendiendo reportes de ventas, a la vez que ya nos están tocando la puerta de la oficina para decirnos

que el equipo de fulanito ya no sirve o que a cierto cliente no le llega la factura o que vamos atrasados en la entrega de la nómina.

### **¿CUÁNTOS CLIENTES TE HAN FELICITADO PORQUE LLEVES MUY BIEN TU GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS?**

Ninguno, ¿verdad? Esta pregunta es sarcástica; ni tu contabilidad ni la administración le interesan a tus clientes, esos son procesos rigurosos del día a día que se tienen que cumplir pero que no generan ningún valor a los ojos de tus pros-

pectos o antiguos clientes, sin embargo, siguen siendo una satisfacción personal. La tendencia global para resolver estos retos es dejar en manos expertas esos procesos y enfocarse en el *core* del negocio. Este fenómeno de “divide y vencerás” no es exclusivo de una industria. Podemos ver que las empresas de desarrollo de software ahora dividen sus equipos en *front end* y *back end*, donde el *front end* es todo lo que ve e interactúa el usuario, su experiencia con la interfaz, colores, etc., mientras el *back end* es la operación interna de un sistema en sus funciones básicas y primordiales para su operación; ¡hasta los eventos sociales tienen un *front y back stage!*, y esto surge como una respuesta a enfocar los esfuerzos y los equipos de una manera más inteligente para lograr las metas. Hoy una opción es implementar un *back office*, el cual se encarga de actividades y procesos que no tienen que ver directamente con la generación de ingresos, como sí sucede con el *front office*. No obstante, un rasgo que caracteriza al *back office* es que sin esta área no existiría un soporte para que el *front office* funcione como debe y se generen ingresos.



**Javier Zepeda**

Consejero Empresarial y CEO de BIOS

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Los servicios de BIOS le brindan a los empresarios la paz mental necesaria para que se concentren en el core de su negocio.

### ¿CUÁLES SON TODOS LOS PROCESOS QUE PUEDO CONSIDERAR COMO BACK OFFICE?

Existen diferentes áreas de un negocio que pueden ser consideradas como parte del *back office*, como por ejemplo, la de administración y todo su entorno, partiendo incluso desde la dirección general, gerencias, compras, facturación, inventarios, contabilidad, finanzas, R.R.H.H., procesos de calidad, comunicaciones, tecnologías de la información, mercadotecnia, diseño e imagen, marketing digital, limpieza, mantenimiento, entre otras. Te invito a llenar esta tabla contestando ¿cuántas horas pasas a la semana atendiendo pendientes relacionados con procesos o problemas de...?

- Técnicos de tus equipos
- Contabilidad y fiscal

- Administración de personal
- Recursos Humanos
- Compras
- Reparación y mantenimiento
- Consultoría y capacitación
- Administración de empresas
- Facturación
- Gerencia administrativa
- Gerencia operativa
- Mercadotecnia
- Gerencia y dirección comercial
- Asesoría legal
- Economía
- Finanzas
- Informática
- Ingeniería de procesos
- Calidad

No es poco, ¿cierto? Ahora, ¿cuánto inviertes en generar un presupuesto, en crear una estrategia, en reunirte con posibles socios de negocio e incluso hacer innovación? Estos resultados delatan también qué tan visionaria es una empresa y un líder, y si está en peligro de sucumbir ante su propia operación. En líneas generales se puede decir que el *back office* es importante para que la empresa funcione de manera adecuada, permitiendo que esta se enfoque en las tareas preponderantes que generan tanto negocio como ingresos. Si hacemos una analogía podríamos

## NUESTRA HISTORIA

La historia de BIOS está sumamente ligada a mi historia profesional y como persona. Fundé BIOS en febrero de 2007 en Guadalajara, con muchos sueños y pocas estrategias. Si algo aprendí en el camino es que vale más el coraje, el amor y la pasión por lo que haces que cualquier otra cosa. En ese año no me alcanzaba para regularizar mi auto y ponerle placas, así que durante un breve periodo salía de casa a las 5:30 am para evitar alguna multa, y de esta manera formé la disciplina de trabajar desde temprano. Por las mañanas obsesivamente revisaba nuevas formas de lograr vender un poco más, buscaba nuevos clientes a quienes ofrecer mis servicios de soporte en software y así poder llevar comida a mi hija, quien en aquel momento tenía unos cuantos meses de nacida. Así que el crecimiento para mí fue fenomenal, inauguramos nuestra primera sucursal en otra ciudad, luego en otra y algunas otras más pero, atención, en nuestro segundo año (2009) tuvimos que enfrentarnos a un reto importante de flujo de efectivo, en el que tuvimos que reajustar la manera en la que hacíamos negocio y en ese momento pusimos como visión ser una de las empresas más representativas a nivel nacional en consultoría de software en conjunto con servicios contables, fiscales y empresariales, cosa que hoy orgullosamente hemos alcanzado.



Nacido en Guadalajara, Jalisco, es egresado de la carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales en el ITESO. Ha participado en más de 3,500 conferencias, cursos, talleres y seminarios, siendo ya considerado como líder de opinión en temas administrativos, contables y fiscales. Certificado como Consejero Independiente por la IMMPC, guía los pasos de diversas empresas para hacerlas más eficientes y productivas. Actualmente es inversionista y dirige 4 compañías, además de ser socio activo de otras. Autor, speaker y analista, colabora en diferentes medios de comunicación como radio y televisión.



decir que es el motor de un negocio. Con las tareas del *back office* las empresas se vuelven más productivas y se optimizan los recursos disponibles de la misma.

### **EL TRUCO ESTÁ EN REDUCIR COSTOS**

La tercerización de los servicios de *back office* es una opción en la que muchas empresas piensan hoy en día. Existen diversas razones para ello; para empezar, se encuentra la posibilidad de reducir los costos, y es que al tercerizar se tiene el apoyo de una empresa que cuenta con el personal capacitado y todas las herramientas y la tecnología necesarias para llevar a cabo eficientemente procesos *back office*.

### **¿QUÉ BENEFICIOS PUEDO OBTENER AL TENER UN EQUIPO QUE SOPORTE MI BACK OFFICE?**

Lo primero es que todo el proyecto de servicios especializados es deducible

100% para efectos de IVA e ISR; puedes tener a tu personal capacitado con sus respectivas prestaciones de ley; reduces los costos operativos y transaccionales; cumples con todas esas complicadas y difíciles obligaciones que cambian cada trimestre o cuatrimestre, por ejemplo, REPSE; mejoras la eficiencia operativa y la eficacia de tu personal; incrementas la satisfacción en la experiencia de los empleados; obtienes mayor rendimiento y enfoque así como un mejor retorno de la inversión (ROI).

### **¡EN BIOS SÍ!**

Pero todo esto no lo obtienes en cualquier lado. En BIOS conocemos muy bien el camino: iniciamos hace más de quince años como pequeño emprendimiento en la industria del software empresarial CONTPAQi, y hoy estamos dentro del top en ventas a nivel nacional, ide un total

de 6 mil distribuidores! Tenemos un posicionamiento en medios de comunicación más fuerte que ninguno en el mercado, fuimos pioneros en el servicio de REPSE logrando más de 300 folios aprobados; además apoyamos a las empresas en la implementación de la NOM-035. No lo pienses más, decídete a mejorar la administración en tu empresa. ¡Atrévete a darle beneficios! Hoy en día contamos con 26 colaboradores posicionados en todo el país, y más de 3,500 clientes que respaldan nuestra trayectoria. Tenemos como visión que el software y la consultoría van de la mano para aumentar el valor de tu trabajo y tu empresa; implementamos herramientas como CONTPAQi® y brindamos servicios como el desarrollo de software, *back office*, soporte en TI, *coaching*, contabilidad, marketing digital, etc., y realizamos una serie de

eventos mensuales que dan valor agregado a nuestros clientes, generamos un exitoso podcast llamado *Empresas con Valor*<sup>®</sup> que va orientado a empresarios y emprendedores.

En BIOS somos especialistas en consultoría, asesoría y soporte técnico en software. Trabajamos con cada cliente para desarrollar soluciones especializadas de capacitación, corrección de fallas, y revisión de procesos empresariales. Además te ofrecemos entregarte, entre otras cosas, los recibos de nómina de pago a cada trabajador; declaración y entero de las retenciones de impuestos efectuadas a

dichos trabajadores; pago de las cuotas obrero-patronales al Instituto Mexicano del Seguro Social; emisiones mensuales y bimestrales; comprobante del pago de los impuestos estatales y federales y la opinión de cumplimiento positiva de obligaciones fiscales (SAT, IMSS, Infonavit), que te permitirán tener un proyecto especializado profesional en el marco de la transparencia y legalidad.

No pierdes nada con conocer un poco más sobre este concepto y comenzar a generar grandiosos beneficios operativos, financieros y fiscales para tu empresa.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Hoy somos una empresa sólida en la que el común denominador es que año tras año se mantiene el crecimiento constante, y es ahí en donde queremos aportar y participar en las micros, pequeñas y medianas empresas, en recorrer juntos ese camino de crecimiento, en el que BIOS se puede responsabilizar del *back office* de tu empresa.



ESTO ES **BACKOFFICE**

BRILLAS TÚ, BRILLA TU TRABAJO, ¡NOSOTROS TE RESPALDAMOS!

¡Delega hoy las tareas operativas de tu empresa y dedícate a lo que te da dinero!

CDMX  
5568458869

MTY  
8113527815

GDL  
3335604986

[WWW.BIOS.FAN](http://WWW.BIOS.FAN)

**BI BIOS**  
CONSULTORIA EMPRESARIAL



# CAPITAL HUMANO CLAVE EN EL ÉXITO O FRACASO DE UNA FRANQUICIA

El modelo de franquicia en México y en el mundo se ha constituido como una forma altamente rentable para hacer negocios. Este sector reporta, de acuerdo con la AMF, más de 1,300 marcas registradas, de las cuales el 80% son mexicanas y el 20% extranjeras. Su aportación al PIB es de 4.2%, lo que significa una derrama económica de más de 85,000 millones de pesos anuales y se generan más de 700 mil empleos directos; por lo tanto, su aportación a la economía mexicana es sin lugar a duda muy importante.



**A**un cuando estos números son impresionantes, es importante señalar que muchas de las franquicias fracasan en los primeros años, y en algunos casos en los primeros meses, debido a múltiples factores; normalmente se atañen a temas de carácter operativo, a la mala ubicación del local, a la falta de apoyo de la marca, al perfil del franquiciatario, etc., pero hay un elemento que casi no se menciona y es fundamental en el éxito o fracaso de los negocios: LA GESTIÓN DE LA GENTE.

Las franquicias replican conceptos probados y rentables, lo que aumenta

sus posibilidades de éxito. Pero eso no significa que sean garantía, que estén totalmente blindadas o exentas de las cifras de mortandad de las empresas en México. Aunque es difícil enlistar todas las causas que originan el cierre de cortinas de estos negocios, podemos decir que uno de los más importantes se refiere al personal a todos los niveles, especialmente a nivel operativo; ellos representan muchas veces la cara al cliente y si no se tiene este Capital Humano en cantidad, pero sobre todo en calidad, su impacto al negocio es muy costoso. Existen evidencias de que enfocarse solo a la operación y a resolver aspectos comerciales, sin poner

atención a temas del personal como es la capacitación, evaluación del desempeño o compensación variable, el resultado casi siempre es la renuncia temprana de personas clave o abandono del empleo, generando serios problemas operativos. La rotación del personal es uno de los indicadores de negocio al que se le da poca importancia en las empresas; pocos la miden, sin embargo, significa un alto costo que muchas veces es incalculable y genera un interminable proceso de reclutar, contratar y capacitar gente, lo cual deriva en la contratación de personas fuera de perfil, provocando con esto un trabajo deficiente en la ejecución de los procesos operativos y



sus altas consecuencias en los resultados del negocio. En entrevistas con dueños de franquicias comentan que la causa más común del fracaso del negocio es debido al perfil del franquiciatario, el cual no termina por involucrarse de acuerdo con las expectativas de la franquicia al no seguir al pie de la letra los procesos establecidos. Por otro lado, y no menos importante, los franquiciatarios que cierran comentan que la falta de apoyo de la marca representa la principal causa del fracaso; su nulo acompañamiento o la falta de prácticas claras, principalmente en materia de administración de la

gente, terminaron por afectar los resultados. La franquicia se deslinda de los resultados y se sienten solos. Está más que claro que invertir representa un riesgo siempre y que no hay garantía de nada; los puntos expuestos por ambas partes tienen de alguna manera razón, sin embargo, ambas partes carecen de un enfoque a la gente. Pocas franquicias le dan la debida importancia, y tampoco lo hacen los franquiciatarios.

El sector de Franquicias en México no está excluido de esta problemática cultural en el ámbito empresarial; no se le da la debida importancia

y terminan pagando el alto costo que esto significa. Aun las franquicias de élite extranjeras, las cuales cuentan con una estructura de Capital Humano y con políticas sobre los procesos que tienen que ver con el personal, no se salvan de estas dificultades y tienen serios problemas de retención. Es común observar en sus diferentes sucursales avisos de "Se solicita personal" por la alta rotación que tienen. El principal desafío se da en los puestos operativos; en términos generales tienen un perfil muy parecido al requerido en muchas empresas, los sueldos y prestaciones son similares, y para la gente existen infinidad de opciones. Estas personas se constituyen muchas veces como la cara del negocio ante el cliente sin tener los conocimientos y habilidades, pero sobre todo el compromiso y lealtad a la empresa, generando insatisfacción de los clientes, y el precio que se paga es muy alto. La oferta de este tipo de puestos hace que la gente salte de un lugar a otro sin importarle crear antigüedad y desarrollan muy poca lealtad a la empresa, a menos que encuentren motivos y razones para quedarse.



**Ramón Enrique Gutiérrez Manjarrez**

Fundador y CEO de Un Krunch de Sabor



Después nos preguntamos por qué no funcionó el negocio y normalmente lo atribuimos a aspectos comerciales, a las promociones o a la franquicia, cuando muchas veces el problema está centrado en las personas. No creo que este escenario cambie a corto y mediano plazo; es posible que se eleve la problemática de conseguir gente, particularmente en el nivel operativo de las franquicias. No obstante este panorama, se puede generar un cambio, por supuesto que sí es posible.

### **CAMBIAR EL ENFOQUE**

La franquicia no es magia, hay que trabajar duro. Es una forma de vida, fuente de empleos, y una gran fuente de ingresos en México. El éxito de una franquicia es tener grandes franquiciatarios, que perduren en el tiempo, y el trabajo de una marca es fundamental para el arranque de un negocio; por lo tanto, el talento de las personas se debe de desarrollar dentro de las franquicias.

El presente artículo está dirigido principalmente a aquellos emprendedores que sueñan con tener su propia franquicia o bien ser franquiciatarios exitosos. Aun siendo

pequeños y careciendo de una estructura de gente especializada, pueden ser altamente efectivos si se enfocan a la gestión de las personas. El Capital Humano debe de estar ligado directamente a la productividad del negocio, y enfocado al servicio al cliente.

Es imprescindible que los franquiciantes adopten un enfoque de innovación constante y lo trabajen con la misma fuerza que atienden otros temas estratégicos, y hacerle ver al franquiciatario la importancia de la correcta administración de las personas y la obligación de trabajar con ellas de manera permanente. El Capital Humano debe fungir como el motor de la estrategia de la franquicia, y esta diseñar su estrategia enfocada a los resultados teniendo como base fundamental a la gente, para lo cual es muy importante tener en cuenta estas cuatro líneas:

#### **1.-ENFOQUE AL CLIENTE Y AL MERCADO**

Fundamental lograr este enfoque en todos los colaboradores de la franquicia sin excepción. Toda la organización pensando en satisfacer las necesidades de los clientes, buscando la competitividad en el mercado.

## **NUESTRA HISTORIA**

En el año 2010 y después de un extenso estudio de mercado, surgió la idea de crear Un Krunch de Sabor, un modelo de negocio 100% mexicano, en la ciudad de Pachuca, Hidalgo. Tres socios decidieron invertir en un concepto dedicado a la venta de pollo frito y sus derivados, con una imagen moderna y atractiva que destaca por su innovación, conocimiento y visión del mercado mexicano. Un Krunch de Sabor nace con una estructura de sistemas, procesos y gente, enfocados totalmente al cliente, logrando como resultado productos de la más alta calidad, con un servicio rápido y eficiente, resaltando la calidez y amabilidad de nuestro personal. Nuestro Chef y su Comité de Alimentos crearon nuestra propia harina KRUNCH que hace del pollo un KRUNCH DE SABOR. Tenemos nuestras propias salsas para darle ese toque picosito y delicioso, así como nuestros bisquets, aderezos y más, con el toque artesanal que resalta nuestro sabor.

#### **2.- ENFOQUE A LOS RESULTADOS**

La comunicación a todos los colaboradores de los objetivos de la franquicia es fundamental. El objetivo de ventas, número de clientes, *ticket* promedio, y demás indicadores del negocio deben ser entendidos por toda la gente y orientar el trabajo al logro de los resultados.

#### **3.- COMPENSACIÓN VARIABLE**

Es fundamental pagar más al que más contribuye al logro de los resultados. Con esto se estará siendo justo y equitativo en derechos para todos.

Licenciado en Administración con especialidad en Capital Humano, cuenta con más de 25 años de experiencia en el área de Capital Humano, ocupando cargos directivos en importantes empresas del sector del *retail*. Emprendió desde 1998 en el mundo de las franquicias, particularmente en el sector de alimentos y desde el 2010 dirige Un Krunch de Sabor.



#### 4.- LA ÚNICA CONSTANTE ES EL CAMBIO

Es importante saber que siempre se debe de estar pensando en el mercado y satisfacer las necesidades del cliente, es la única manera de competir. Está claro que la preocupación de la franquicia y del franquiciatario es buscar las ventas, oxígeno para ellos, pero se debe establecer la forma de

lograrlo y recordar que el cliente debe de estar en el centro de la estrategia de la empresa.

#### LA IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

Los colaboradores requieren saber a dónde se dirige la empresa, cuáles son los objetivos y cómo alcanzarlos. La idea es incorporar en la estrategia del negocio el enfoque a los

colaboradores, así como se hace en otros aspectos operativos; fundamentalmente hay que trabajar en la capacitación de las personas. La franquicia debe asegurar a través de los franquiciatarios que todos los que representan la marca tengan:

**CAPACITACIÓN INICIAL.** Está enfocada a darle la Inducción y bienvenida al personal, estableciendo los roles de actuación para todos. Fundamental hacerla presencial.

**CAPACITACIÓN TÉCNICA-OPERATIVA.** Enfocada a desarrollar las habilidades y competencias laborales que se requieren para cumplir con los procesos operativos. Es fundamental hacerla presencial.

**CAPACITACIÓN DE MEJORA CONTINUA.** Se realiza dando seguimiento a la evaluación de desempeño, retroalimentando al personal e incorporando nuevas prácticas para el mejor desempeño de las funciones operativas. Esta puede ser presencial y virtual.

**CAPACITACIÓN DE BIENESTAR LABORAL.** Está enfocada a establecer comunicación con todos los



#### > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2015
- > SUCURSALES: 30
- > CUOTA DE FRANQUICIA: DE \$250,000 A \$350,000 DEPENDIENDO DEL FORMATO MÁS IVA

- > INVERSIÓN TOTAL: DE 1 MILLÓN A 2.5 MILLONES DE PESOS, MÁS IVA.
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 3%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: 2%
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 24 MESES

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Nos distinguimos por ser una franquicia que sabe llegar al corazón de la gente mediante nuestro sabor y la calidad de nuestros alimentos.

colaboradores, generando trabajo en equipo y motivando la búsqueda de los resultados, teniendo como base un ambiente laboral sano.

### CONCLUSIÓN

La franquicia debe de trabajar desde un principio con el franquiciatario en este enfoque hacia las personas, convencidos de que el camino para el logro de los resultados es a través de la gente y así se va a conseguir cumplir con los objetivos planteados. Será más fácil lograrlos si se tiene personal calificado y con el enfoque al cliente, que teniendo gente que solo está por no tener otra alternativa. Existen personas valiosas que llegan a las organizaciones de manera fortuita, esos son “garbanzos de a libra”, si los detectas retenlos a toda costa, pero hay que estar conscientes de que los buenos empleados son producto de la forma en que administra el negocio a las personas y su trato y respeto hacia ellas.

### ESTRUCTURA MODELA COMPORTAMIENTO

El comportamiento de las personas en el negocio es el resultado de lo que se trabaja hacia dentro, con base en principios y valores y el constante desarrollo de los colaboradores. A mis amigos franquiciatarios les digo que trabajar con la gente no es fácil, más bien diría que es de lo más difícil, sin embargo, sí se puede tener éxito. Recuerden que atrás de los grandes éxitos de las franquicias famosas hay historias de éxito de las personas; estudien e investiguen y se encontrarán casi siempre con una historia de trabajo y sacrificio, pero teniendo como el centro a la gente.

Sé que a veces los recursos no son suficientes, pero una buena inversión es contratar a personas especializadas en Capital Humano o por lo menos buscar asesoría de expertos que nos faciliten esta importante labor.

El esfuerzo de invertir tiempo, energía y capital para emprender requiere que desarrollemos el talento de los colaboradores. La gente es lo más importante de las franquicias; las franquicias no han creado a las personas, son las personas las que han creado a las franquicias.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Conocemos nuestro mercado y el gusto por la comida rápida, con un enfoque al mercado mexicano el cual constituye un mundo de oportunidades en nuestro país. Hemos desarrollado grandes diferenciadores que nos dan el sabor que tanto gusta, como es la harina Krunch, salsas y aderezos, nuestro bisquet y muchos otros, ofreciendo a nuestros clientes productos de gran calidad a precios increíbles. Si tú eres ese emprendedor que andamos buscando, te apasiona el mundo de los negocios, Un Krunch de Sabor te da la oportunidad de crecer juntos, con un modelo de franquicia de bajo costo y con una alta rentabilidad. Te acompañamos para que cumplas tu sueño de emprendedor poniendo en tus manos un concepto de negocio moderno, atractivo y rentable.



### > CONTACTO

Ramón Enrique Gutiérrez

77 1699 2050

r.gutierrez@unkrunchdesabor.com.mx

[www.unkrunchdesabor.com.mx](http://www.unkrunchdesabor.com.mx)

chickenkrunch

chickenkrunchoficial



# REINVENTANDO LA FORMA DE OPERAR FRANQUICIAS “LA MANERA DE EMPEZAR ES DEJAR DE HABLAR Y EMPEZAR A HACER”



Las franquicias se encuentran en cada rincón de nuestro planeta. Nombres familiares, sucursales amigables y una oferta usualmente conocida. Estas son solo algunas de las características básicas que asociamos con una franquicia; aquel negocio popular en el que nos sentimos como en casa sin importar el lugar donde nos encontremos.

**F**ranquicias: ¿cuál es la razón de que estas marcas son tan exitosas? El secreto, después de haber elegido sabiamente la franquicia (hablaremos de esto más adelante) está en entender y ejecutar de manera muy estricta su manual de operaciones; toda franquicia certificada debe contar con esto, que realmente es el gran valor de su “*know how*” para ser un negocio rentable en el menor tiempo posible. Dentro de este manual de operaciones destacan el manual de publicidad e identidad corporativa de la marca, el manual de operaciones de franquicia y/o el manual de recursos humanos. El manual de operaciones debe ser una guía completa y autorizada en el que se describen todos los procedimientos operativos, las políticas laborales y/o los protocolos de emergencia.

Es un documento de vital importancia para transmitir el conocimiento del negocio. En otras palabras, estandarizar la operación en todos los procesos.

#### **1.- OPERACIÓN EXITOSA**

El área de operaciones es, dentro de la organización, el fundamento económico donde se realizan todas sus actividades. Es decir, la parte donde las marcas buscan clientes y cumplen con ofrecer y vender su producto o servicio; y esto precisamente es la parte medular del éxito de una franquicia, cumplir al pie de la letra con la promesa de venta, en calidad, tiempo y, de manera interna, en la rentabilidad de cada producto.

En FIFRAN hemos desarrollado un organigrama estructurado en la operación de las 3 industrias con las que contamos (Alimentos y Bebidas, Salud

y Belleza, y Actividades Esenciales), con un líder de cada industria para dedicarse, sin distracciones, a la revisión puntual de los temas logísticos, es decir, que cada sucursal siempre tenga sus insumos y sus herramientas funcionando como engranes de reloj. Adicionalmente, el área operativa se encarga de tener el personal necesario en cada franquicia para garantizar un servicio de excelencia, basado en la correcta capacitación y motivación para fomentar el crecimiento dentro de la organización y la fidelidad (minimizar la rotación del personal). Cada área de FIFRAN tiene el respaldo del departamento de marketing y publicidad interno, que satisface todas las necesidades de comunicación de cada punto de venta, y que forma parte de los planes estratégicos comerciales de la empresa, el área o industria y la



sucursal; con esta pirámide estamos revisando los números puntuales desde la base hasta la cima para corregir o actualizar cualquier necesidad con respuestas inmediatas.

## 2.- ELECCIÓN DE LA FRANQUICIA CORRECTA/ ESPECIALIZACIÓN POR INDUSTRIA

¿Cómo elegir el tipo de franquicia ideal? Invertir en una franquicia es una excelente decisión, ya que es un negocio respaldado por años de experiencia, reconocimiento de marca, metodología y sistemas probados, que ofrecen rentabilidad en tiempos mucho más cortos. Sin embargo, en el mundo de las franquicias existen

muchas opciones, marcas, productos y servicios que podemos elegir como oportunidad de inversión, por lo que decidir por dónde irnos puede resultar complejo. Si bien las opciones pueden parecer infinitas, lo primero que debemos definir es el tema presupuestal, es decir, de cuánto dinero disponemos para invertir en cada negocio. Teniendo esto claro, podremos proceder a analizar opciones. Es importante considerar que no solo es la inversión inicial, sino también la rentabilidad, costos fijos, el tiempo para el retorno de la inversión, tipo de regalías, costos de operación, etc. Así será mucho más fácil decidir el tipo de franquicia para invertir, pues el

negocio ideal siempre será el que se adapte a nuestros gustos y a la capacidad de inversión. En resumen y considerando los factores que FIFRAN tomó en cuenta para su primera ronda de inversión:

- Determinar los sectores o industria que marcan un crecimiento en sus números a pesar de adversidades como la pandemia, de la que aún vemos secuelas financieras.
- Que las marcas tuvieran una historia comprobable en el tiempo, que no fueran marcas experimentales o jóvenes en el mercado.
- Que la curva de aprendizaje con base



**Víctor Hugo Vargas**  
Director General de FIFRAN

en su manual operativo fuera de menor tiempo y menor complejidad, para poder enfocar nuestros esfuerzos en maximizar los recursos financieros y humanos y minimizar el tiempo de ROI.

- Que tuvieran una inversión importante como franquicia maestra en temas de tecnología, lo cual se vea reflejado en una mejor forma de monitorear los procesos y seguimientos puntuales a los clientes finales.

Así es como FIFRAN decidió invertir en los sectores de:

**ALIMENTOS & BEBIDAS** - Siendo el sector de mayor crecimiento histórico en el mundo de las franquicias, además del ícono que abandera a las franquicias en el mundo.

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

FIFRAN cuenta con una estructura operativa que cubre todas las vertientes del sector Franquicia y de las industrias donde hemos decidido invertir.

**SALUD Y BELLEZA** - El sector que más crecimiento tiene en los últimos 7 años; lo que tenga que ver con acrecentar la belleza, cuidado de la piel, la salud personal, la higiene y el gusto por estar y sentirse bien es algo que todos deseamos o consumimos en algún momento de nuestras vidas.

### ACTIVIDADES ESENCIALES

- Estando en una época post pandémica y con conocimiento de causa, no podemos pasar por alto cuáles fueron estos negocios que no se vieron forzados a cerrar por ser considerados esenciales para la vida de todos, como las lavanderías y tintorerías, considerando su importancia por el uso de materiales que eliminan virus y bacterias de nuestra ropa, además de que las nuevas generaciones no quieren dedicar tiempo a esta actividad y prefieren pagar por estos servicios.

### 3.- INVERSIÓN CONTROLADA Y RENTABLE

Una firma de capital privado que persigue el éxito depende de obtener grandes rendimientos, requiere de una profunda comprensión del mercado y construir portafolios sofisticado. Eso lo sabemos,

## NUESTRA HISTORIA

FIFRAN es un vehículo de inversión que participa activamente en la generación de valor, ayudando al inversionista a recibir los beneficios de una industria madura y en crecimiento sin involucrarse en la operación, pero obteniendo una rentabilidad mayor a sus ahorros. FIFRAN es la solución en la operación profesional de franquicias por las habilidades y destrezas de su capital humano, estructura operativa, e inteligencia de negocios. De esta forma, desde el principio comenzamos a construir relaciones de valor a corto mediano y largo plazo por la visibilidad y transparencia de las reglas del juego.

pero lo que define a FIFRAN como vehículo de inversión y bajo el principio de respeto al capital, es su compromiso de ayudar al inversionista a navegar esta transición de incertidumbre en el mercado de capitales y a construir estrategias de diversificación de portafolios más resilientes, lo cual incluye procurar rendimientos a largo plazo más altos, estables, pero con un riesgo controlado soportado en la comprobación de negocios, administración profesional y estrategias de salida.

En efecto, uno de los valores más significativos que aporta FIFRAN es en los mecanismos que desarrolló para mitigar riesgos que comprometan el patrimonio de nuestros inversionistas.

En su rol como abogado en capital privado y formación de fondos ha ayudado a empresarios nacionales y extranjeros a construir vehículos de inversión para desarrollar negocios en la industria inmobiliaria, tecnología, retail, sanitaria, financiera, bursátil y en franquicias. Participa activamente en los consejos de administración en las corporaciones de sus clientes y ayuda a garantizar la continuidad de las empresas con consultoría de alto valor, capital relacional y vínculo con inversionistas y nuevos negocios. Actualmente es Director General de Adsertor Firma Legal en Negocios S.C., miembro del Colegio de Abogados de Empresa ANADE, miembro activo de la Asociación Mexicana de Franquicias y, desde finales de 2020, honorablemente Director General de Fifran I S.A.P.I. de C.V.



Por ejemplo, previo a promover la oferta de valor de FIFRAN, nuestros administradores por más de un año dedicaron tiempo y recursos en analizar minuciosamente aspectos legales, fiscales, financieros, operativos, comerciales, tecnológicos y logísticos para concluir satisfactoriamente el proceso de “due diligence” sobre al menos 80 marcas tipo ancla, cuyo propósito fue validar e integrar el portafolio de FIFRAN con negocios de éxito comprobado. Asimismo, en la mayoría de las ocasiones sabemos cómo nos incorporamos

a un negocio, pero muy pocas veces sabemos cómo retirarnos y en qué condiciones. Bajo este contexto, definir la estrategia de salida previo a celebrar un compromiso de capital ayuda significativamente a alinear los intereses del inversionista, de FIFRAN como vehículo de inversión, y de las marcas que promovemos y que forman parte de nuestro portafolio.

#### **4.- LO MÁS VALIOSO: EL EQUIPO**

La capacidad de construir equipo con valores formativos que complementen los talentos y cualidades de

otros miembros y que contribuyan día a día a superar los retos de compañía, hace la diferencia entre tener una empresa valuada de 100mdp a 100mdd. El capital más importante con el que contamos es el humano. Para ser competitivos y lograr que todos los objetivos se cumplan, la única forma de hacerlo es a través de empleados comprometidos y motivados. Un trabajador motivado es más feliz, por ende, más productivo; sabe aprovechar el tiempo y los recursos; aspira a desarrollarse, trazar metas y se esfuerza por superarse cada día.

#### **5.- REPLICACIÓN DE SUCURSALES - AUMENTO DE RENTABILIDAD**

En el modelo de franquicia, el operador tendrá la posibilidad de generar una rentabilidad mayor a la prevista en la proforma financiera dejándose guiar por los consejos del franquiciante e involucrándose en gran medida al negocio. La manera en cómo aumentamos la rentabilidad de nuestras sucursales en FIFRAN es aprovechando los beneficios de administrar simultáneamente múltiples negocios de industrias diversas. Esta cualidad hace que FIFRAN se posicione en mejores condiciones para negociar acuerdos más favorables con banca privada, con financieras, con arrendadores, con proveedores para la adquisición de insumos, con



socios estratégicos y con otros *stakeholders*. Hecho lo anterior y una vez que comprendemos a detalle las particularidades de nuestras marcas, su oferta valor y su manual de operación, la replicación de sucursales rentables se acelera y fluye de forma sostenida.

#### 6.- NUESTRA FORTALEZA / NUESTRAS MARCAS

Entre nuestra oferta de franquicias, dos de las más solicitadas son:

YAFAH EXPRESS es una franquicia de depilación más avanzada que el láser, cuyo modelo de negocio es totalmente disruptivo. Basado en el modelo alemán

*Hard Discount*, ofrece el mejor precio posible con un servicio de calidad y con centros cercanos a los clientes. La simpleza operativa del modelo de Yafah Express permite que el inversionista se olvide del estrés de gestionar de la cadena de suministro, de inventarios, de cuentas por cobrar, así como el manejo de un personal cuantioso por unidad. GREEN CLEAN nace en 2009 como resultado de adquirir la exclusiva en México y Latinoamérica de la patente *Green Earth*, el único solvente a base de silicón 100% biodegradable para lavar en seco que no daña la salud de las personas y

## NUESTRA ACTUALIDAD

Invertir en una marca acreditada por consumidores, proveedores, medios y otros agentes del sector y, que además te enseñe los secretos para que el negocio sea exitoso, es invertir con riesgo controlado pero con atractivos rendimientos. Estamos en expansión gracias a nuestros inversionistas y a los emprendedores que depositan su confianza en nuestra profundo conocimiento del mercado y operación profesional.

tampoco lastima las prendas. Por 4 años consecutivos, la Asociación Mexicana de Franquicias otorgó a Green Clean el reconocimiento como la franquicia del año 2014, 2015, 2016 y 2017. Hoy en día la marca cuenta con más de 30 sucursales nacionales y tiene presencia en Colombia, Perú, Nicaragua y Honduras.



INNOVANDO  
LA FORMA DE  
INVERTIR  
Y  
OPERAR  
FRANQUICIAS



Rendimiento:  
**18%**  
Anual\*



Tel: 55 9315 6553

 /Fifran

 [www.fifran.mx](http://www.fifran.mx)

\* Consulta términos y condiciones. Tasa anualizada promedio.



# MUJERES EMPRENDEDORAS, UNA TENDENCIA CRECIENTE

A través de la historia el papel de las mujeres en el mundo laboral se ha fortalecido de la mano de un mayor acceso a la educación. Es cierto que todavía existe una brecha en la equidad y aún falta mucho por hacer, especialmente en las zonas rurales de la República, pero la realidad es que las mujeres ahora avanzan en un camino que las llevan a puestos y responsabilidades que sus abuelas jamás soñaron.



**A** raíz de la pandemia ocurrida en 2020 la economía en el país entró en crisis y la difícil situación financiera fue un lastre en el ánimo de los mexicanos, pero también fue semilla de emprendimiento y oportunidades, especialmente para las mujeres que se distinguen por buscar siempre mejores condiciones para su familia. De acuerdo con un comunicado del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de

2022 a partir del cuestionario básico aplicado a 4.5 millones de establecimientos MIPYMES de los sectores manufacturas, comercio y servicios privados no financieros, 1.6 millones de establecimientos tenían como propietaria a una mujer y emplearon a 2.9 millones de personas. Hay algo inspirador en cada historia de emprendimiento, y me gustaría compartir la mía, una historia de perseverancia y las ganas de generar empleo e ingresos para todas las mujeres emprendedoras.

Al inicio no imaginé que MAPO llegaría a ser tan grande, claro que siempre soñé con ser una gran empresaria pero mi vida fue algo complicada; tuve que enfrentar la maternidad a temprana edad y eso me impulsó a superarme, no solo por mí sino por la personita que dependía de mí. Desde niña me gustaban los negocios y ahorraaba con la idea de formar un capital. Más adelante, sin terminar la licenciatura en Administración de Empresas y mientras trabajaba en una maquiladora, por necesidad



empecé a vender calzado y ropa. Viajaba 12 horas en autobús hacia León, Guanajuato, para comprar mercancía que vendía en mi ciudad natal a través de una página de la red social Facebook. Utilizaba un nombre falso para ocultar mi identidad por el miedo que tenía a que el negocio fracasara. Ese

nombre es ahora nuestra marca distintiva: MAPO. Con base en la constancia y el trabajo el negocio creció y se convirtió en una tienda formal en Monclova, Coahuila. Entonces fue cuando decidí ofrecerle a mis clientes ventas de mayoreo que al principio eran productos de importación y después

buscamos calzado nacional de excelente calidad. Ese salto a ser empresaria fue un gran reto pues no era fácil que tomaran en serio mis ideas de negocio por mi edad: tenía 23 años cuando iniciamos a vender mayoreo. El siguiente paso fue abrir una sucursal en la ciudad de Chihuahua, Chih. Una amiga cercana quería adquirir la tienda pues al haber sido cliente y empleada conocía el manejo perfectamente. Tras analizar diferentes esquemas, decidimos que la mejor forma para hacerlo de una manera legal, segura y confiable era convertirnos en franquicia, proceso que se logró en 2020. El día de hoy soy madre de dos niños, esposa y empresaria que ha logrado un excelente balance entre la vida familiar y la profesional, pues lo más lindo de este proyecto es que convivo mucho con mis hijos, los llevo a mi oficina así como a mis viajes de negocios, mi esposo se unió a mi proyecto y ahora trabajamos juntos. La operación de MAPO se ha ampliado gracias a que recientemente incorporamos una fábrica propia para asegurar la



## Cinthia Carolina Felan Martínez

Fundadora y CEO de CAROLFEM S.A, DE C.V.

calidad de nuestro calzado y bolsas. A todas las personas que no están seguros de emprender, les aconsejo que pierdan el miedo; al inicio es difícil pero con dedicación y ganas de salir adelante se puede conseguir la libertad financiera y convivir con tu familia, lo que es la mejor recompensa.

### **MAPO TIENE 2 MODELOS DE NEGOCIO**

MAPO Tienda está dirigido a todos los emprendedores, amas de casa, trabajadores y personas que quieran un negocio propio iniciando la venta de calzado. Cuando a uno como cliente le dan ganas de emprender primero vemos opciones, navegamos en internet para buscar un producto que nos agrade y que nos dé un margen de utilidad bueno. MAPO se encuentra en todas las redes sociales y para iniciar un negocio el proceso es simple: cuando tú seleccionas que quieres vender calzado te comunicas con nosotros vía WhatsApp, nos indicas de dónde eres y te canalizamos al grupo de ventas de tu tienda más cercana. En ese grupo tendrás acceso a la existencia de lunes a viernes de toda la

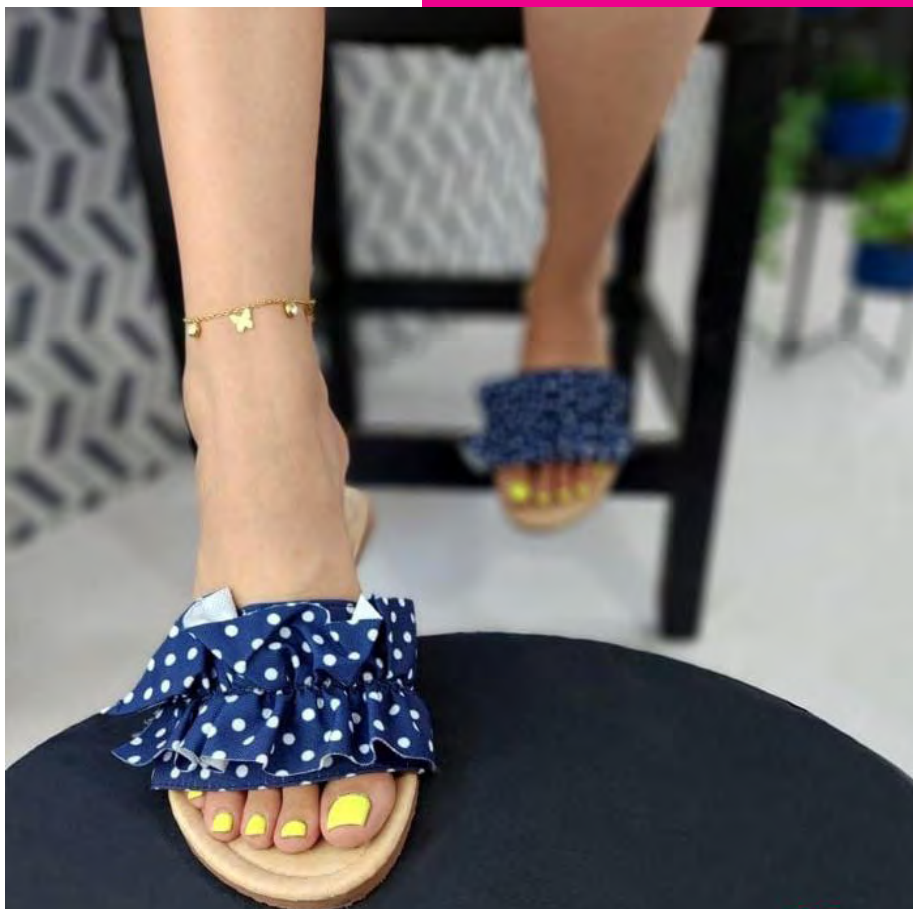
variedad de calzado que manejamos: sandalias, plataformas, zapatillas, tacones, tenis y más. Con ayuda de publicidad podrás ofrecer los productos al cliente final.

MAPO Franquicia es para las personas que quieren tener un negocio físico y así ayudar a más

## **NUESTRA HISTORIA**

MAPO® inició sus ventas en el año 2014, en la ciudad de Monclova, Coahuila. En 2019 MAPO® amplió su operación como proveedor mayorista a nivel nacional, ganándose la confianza y aceptación de los clientes para que ellos puedan iniciar su propio negocio con nosotros de una manera fácil y segura, causando un gran impacto en el consumidor por la calidad y precios de sus productos.

En el año 2020 se comenzó con el proyecto y desarrollo del modelo de franquicia, preparándose para la expansión a toda la República. En el año 2021 se terminan con los procesos y estándares estando 100% listos para la expansión.



Joven empresaria originaria de Monclova, Coahuila. Su intención de superarse y su talento natural para los negocios la llevó a fundar una comercializadora de calzado y bolsas al mayoreo que, tras un rápido crecimiento se convirtió en una de las franquicias más importantes en México. Como madre de familia sabe la importancia de combinar con éxito trabajo y vida personal, ayudando a muchas personas a lograr ese mismo balance por medio de su modelo de negocio.



emprendedores a armar sus ventas. El modelo de Franquicia es muy bonito ya que ayudas a empoderar a mujeres u hombres que buscan tener un ingreso independiente. ¿Cómo funciona el modelo de Franquicia? Tu contacto directo es con la fábrica y con la tienda matriz, y en un catálogo escoges el producto de tu agrado ya que eres el primer filtro para saber qué

calzado quieres manejar en tu franquicia, qué calzado van a vender tus clientes para que lleguen a la casa de cada familia mexicana. Una vez que seleccionaste el producto se hace una orden de compra determinando las cantidades deseadas, ya que como proveedor debes de tener suficiente *stock* en tu tienda para que tus emprendedores puedan surtirse sin problemas.

Es bueno que conozcas tu mercado pues hay estados donde se venden más sandalias, en otros más el calzado cerrado. Ya con el producto en tu tienda se inicia con la publicidad y labor de venta avisándole a todos los emprendedores que MAPO llegó a su ciudad y que pueden comprar mayoreo en tu tienda. La utilidad viene de la venta por volumen, se estima que vendas de 1000



## > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2020
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$50,000 PESOS

- > INVERSIÓN TOTAL: \$150,000 PESOS APROXIMADAMENTE
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: \$2,000 PESOS MÁS IVA
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: \$0.00
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 1 AÑO

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Cuando las cosas no van bien el bienestar de nuestra familia es la mayor motivación para emprender, y MAPO® le brinda a todos la oportunidad de tener un negocio seguro y rentable.

hasta 3000 piezas por mes. Cada tienda puede ser operada por 2 personas y conforme vaya creciendo necesitarás más personal para tu franquicia.

### MAPO MÁS QUE UNA FRANQUICIA ES LA PUERTA AL ÉXITO

Si no sabes de ventas MAPO te capacita ya sea como franquiciatario o como distribuidor de nuestras sucursales. Continuamente contarás con nuestro apoyo y el de nuestros franquiciantes para que tú puedas emprender tu negocio.

Somos pioneros en franquicias dentro de la rama del calzado, innovando este modelo de negocios para ponerlo al alcance de muchos emprendedores. MAPO te ofrece un seguro y una garantía de que este modelo de negocio es 100% rentable; así MAPO te estará proporcionando

en calidad de préstamo o concesión 2 teléfonos móviles, una pantalla, un sistema de seguridad con circuito cerrado de cámaras, la computadora y el punto de ventas en el inmueble pertinente para la apertura de la tienda, siendo tuyo el inventario y la administración de la tienda solamente.

En el momento en el que tú decidas terminar por cualquier motivo la relación laboral con la marca, MAPO adquiere tu inventario y la tienda se incorpora a la empresa. Esa es la seguridad que nosotros le brindamos a cada franquicia pues garantizamos que su modelo de negocio es rentable con una buena administración, labor de ventas y estrategia de equipo.

MAPO proyecta que exista una tienda en las principales ciudades de cada estado en todo México, dándole prioridad a nuestro primer franquiciatario de decidir si quiere quedarse con todo el estado para que él pueda poner tiendas en las ciudades o quedarse solo con su tienda en una ciudad, y así permitir que la empresa franquicie las ciudades vecinas.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Hoy en día, MAPO® es una de las Franquicias pioneras y más importantes en el giro del calzado y su crecimiento sigue al alza. Nuestra meta a futuro es llegar a tener presencia nacional con una tienda en cada ciudad de cada estado de México, e importar a diferentes países nuestra marca. El poder fabricar todo nuestro calzado en nuestra propia fábrica y generar el mayor número posible de empleos es un orgullo que compartimos con nuestros franquiciatarios y distribuidores.



### > CONTACTO

📞 86 6238 2349

✉ mapofranquicias@hotmail.com

📌 @Mapoboutique

*Mr. Franquicia*  
CONSULTOR

NO SE TRATA DE  
SOBREVIVIR, SE TRATA DE  
**CRECER Y DIVERSIFICAR**





En época de crisis algunas empresas se conforman con no cerrar; pero los retos pueden transformarse en motor si se cuenta con el combustible adecuado: ser disruptivo, cambiar, mejorar, distinguirse de la competencia, ser más efectivo y mantener tu marca o tu empresa en crecimiento.

**E**l mundo cambió en 2020 cuando una pandemia interrumpió la dinámica cotidiana y obligó a los países a tomar medidas de confinamiento, lo que ocasionó una crisis en las vidas de todos y, evidentemente, en los mercados. La tendencia para muchas empresas afectadas desgraciadamente fue de pérdida, otras se mantuvieron a flote

y algunas pocas supieron capitalizar los nuevos esquemas de consumo. Las organizaciones que aprovecharon el momento para atreverse a probar cosas nuevas, que se apoyaron en la tecnología y en la creatividad, que cuidaron de su capital humano son las que salieron fortalecidas. Es la necesidad la que nos impulsa a cambiar, a crecer, y muchos emprendedores

buscan nuevas formas de salir adelante; desde mi experiencia como asesor del sector Franquicias —y con base en el éxito reportado por numerosos clientes que se han adaptado a las condiciones postpandemia por medio de esquemas de *home office*, o convertir sus locales en dos negocios al mismo tiempo, o apoyándose en nuevas tecnologías— les comparto cinco recomendaciones:



## LA UTILIDAD DE LOS WEBINARS

El siguiente punto es la creación de *webinars* mediante el uso de plataformas para videoconferencias grupales como *Zoom* o *Meet*. El usar estas plataformas para impartir capacitaciones, evaluaciones, conferencias, entre otros, nos da la posibilidad de alcanzar puntos geográficos apartados como si estuviéramos en el mismo espacio físico. Antes se usaban ocasionalmente videollamadas; las grandes empresas llegaban a tener un sistema, un proveedor viable del servicio, pero cuando llegó la pandemia se hizo indispensable este método de comunicación y los *webinars* llegaron para quedarse. Hay que

## LAS APLICACIONES DIGITALES SON TUS ALIADAS

La tecnología nos hizo voltear hacia las aplicaciones digitales, una tendencia que crecía desde hace aproximadamente una década pero que explotó como una necesidad en los últimos años. Las apps para pedir en línea desde alimento,

transporte, servicios y más; hacen accesible tanto para usuarios y proveedores una comunicación mucho más ágil y eficiente. Y no es obligatorio conformarse con adecuar aplicaciones a nuestro negocio; la recomendación es crear, inventar aplicaciones propias que pueden diseñarse para prácticamente todos los giros.

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

¿Te imaginas ver tu marca en todo el país? Acércate a Mr. Franquicia. Y si deseas adquirir una, tenemos la franquicia ideal para ti según tu perfil y presupuesto.



## Juan Carlos Fernández Treviño

Fundador y CEO de Mr. Franquicia

eficientar y hay que tener un buen entrenamiento para que todos los colaboradores de una organización sepan aprovechar esta herramienta.

En Mr. Franquicia particularmente hemos adoptado este sistema para crear contenido formativo en beneficio de nuestros clientes: ya sea que deseen franquiciar su negocio o adquirir una franquicia, el proceso de capacitación es vital y el formato *webinar* es práctico en todos sentidos.

### **TOMA EL CONTROL DE TUS REDES SOCIALES**

Hablar de comunicación nos lleva al siguiente punto: el dominio de las redes sociales. Ya no solamente es tener una red social o varias redes sociales, se trata de dominarlas. He visto que muchos negocios tienen sus redes sociales pero no las dominan. Hay que pensar en darles otro sabor, en cómo emplearlas como una herramienta de marketing, cómo atraer más clientes o atender más clientes a través de las redes sociales. Y me refiero a las actuales, las que ya son tradicionales y también a las que están surgiendo, por lo que es necesario mantenerse al día.

### **GADGETS Y TECNOLOGÍA AÉREA**

El avance de la tecnología nos trae instrumentos que, con un buen sentido empresarial, resultan en importantes beneficios para las empresas. La realidad virtual, por ejemplo, es una forma de sumergir a un cliente en una presentación o exposición de algún tema. Otra herramienta reciente y versátil es el dron aéreo: los videos logrados desde la perspectiva de una cámara flotando a determinada altura son útiles no solo para la producción de cine y televisión, sino para distintos sectores como el inmobiliario o el de la construcción. Reportar cómo está una zona, la distribución de un inmueble, cómo se vive en esa área, la condición de mantenimiento de una azotea, entre otros, son aspectos que se pueden explotar gracias al crecimiento de la figura de los drones y el costo-beneficio es muy alto en manejo de gastos, en recorridos, en gasolina, en mano de obra. Incluso en paquetería empiezan a ser utilizados los drones para entregas específicas; ya es una realidad. Sácale provecho a las novedades,

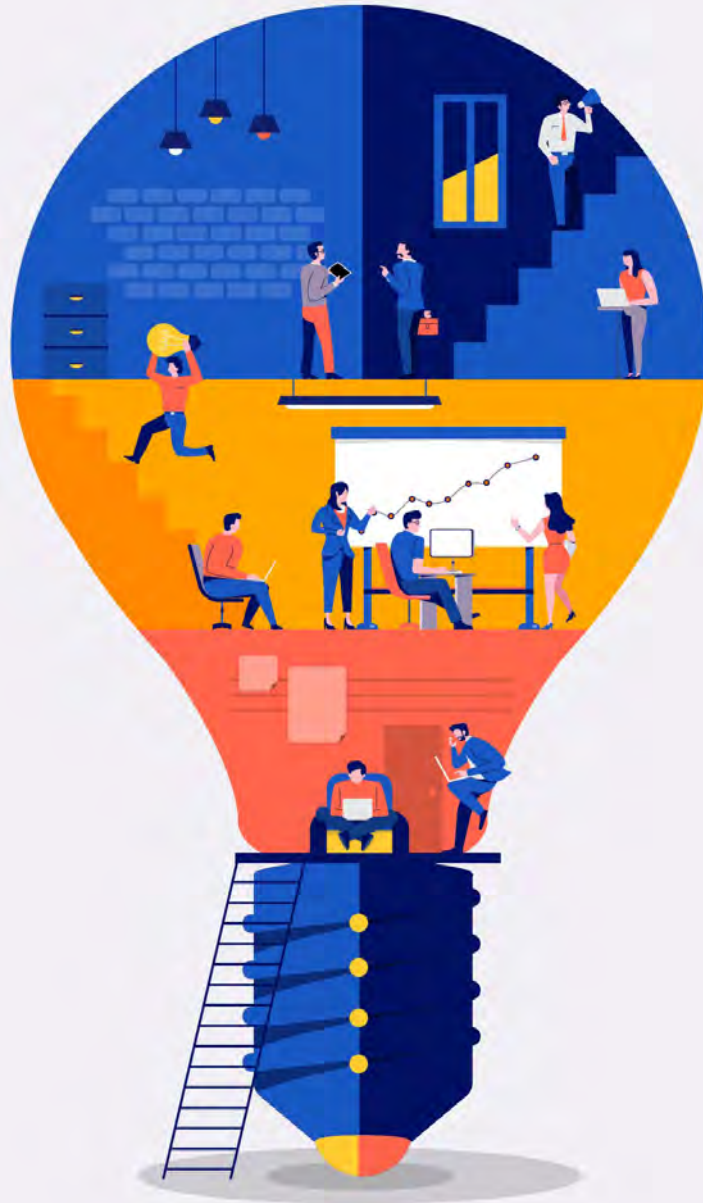
## **NUESTRA HISTORIA**

Premiados nacional e internacionalmente, somos una empresa orgullosamente 100% mexicana que inició hace cerca de 15 años como un exitoso negocio de bienes raíces que al paso del tiempo se convirtió en franquicia, lo que nos llevó a diversificarnos y especializarnos en ese rubro, formando alianzas estratégicas para cubrir todos los aspectos técnicos necesarios para brindar asesoría a los negocios que deseen convertirse en franquicia, y al mismo tiempo ofrecemos distintas opciones para los inversores que quieran poner una franquicia.

Este 2022 Mr. Franquicia cumple 10 años operando y nuestra cobertura crece: Monterrey, Querétaro, Ciudad Victoria, y muy pronto CDMX. Nuestro catálogo interno tiene excelentes opciones de franquicia para ti, pero en el supuesto caso que ninguna de nuestras marcas y franquicias (o negocios incubados) se ajuste a tus gustos, preferencias, necesidades o presupuesto, contamos con el servicio de representación, búsqueda, selección y compra de franquicias.



Empresario y emprendedor, es autor de cuatro libros, siendo su más reciente publicación "Triunfando en Real Estate". Conferencista y catedrático universitario, tiene un lado artístico que lo ha llevado a componer temas y canciones. Es experto en asesoría empresarial, bienes raíces, inversiones, y ha impartido más de 1200 cursos de bienes raíces. Instructor certificado por la STPS, es un hábil consultor en todo lo relacionado al modelo de negocio de franquicia. Padre de familia y hombre de fe, ha sido nominado y premiado en más de 5 ocasiones por diversos organismos estatales, nacionales e internacionales.



toma videos, fotografías, despliega desde las alturas un banderín para que tenga un uso publicitario... las posibilidades son muchas si eres creativo al perseguir tus objetivos de negocio.

### **LA IMAGINACIÓN ES EL LÍMITE**

Y por último, inventar. El que logró superar la

pandemia fue porque supo adaptarse y nosotros inventamos cosas nuevas para poder vencer esa crisis por la que pasamos. Muchas cosas de las que se nos ocurrieron se implementaron y otras no; el consumo, la humanidad cambió y se tiene que construir un nuevo sistema, un nuevo proceso, una

nueva forma de agilizar, de comercializar. Hay que inventar y eso habla de innovación, de creatividad, de crecimiento, de mente empresarial y de una ventaja competitiva. Si se te ocurre algo que no tenía tu competencia, pues ya vas a tener lo que te distinga, tu diferenciador, solamente con poner tu

mente a volar, salirte de la caja para no quedarte con los sistemas tradicionales que traías previos a la pandemia.

Con estos cinco consejos espero que logres avanzar, que puedas ser innovador y llevar tu marca o tu empresa al éxito.

En Mr. Franquicia nos dimos la oportunidad de pensar en grande y ampliar nuestra oferta de servicios. Nuestra experiencia en consultoría nos permite ayudar a las personas que desean convertir su marca en franquicia, y también ofrecer distintas franquicias a las personas que deseen tener una.

No importa el giro, ofrecemos un camino seguro para convertirte en franquiciante o franquiciario mediante un plan de negocios, contratos y trámites legales, manuales de identidad, procesos y todo lo necesario para que tu inversión rinda frutos.



## NUESTRA ACTUALIDAD

Un gran número de franquicias operando nos respaldan, así como 10 años en el mercado. El Covid19 nos obligó a cambiar, a mutar y diversificar... ya éramos digitales antes de esta contingencia y ahora lo somos más; de ser franquicia comercial y social, ahora somos consultores profesionales apoyando el crecimiento y la reactivación económica de nuestro país. Así como estamos ayudando a las personas a convertir su marca en franquicia o a invertir en una franquicia, también podemos apoyarte a ti, emprendedor.



*Mr. Franquicia*<sup>®</sup>  
CONSULTOR



**FRANQUICIAS DISPONIBLES.**

Adquiérelas



**NEGOCIOS INCUBADOS**



LINEA FRANQUICIAS 81-27443682

WHATTS 81-19404289

# SERVICIOS

**CONVERTIMOS TU  
NEGOCIO A  
FRANQUICIA**



**TE AYUDAMOS A  
VENDER TUS  
FRANQUICIAS**


TU ELIJES

TENEMOS DOS PLANES: AUTO FRANQUICIA Y  
EL PLAN COMPLETO HACIENDO EQUIPO



# INNOVACIÓN ES LA PALABRA

En estos meses de entrada al 2023, hablar de la pandemia causa sentimientos encontrados: para algunos sigue siendo tema tan vigente como hace 2 años; para otros es una justificación de la situación actual en la que se sienten inmersos; y para otros, aunque conscientes de que aún permanece el Covid-19, no los detiene para pensar en el futuro y actuar en el presente.



**Q**uiero compartir contigo un poco de nuestra historia: en 1970, una familia emprende en el negocio de las tintorerías bajo la marca JIFFY EXPRESS. Casi 30 años después, en los primeros tiempos de la historia de las franquicias en México, se crea la marca Tintorerías Max, siendo la primera marca en operar como franquicia en este giro en el país.

Poco después, Max visualiza un gran futuro en el negocio del cuidado de las prendas y da un paso adelante en su desarrollo al crear las marcas de Lavanderías Max y Max Costura, con las que extiende sus servicios a más ámbitos relacionados con el cuidado y la higiene. Previo a la pandemia del 2020, tintorerías Max venía desarrollando un proyecto que en breve se convirtió en una nueva empresa: Tin2Go, la primera aplicación tecnológica desarrollada en el

país para brindar servicios a domicilio, especializada en el cuidado de las prendas, extendiendo a más de 18 servicios su cartera de opciones para el cliente.

Contando ya con una sólida estructura de asistencia técnica y expertos en negocios y franquicias, nace GRUPO MAX, especialista en franquicias exitosas. Después se integra la más fresca y joven de nuestras franquicias, Bendita Paleta Alta Gelatería, empresa



dedicada a preparar y servir *gelato* italiano a través de unidades propias y franquicias. Hoy, con más de 250 unidades de negocio operando exitosamente a lo largo de todo el país, ofrecemos emprendimientos probados en el sector de franquicias, sumando al sector mayor experiencia y conocimiento y aportando así, un granito de arena para el crecimiento de México. Ahora bien, 52 años de trayectoria no han sido llanos y plenos. En el camino encontramos innumerables obstáculos propios de

quienes desean crecer como empresa y como negocio, y de los que tuvimos que aprender. El periodo del 2020 al día de hoy ha sido probablemente una de las etapas más importantes para la empresa, pues se tenían que sortear 3 grandes retos:

**Supervivencia** en el momento de crisis, que a un grandísimo porcentaje de empresas a nivel mundial tomó por sorpresa.

**Resistencia** para no dejar de lado nuestra misión ni visión, ni olvidar que

cada unidad de franquicia requería de nuestro apoyo. **Persistencia**, pues nuestra meta es seguir creciendo.

De esta manera, fue ante la crisis mundial que inició con la pandemia (y continuó con sus estragos como inflación, desabasto, cambio de hábitos de los consumidores, entre otros) que GRUPO MAX tuvo un gran ejercicio de renovación y planteamiento de metas, mismas que debieron adecuarse a los nuevos tiempos que llegaron, aunque no nos guste, para



**Raúl Jiménez**  
Director de Grupo Max



quedarse. Para Grupo Max hoy la palabra es: INNOVACIÓN.

Innovación es una palabra extensa y compleja, pero comparto con ustedes 5 de las principales acciones que incorporamos en estos tiempos como el nuevo cimiento para aspirar a trascender y crecer durante los próximos años:

### CREAMOS GRUPO MAX

Con una estructura de asistencia técnica robusta, con muchos años de trayectoria en las actividades de apoyo a nuestra red de franquicias, encontramos que una de nuestras mayores fortalezas era no solo las marcas que tenemos, sino el equipo que brinda apoyo en mercadotecnia, diseño, *community managers*, legal, capacitación, supervisión, sistemas, logística, mantenimiento, expansión... y decidimos que teníamos la capacidad para dar un gran servicio a más franquiciatarios.

### CONOCIMOS A NUESTRO NUEVO CLIENTE

El cliente de nuestras empresas no es el mismo que hace 2 años. Hubo un cambio radical en los hábitos de consumo, pero

sobre todo, en las expectativas de las personas. Mas allá de eso, surgió para nosotros una nueva e importante generación de consumidores: los *Pandemics* (niños, jóvenes, adultos, adultos mayores; todos cambiaron en el 2020 y nos seguimos sorprendiendo de la velocidad del cambio). Hemos aprendido lo que esperan ahora de cada uno de nuestros servicios o productos y entendimos

## NUESTRA HISTORIA

La primera franquicia de Tintorerías Max nace en el año 2001, siendo la Ciudad de México quien la ve nacer, y es así como se da la visión de replicar el modelo de negocio por toda la República Mexicana, compartiendo el *know-how* de la marca con los inversionistas que se volvieron franquiciatarios y parte esencial de este grupo. Ante el éxito de este emprendimiento, mediante un gran esfuerzo se innova con las marcas Lavanderías Max, Max Costura y Tin2Go. Grupo Max se consolida como una empresa especialista en el modelo de negocio de franquicias al incursionar en el sector de Alimentos con la marca Bendita Paleta, y la creatividad del Grupo no se detiene pues los planes de expansión a futuro incluyen el crecimiento de las marcas existentes y la exploración de nuevas oportunidades.



Administrador de Empresas con 33 años de experiencia en el sector de Franquicias, asesor independiente para emprendedores que desean iniciar un negocio y para quienes, teniendo uno, desean llevarlo al modelo de Franquicia. Ha colaborado con la Asociación Mexicana de Franquicias y la Cámara Nacional de la Industria de las Tintorerías y Lavanderías. Actualmente es Director Grupo Max, y desde marzo del 2021, Director de Expansión de Bendita Paleta, cadena de Gelaterías que Grupo Max ha adquirido como parte de su proyecto de crecimiento como Grupo Operador y Franquiciante.



que hoy, tan importante como el producto es la experiencia del cliente, la comodidad para el cliente y la seguridad para el cliente.

### **APLICAMOS LA TECNOLOGÍA A NUESTRO NEGOCIO**

Tin2go es el mejor ejemplo: aunque el proyecto se gestaba desde el 2018, fue la pandemia la que nos obligó a “saltar al agua” a través del servicio a domicilio. Pero entendimos que no podía ser bajo las mismas reglas que en generaciones anteriores; ahora el cliente está detrás de un *smartphone* o frente a una computadora, y es desde ahí que busca resolver servicios. La aplicación de tecnología en un servicio tan “artesanal” como es la tintorería o lavandería fue una de las mejores decisiones tomadas en el momento justo, no solo para atender a las nuevas generaciones ya *per se* tecnológicas, sino para atender y servir a todas las generaciones que se tuvieron que adaptar también a las nuevas formas de resolver sus necesidades.

### **ADAPTAMOS NUESTRA OPERACIÓN**

Optimizamos nuestros formatos de operación en cada negocio: cantidad de personal, funciones

**MPx**

Tintorerías a máxima velocidad

**Bendita PALETA**  
ALTA GELATERIA

**TIN2GO**

### **> DATOS**

#### **INVIERTE:**

- > TINTORERIAS MAX: USD \$ 94,000 + OBRA CIVIL + IVA
- > LAVANDERIAS MAX: USD \$ 48,000 + OBRA CIVIL + IVA
- > MAX COSTURA: \$320,000 PESOS + OBRA CIVIL + IVA

#### **BENDITA PALETA:**

- > ISLA 9-12 M2 \$ 803,600 + IVA
- > LOCAL 40 M2 \$ 805,000 + OBRA + IVA
- > LOCAL 70 M2 \$ 1,000,100 + OBRA + IVA

#### **TZG:**

- > DRIVE PARTNER (CAMIONETA) \$550,000 + IVA
- > LICENCIA CIUDAD: \$ POR PROYECTO

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Somos expertos en franquicias exitosas, con experiencia de 52 años en el desarrollo, operación y gestión de franquicias.

y actividades, ajustamos nuestro *layout* para darle mayor peso y lógica a la higiene y a la seguridad, complementamos manuales y mejoramos procesos. Un local de cualquier negocio no puede ser igual a un local de hace 2 años. Tuvimos que mejorar nuestra operación para optimizar los resultados y que fuera acorde a la nueva realidad.

### REVALORAMOS A NUESTROS CLIENTES

Desde cualquier ángulo, ya sean nuestros inversionistas o nuestros consumidores finales, entendimos que más que nunca el producto es secundario, el cliente es medular. Siempre ha tenido un lugar único el cliente en nuestras marcas, pero ahora valoramos cada vez que nos da la oportunidad de servirle y nos da la confianza de consumir nuestro producto o servicio, siendo que afuera hay muchos otros

ofertando lo mismo. Vivimos agradecidos con el cliente y él es nuestro motor.

Innovación no es necesariamente un cambio radical o un cambio de timón de 180 grados. Considero que la innovación es la capacidad de mejorar tu negocio, reorientándolo a entender y atender a tus consumidores, con la visión permanente de que en la satisfacción de ellos estará el éxito de nosotros.



## NUESTRA ACTUALIDAD

Con 52 años de experiencia, evolucionamos a Grupo Max, los expertos en franquicias exitosas. Operamos y otorgamos franquicias de:

TINTORERÍAS MAX  
LAVANDERÍAS MAX  
MAX COSTURA  
TIN2GO  
BENDITA PALETA

Con más de 250 unidades en operación, contamos con una de las estructuras más sólidas en México de asistencia técnica a nuestros franquiciatarios.

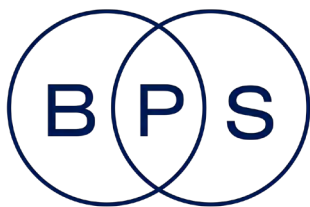
### > CONTACTO

Raúl Jiménez R. / Diana Tello

☎ 55 5531 0210 EXT. 115

🌐 [www.grupo-max.com](http://www.grupo-max.com)  
[www.tintoreriasmax.com](http://www.tintoreriasmax.com)  
[www.tin2go.com](http://www.tin2go.com)  
[www.benditapaleta.com](http://www.benditapaleta.com)

✉ [franquicias@grupo-max.com](mailto:franquicias@grupo-max.com)  
[franquicias@tintoreriasmax.com](mailto:franquicias@tintoreriasmax.com)  
[franquicias@tin2go.com](mailto:franquicias@tin2go.com)  
[franquicias@benditapaleta.com](mailto:franquicias@benditapaleta.com)



# RESPONSABLES SOLIDARIOS ANTE EL FISCO FEDERAL

Una tendencia creciente en los mercados nacionales es la tercerización de servicios contables y fiscales para evitar omisiones que podrían representar más adelante un problema. Para eso sirven los expertos, y BPS es un despacho multidisciplinario con especialistas que ofrecen soluciones para su negocio o franquicia.

**A**ctualmente muchas empresas a través de sus Consejos de Administración delegan en otros la facultad para administrar y dirigir las organizaciones; en este artículo analizaremos este tema, respecto de la responsabilidad fiscal y penal que pueden llegar a adquirir en el desempeño de sus funciones los administradores o apoderados legales de las empresas.

Cuando se tiene una franquicia existen, entre otros, 4 elementos que la componen que tenemos que tener presentes:

1. Franquiciante
2. Franquiciatario (franquiciado)
3. Contrato de franquicia
4. *Know how*

Cualquiera que sea el tamaño de tu franquicia, debes decidir quién será la persona encargada de cumplir con las obligaciones fiscales y legales

del negocio; pues adicionalmente a la operación diaria, hay que considerar el tiempo y el conocimiento para cumplir con las responsabilidades y compromisos que ha hecho el negocio para poder operar. En este sentido recomendamos que además de la(s) persona(s) que designes para realizar esa función elijas a un profesional que te acompañe e informe de los eventos que haya que cumplir o de los cambios de las disposiciones fiscales o legales que vayan surgiendo.

Ya sea que tu franquicia tribute para efectos fiscales como una persona física o hayas creado una sociedad para tal fin, el franquiciatario será la persona responsable del cumplimiento de las obligaciones fiscales ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P), el Servicio de Administración Tributaria (SAT), las Secretarías de Finanzas Estatales u otros organismos como el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el Instituto del Fondo

Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT), entre otros.

En muchos casos el mismo dueño o los socios son los que se encargan de los temas financieros, fiscales o legales; sin embargo, a medida que las funciones se van delimitando y la franquicia vaya creciendo, tal vez tengas que designar a personas de tu organización como apoderados o representantes legales de tu franquicia. De vital importancia es la persona a la que designes que será el responsable del cumplimiento de obligaciones fiscales y legales, a quien le podrás otorgar un poder de acuerdo con las funciones que desees que realice y que se puede revocar en cualquier momento. Los poderes pueden otorgarse de manera limitada o en conjunto (mancomunadamente) para que estés informado en todo momento de lo que

acontece en tu negocio. El Sistema de Administración tributaria indica que cuando debas cumplir con el requisito de presentar un poder notarial para algún trámite, se puede entregar cualquiera de los siguientes documentos: poder general para pleitos y cobranzas; poder general para actos de administración; poder general para ejercer actos de dominio; y poderes especiales (cuando se quiere limitar las facultades de los apoderados).

Cuando otorgues un poder deberás verificar para qué situaciones lo quieres dar o para cuándo pueden utilizarlo, y deberás cerciorarte de que se realice de

acuerdo con lo que indica el Código Civil Federal o del Estado o entidad en donde lo vayas a utilizar. Esas personas a las que designas para el cumplimiento de obligaciones o le concedes algún poder de manera legal, pueden ser Responsables Solidarios ante las diferentes autoridades que controlen las contribuciones (impuestos, aportaciones de seguridad social, entre otros) u obligación fiscales.

#### **RESPONSABLES SOLIDARIOS**

La definición de Responsabilidad Solidaria se estipula en el artículo 1989 del Código Civil Federal, que nos indica: “Cada uno de los

### **¿QUÉ NOS DISTINGUE?**

Atendiendo a los requerimientos de nuestros clientes y también como un servicio a la comunidad, nuestra firma participa en el programa de radio *BPS News* transmitido por GSEI radio los viernes de 9 a 10 de la mañana.

acreedores o todos juntos pueden exigir de todos los deudores solidarios o de cualquiera de ellos, el pago total o parcial de la deuda. Si reclaman todo de uno de los deudores y resultare insolvente, pueden reclamarlo de los demás o de cualquiera de ellos. Si hubiesen reclamado solo parte, o de otro modo hubiesen consentido en la división de la deuda, respecto de alguno o algunos de los deudores, podrán reclamar el todo de los demás obligados, con deducción de la parte del deudor o deudores libertados de la solidaridad”. Es decir, el acreedor se puede dirigir de forma indistinta y por el total de la deuda con cualquier persona de las que se tengan como responsables solidarios.



**L.C.C. Lizbeth Vidals López**  
Socia de Bureau Profesional de Servicios, S.C.

Se les otorga responsabilidad solidaria concretamente a la persona o personas cualquiera que sea el nombre con el que se les designe que tenga conferida la Dirección General, la gerencia general o la administración única, así como los socios y accionistas de las personas morales por las contribuciones causadas o no retenidas durante su gestión, en la parte que no logre ser garantizada con los bienes de la sociedad que dirigen; en los siguientes casos:

- No solicite la inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- Cambie su domicilio sin presentar aviso correspondiente.
- No llevar contabilidad, la oculte o la destruya.
- Omitan enterar en los plazos establecidos las contribuciones retenidas o recaudadas
- Realicen o reciban operaciones inexistentes  
*[EFOS (Empresa que Factura Operaciones Simuladas) Son las empresas que venden las facturas para ser deducidas por otras empresas que sí tienen operaciones reales. EDOS (Empresa que Deduce Operaciones Simulada)].*
- Transmitan pérdidas fiscales improcedentes

En este sentido, serán responsables solidarios las personas mencionadas conforme al artículo 26 del Código Fiscal de la Federación, adicionalmente a los socios de las compañías o los dueños de las negociaciones, por las omisiones, incumplimientos, falta de pago o infracciones que dispongan las disposiciones fiscales.

### VIGILANCIA EN EL CUMPLIMIENTO

Cuando las franquicias empiezan a operar ya sea como persona física o como empresas constituidas y designan a los administradores únicos, apoderados, miembros del Consejo o representantes legales, deberán asegurarse de que ellos cumplan con las obligaciones y encargos conferidos. Con esto se logrará que:

1. La persona física o moral cumpla en tiempo y forma con las obligaciones fiscales.
2. En caso de incumplimiento, se informe de manera oportuna y formal a los socios, accionistas, Consejo de Administración, asociados, etc.
3. Se contemple el riesgo inherente en caso de la falta de cumplimiento y

## NUESTRA HISTORIA

Nuestra firma profesional inicia operaciones en el año de 1984 gracias a la iniciativa del Lic. Álvaro Enrique Cordón Álvarez, Contador Público egresado de la Universidad La Salle con especialización en Derecho Tributario por el ITAM, y Fiscal (Contribuciones) por la UNAM quien, tras desarrollar su profesión de forma independiente, evoluciona y crece para constituir nuestra firma denominada BUREAU PROFESIONAL DE SERVICIOS S.C. a partir del año 1993. En sus inicios, la prestación de servicios profesionales se limitaba a actividades contables-fiscales de las organizaciones, dedicándose principalmente en sus primeros años a la industria cinematográfica que incluía compañías productoras, laboratorios cinematográficos, exhibidoras de películas, entre otras. La constante inquietud por demostrar la calidad y capacidad llevaron al Lic. Álvaro Cordón a especializarse en el área tributaria, tanto en el aspecto jurídico como en el contable. Él es catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México, de esta manera comparte sus conocimientos y experiencias en materias fiscales y se ha desempeñado, además, como expositor a nivel nacional de diversos tópicos tributarios y como conductor de programas de carácter fiscal. Su interés en las relaciones humanas lo ha llevado a ser síndico del contribuyente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público



Licenciada en Contaduría y licenciada en Derecho egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México, tiene maestrías en Auditoría por la UNAM y en Impuestos Internacionales por la Universidad Panamericana, además de especializaciones en Impuestos, Seguridad Social y Derecho Fiscal. Es consultora del Sistema Nacional de Consultores de la Secretaría de Economía, y miembro desde 1999 de la Asociación Mexicana de Contadores Públicos. Ha fungido como Síndico en diversas ocasiones antes la SHCP representando a varias entidades como la Cámara de la Industria Cinematográfica. Catedrática universitaria y conductora del programa de radio "BPS News", actualmente es socia y directora general de Bureau Profesional de Servicios, S.C., donde ha colaborado por más de 30 años.



se cuantifique el importe del riesgo financiero y jurídico en que pueda caer la persona física o moral por el incumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Es muy recomendable que una vez iniciado el proceso de operación de la franquicia se realicen auditorías al franquiciatario o a los encargados de operar la franquicia pero no desde el enfoque del *know how*, sino en la parte financiera-fiscal para cerciorarse de que se estén cumpliendo las obligaciones fiscales a las que esté sujeta la franquicia por su giro, entidad donde se encuentre, proveedores que contrate, etcétera. En muchas ocasiones el franquiciante da una guía general de lo que se tiene que cumplir, sin embargo, conforme las franquicias van operando, creciendo y/o expandiéndose, pueden

hacerse sujetos de otras obligaciones fiscales. El correcto seguimiento del control interno dentro de las franquicias y de los manuales de operación y procedimientos minimizarán que el franquiciatario pueda estar en situaciones como la DEFRAUDACIÓN FISCAL. Muy importante es mencionar que se puede estar en una situación de defraudación fiscal sin tener la intención de realizarlo, por ejemplo: la franquicia por alguna situación no tiene el recurso necesario para pagar el Impuesto al Valor Agregado de un mes, lo cual no es un delito pues se tiene insolvencia para pagar; pero si derivado de no tener para pagar se altera la declaración a presentar (ya sea el pago provisional o la declaración de operaciones con terceros) entonces sí estoy realizando un engaño al Fisco Federal alterando los datos reales, y por lo

tanto no pagando o disminuyendo el pago que debería realizarse. El que se encuentre incapacitado para pagar, incumpliendo en las contribuciones a su cargo pero no incurre en engaños ni en aprovechamiento de errores, no comete el delito fiscal, y su crédito podría ser sujeto de cancelación por insolvencia del deudor.

### **CARGA ADMINISTRATIVA**

Los cambios en las disposiciones fiscales en los últimos años han generado gran carga administrativa a las organizaciones, por lo que es de vital importancia que los departamentos que manejen la información contable y fiscal estén capacitados y se actualicen constantemente. La dirección deberá cerciorarse de que cuenten con el apoyo de profesionales en la materia que supervisen constantemente el actuar de las áreas financieras-administrativas.

### **CONTROLAR EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES FISCALES**

Dentro de las acciones que sugerimos realizar para poder revisar a aquellas personas en las que se ha delegado la obligación de cumplir respecto de las obligaciones con el Fisco Federal, tenemos las siguientes:

1. Que el contador entregue mensualmente las obligaciones a que está sujeta la persona moral y que



- constan en su Constancia de Situación Fiscal.
2. Que en su caso, el comisario realice su revisión y emita su informe de conformidad con el artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
  3. Celebrar al menos una Asamblea Anual acorde con el tipo de sociedad, donde se informe a los integrantes del Consejo, socios, asociados, etc., de lo acontecido en el último ejercicio de la operación de la persona moral.
  4. Realizar una auditoría financiera por un profesional de la materia, con el punto de vista externo, que pueda dar

sugerencias de mejora continua o de correcciones inmediatas que eviten o minimicen algún riesgo en la organización.

Concluyendo, lo más conveniente en una época como en la que actualmente se desarrollan las negociaciones, es generar un orden administrativo, fiscal y financiero para evaluar la correcta utilización de los flujos generados por la operación de las personas morales o los financiamientos externos analizando el costo-beneficio y los riesgos asumidos al realizar alguna acción que lleve al incumplimiento con las obligaciones ante las diversas autoridades.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Actualmente nuestra firma desarrolla una amplia gama de servicios y actividades; ofreciendo un servicio integral de calidad y eficiencia que permite que las organizaciones, tanto nacionales como extranjeras, obtengan un soporte confiable desde su creación, así como en el crecimiento de su operación. Es nuestro deseo, aparte de colaborar al crecimiento de las organizaciones generadoras de empleo, el formar dentro de nuestra organización gente comprometida con su trabajo, con su profesión y con su país. La experiencia profesional de más de 35 años nos permite ofrecer a los clientes que nos favorecen con su preferencia un servicio de calidad integral en las áreas que actualmente ofrecemos: Contable, Auditoría, Administrativa, Jurídica Corporativa, Fiscal, Laboral y de Seguridad Social, Comercio Exterior, Reclutamiento, y Litigio. Contamos con oficinas en varios estados de la República Mexicana y en países de Sudamérica., perteneciendo a una red de despachos aliados especializados que conformamos la red de *RTC Net Consulting*.

[www.bps.com.mx](http://www.bps.com.mx)

**BPS es una firma con principios éticos, en donde los clientes son nuestros socios estratégicos y nosotros sus aliados de negocios**



*Tels: 55-5211-1125 con 10 líneas  
Edificio Pedregal Princess  
Iglesia #2 Torre E  
Oficinas 1004 y 1005  
Col. Tizapán, Álvaro Obregón  
CP 01090, CDMX*



# POR FALTA DE CONOCIMIENTO LEGAL ESTUVE A PUNTO DE PERDER MI FRANQUICIA Y MI LIBERTAD

Las franquiciadoras y franquiciatarios se topan con un gran reto, el de no cometer errores en sus organizaciones y lograr que otros tampoco los cometan.

Deviene de una tarea nada fácil, y que ha de traducirse en un control estricto de sus clientes para que cumplan con la legalidad, no se involucren en problemas y a su vez no los arrastren a dichos contratiempos.



**E**n los últimos años ha surgido una tendencia a que las PYMES tengan programas de prevención y detección de contingencias. En México son cada vez más los empresarios que acuden a expertos legales pero todavía hay muchos que no solicitan esos servicios porque piensan el clásico “a mí no me va a pasar”.

En nuestra época, debido a la globalización y avance en las actividades comerciales, el modelo de negocios de franquicias puede ser objeto de oportunidad para la delincuencia organizada y darle la posibilidad de mezclar ingresos provenientes de actividades ilícitas con el propósito de disfrazar su verdadero origen como se detalla a continuación:

Rodrigo Pérez (*los datos, fechas y nombres son distintos a los reales con fundamento en el artículo 36 de la Ley Reglamentaria del artículo 5º Constitucional*) es una persona honesta, casado y con un hijo, que vive en la Ciudad de México. Él llevaba trabajado desde el inicio de su vida laboral en una empresa líder en el sector de salud, nutrición y bienestar.

En dicho trabajo logró ahorrar una cantidad significativa, ya que su sueño siempre fue el de invertir en un negocio para poder ser independiente, obtener mayores ingresos y tener más tiempo para disfrutar de su familia; por lo que investigó y decidió invertir en una franquicia. Para ello escogió una empresa 100% mexicana que nació en 2013 e inició franquicias en 2017, con un posicionamiento de 162 sucursales en 13 estados de México; con un retorno de inversión de entre 24 y 36 meses, teniendo un punto de equilibrio a partir de cuarto mes. Para el momento de firmar el contrato y pagar la cuota inicial y demás gastos relacionados con la puesta en marcha de su franquicia, tomó dos decisiones: la primera fue renunciar a su trabajo de toda la vida porque necesitaba el tiempo para atender dicho negocio, y la segunda fue realizar todos los pagos en efectivo porque sus personas de confianza así se lo recomendaron y al franquiciante también le convenía, para así supuestamente ahorrarse el pago de impuestos y sus costos fueran más bajos. Al cabo de los meses su negocio

rindió frutos, todo iba viento en popa, le dedicaba cierto tiempo a la operación de su negocio, tenía buenos ingresos y disfrutaba de su familia. Pero un día recibió una notificación de observaciones derivado de una revisión electrónica que el Sistema de Administración Tributaria (SAT) le había realizado, informándole que existía una discrepancia fiscal entre sus ingresos y sus egresos, es decir, gastaba

más de los ingresos que tenía, por tanto, existía para la autoridad una omisión de pago de impuestos. Rodrigo consultó con su contador y tomaron la decisión de proporcionar información y documentación para desvirtuar las irregularidades observadas por la autoridad, pensando que con ello se resolvería esa situación; pero no, la autoridad le requirió más datos y a su vez le pidió



**Víctor Guzmán**

Consultor y Asesor Legal, Socio de Guzman Legal Group

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Nuestra asesoría es multidisciplinaria e integral, permitiéndonos ofrecer soluciones en varias materias, dando un valor agregado en el trato personalizado, potencializando el crecimiento y competitividad de nuestros clientes por nuestra constante innovación.

información al franquiciante (como tercero). A los 6 meses Rodrigo recibió una determinación definitiva de un crédito fiscal por pagar; paralelamente, recibió un citatorio de una carpeta de investigación donde el Ministerio Público de la Federación le solicitó su comparecencia para entrevista, respecto de la investigación de hechos presuntamente constitutivos de los delitos de lavado de dinero y defraudación fiscal que se estaba llevando a cabo en su contra; ante lo cual lógicamente tenía que presentar diversa documentación contable/fiscal para desvirtuar su probable responsabilidad por los hechos que se le imputaban. Rodrigo estaba muy preocupado, no podía ni dormir y se quería olvidar de su negocio, pero no lo hizo;

no iba a tirar por la borda todos sus ahorros, esfuerzo y posiblemente su libertad, por lo cual estuvo buscando opciones y acudió con nosotros, *Guzman Legal Group*, para asesorarlo y solucionar su problema. Le presentamos una solución acompañándolo de la mano en todo su proceso, lo cual sirvió para ganarnos su confianza por lo que Rodrigo recuperó su paz, se encuentra correctamente asesorado y su negocio se ha potencializado: ya tiene 5 sucursales más. Gracias al acercamiento que tuvimos Rodrigo se dio cuenta de la experiencia que tenemos en diversas materias jurídicas por lo que hoy en día somos sus aliados estratégicos legales.

Con este caso podemos ejemplificar la importancia de estar correctamente asesorados por una buena firma como la nuestra, con servicios profesionales de consultoría que tiene capacidad y responsabilidad, y no por terceras personas como lo pueden ser los amigos que dicen saber, pero al momento que hay problemas ya no están para apoyarte.

### LA IMPORTANCIA DE MINIMIZAR EL RIESGO

Te voy a explicar de manera sencilla los errores que tuvo

## NUESTRA HISTORIA

Guzman Legal Group es una de las firmas legales de servicios integrales líderes en México. Establecida en 1977, cuenta con 45 años de experiencia asistiendo a sus clientes con valores de ética, honestidad, calidad, profesionalismo y enfocados en resultados de éxito. En su inicio se atendieron asuntos corporativos, especializados en materia administrativa y fiscal; posteriormente, debido a los requerimientos de nuestros clientes se ampliaron las áreas de práctica y especialización de la firma en materia financiera, fiscal-penal, civil, constitucional y mercantil. Con ello la especialización y el desarrollo de cada área de práctica profesional de nuestra firma se complementa para ofrecer un servicio exhaustivo. Conformada por un grupo selecto de profesionistas expertos que cuentan con grados de doctorado, maestría y especialización en sus respectivas áreas de práctica.

Rodrigo y que regularmente suelen suceder por culpa del desconocimiento. Rodrigo, una persona común y corriente como tú y como yo, sin dedicarse a una actividad ilícita, manejó su negocio de una forma incorrecta, pues resultó que el SAT detectó en su sistema la omisión de pago de impuestos, pero al llevar a cabo una investigación más a fondo de la información proporcionada por Rodrigo y su franquiciante, detectó una actividad vulnerable y uso de efectivo, por lo que envió la información a la Unidad de Inteligencia Financiera y esta a su vez presentó una querrela en la Fiscalía General de la República por la posible comisión de hechos presun-

Egresado de la Escuela Libre de Derecho y con una maestría en Derecho Fiscal y Administración Tributaria por la Universidad Anáhuac, Víctor es un líder profesional, comprometido, innovador, visionario y proactivo, con una sólida trayectoria de 10 años en las áreas constitucional, tributaria y administrativa. Preparado para enfrentar nuevos retos y siempre con una alta orientación a resultados, posee una alta capacidad para crear, integrar y dirigir equipos de trabajo eficientes y comprometidos con la calidad, así como para lograr trabajo en equipo colaborativo entre diversas áreas de la organización.



tamente constitutivos de los delitos de lavado de dinero y defraudación fiscal.

La franquicia es un tipo de negocio muy noble ya que no solo genera utilidades a quien lo adquiere, sino que también le da regalías al que la vende y aunado a eso genera fuentes de empleos, pero ¿cómo funcionan las franquicias? En términos generales nacen cuando un empresario, comerciante o prestador de servicios ha logrado el éxito que buscaba y quiere dar el siguiente paso, compartir, vender

los conocimientos y experiencia sobre su negocio. Esta mancuerna funciona ya que el franquiciatario tiene derecho al uso de marcas, patentes, imagen y el consejo del franquiciante para llegar a objetivos económicos ciertos, esto a cambio de una cantidad de dinero determinada y formalizada en un contrato. Es un negocio con muchísimas ventajas y probablemente más seguro que otros emprendimientos independientes, pero como cualquier negocio es susceptible en ocasiones de

encontrarse con personas que no son en realidad quienes dicen ser, ni se sabe de dónde provienen los ingresos con los que se adquiere y opera la franquicia; esto lo ocupan como una compañía de fachada, que es una entidad que está legítimamente incorporada y participa, o hace ver que participa, en una actividad comercial legítima, pero esta actividad comercial sirve primeramente como una máscara para el lavado de activos y que se mezclan los fondos ilícitos con sus propias rentas lícitas. Tomemos en cuenta que un delincuente no es quien da la cara, son terceras personas (físicas o morales) las que aparentan ser las propietarias, y otras son las beneficiarias finales. Es de extrema importancia que las PYMES no se sitúen o se vean involucradas con otras empresas que estén en la lista negra del SAT, y para eso es necesario que tengan un aliado que los apoye en mantener el orden de su empresa en temas jurídicos fiscales, financieros, administrativos, entre otros.

Por ello, es importante implementar en todo tipo de negocio manuales para minimizar este riesgo, y así evitar tener contingencias como las que tuvo Rodrigo, para poder tener una base de certeza y seguridad sobre la honorabilidad de las personas con quienes se está negociando.

Los programas y manuales de prevención de lavado de dinero y otros temas no significan interrumpir la labor del área de operaciones de una empresa, por el contrario, se trata de establecer medidas que permitan a los actores de la entidad estar atentos a las actividades del cliente y de minimizar cualquier contingencia que pueda existir; tenerlos es una ventaja que a futuro no solo permite prevenir la vinculación con el delito de lavado de dinero, sino que además provee herramientas para ofrecer correctamente sus productos con sus respectivos requerimientos y necesidades.

Las franquicias, así como cualquier otro modelo de negocio, son vulnerables de ser utilizadas para actividades ilícitas, sobre todo si no se está correctamente asesorado y toman las medidas preventivas de posibles contingencias acerca de las personas con las que se hacen negocios. Para esto, recomendamos a las PYMES que se asesoren con nuestra firma e implanten un programa de prevención de contingencias, entre ellas el lavado de dinero, antes de que se manifieste un problema mayor donde tengas que invertir mayor tiempo, recursos económicos y perder su tranquilidad.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Nuestra firma está consolidada como un corporativo jurídico en el distrito de Santa Fe en la Ciudad de México, y es líder en protección de datos personales, protección fiscal, derechos humanos y prevención de lavado de dinero. La constante práctica profesional atendiendo a nuestros clientes nos ha llevado a tener un profundo conocimiento de la realidad, las tendencias del comercio y de la industria, desarrollando innovadoras y oportunas soluciones integrales, así como implementando la cultura de prevención con estrategias globales para brindar soluciones adecuadas, evitando que nuestros clientes incurran en gastos innecesarios y situaciones no deseadas, reconociendo sus necesidades y la importancia de contar con una asesoría efectiva, puntualizada y enfocada a resultados de éxito.





**GUZMAN**  
LEGAL GROUP  
CONSULTORES Y ASESORES LEGALES

# TUS ASESORES DE CONFIANZA

**BÚSCANOS, ESTAMOS  
PARA APOYARTE**  
Menciona este artículo  
para obtener un beneficio

[www.glg.mx](http://www.glg.mx)  
[victor@glg.mx](mailto:victor@glg.mx)  
55-7095-0449  
55-7090-9646

 [GuzmanLegalGroup](https://www.facebook.com/GuzmanLegalGroup)  
 [tusabogados](https://www.instagram.com/tusabogados)



# EL FUTURO DE LA FRANQUICIA; Y LA FRANQUICIA DEL FUTURO

A casi cinco décadas de su existencia como la gran figura de los negocios, la Franquicia pasea su grandeza, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de las economías en todo el mundo y como el exitoso eslogan de una conocida marca: “... y sigue tan campante”.



**E**n el mundo globalizado de hoy, en la «Aldea Global», una figura con los blasones que distinguen a la franquicia se debe constituir en un orden superior y, más allá de ser un modelo de negocios comercializable, es, como lo denominé desde hace más de una

década en mi ensayo jurídico: «Evolución de la Franquicia en México», “un SISTEMA INTEGRAL DE CONTROL DE GESTIÓN, aplicable tanto a las franquicias comerciales, como a las sociales e institucionales; en síntesis: el propósito primario «NO ES HACER PARA VENDER», como pareciera ser el espíritu

que, con una visión limitada y de corto plazo, equivocadamente, se ha impuesto por algunos actores de la industria, a lo largo de los avatares de tan singular figura, en el país, sino «CREAR PARA DESARROLLAR», y por consecuencia expandir un negocio; tal es la esencia y verdadera razón de ser de la franquicia.”





La creciente globalización de los mercados y la internacionalización del sistema de *franchising* manifestada en nuestra etapa actual han motivado la preocupación de intentar una sistematización de la figura en cuatro aspectos fundamentales: i) el carácter constitutivo que hace a su naturaleza jurídica, ii) su registro formal, iii) la actividad comercial y iv) su vinculación con normas de la Propiedad intelectual en su conjunto.

En este contexto, se inscribe la necesidad de encuadrar jurídicamente el concepto de franquicia, que no obstante su importante contribución en el Producto Interno Bruto de México, no ha logrado su acta de identidad legal plena, en la vida jurídica del país.

Si tratamos de definir la franquicia por el método aristotélico de “género próximo” y “diferencia específica” nos encontramos con que es un instrumento donde se establecen derechos y obligaciones, como ocurre en la generalidad de los documentos de naturaleza contractual; esto es: su identidad como “género próximo” está en el concepto formal y material del contrato. Respecto a su “diferencia específica”, esta se encuentra en sus propias particularidades, como son:

i) Que es un contrato para desarrollar un modelo de negocio.

ii) Que no es inamovible por lo que determinan sus cláusulas, sino que por su misma esencia y los elementos intelectuales y comerciales que la integran, requiere de movilidad o innovación para adecuarse a las necesidades del mercado sin alterar las bases de derechos y obligaciones concertados.

Por lo tanto, no es exagerado calificar a la franquicia como un catalizador, como un elemento que transforma sin transformarse en su estructura original. En conclusión, su “género próximo” es el contrato y las características de su vida propia su “diferencia específica”.

#### I

En México la franquicia es considerada dentro del marco de la Ley Federal de Protección a la propiedad industrial, sin embargo, no está regulada en el ordenamiento jurídico general, por lo que es necesario que este acuerdo comercial o pacto de voluntades quede definido dentro de las normas imperativas del orden público, las buenas costumbres, la buena fe comercial, y dentro de criterios prudenciales que la distinguan.

“México se encuentra en el umbral histórico de aportar al mundo su definición conceptual y

regulación legislativa sobre el contrato de franquicia y los elementos que la conforman”.

*“La Franquicia significa un modelo educacional en la formación de capacidad competitiva, puesto que la Franquicia es en su esencia, un sistema integral de control de gestión en las actividades de producción con productividad”.*

Entrecomillo uno de los párrafos correspondiente al primer ensayo que, sobre la Franquicia, escribí hace más de una década; documento que sustentó la confección de una Iniciativa de Ley que fue presentada en la LXI Legislatura de la Cámara de Senadores del Honorable Congreso de la Unión en el año 2011; aprobada en Comisiones; votada por el Pleno; y enviada como Proyecto de Ley, en calidad de minuta, a la Cámara de Diputados para su prosecución legislativa.

De siempre he sostenido que la Franquicia es el modelo de negocio, dentro de los que existen, con mayor incidencia en la producción, productividad y generación de empleos, incluyendo el autoempleo, en la economía del país. Por su propia connotación o significado asociativo, sus características jurídicas de concertación contractual y por su regulación jurisdiccional mercantil, es en

sí un acto de comercio que debe adquirir calidad jurídica y formar parte del artículo 75 del Código de Comercio.

Si la Franquicia existe cuando se integra por dos entidades cuya función es i) comercializar: franquiciante y franquiciatario; ii) que celebran un contrato que conlleva derechos y obligaciones recíprocas; iii) que tiene reconocimiento por inscripción legal ante institución oficial federal y sus conflictos se dirimen en el contexto del derecho mercantil, puesto que su función es la especulación comercial, la Franquicia es definitivamente un acto de naturaleza comercial.

*“En caso de duda... —inicia el último párrafo del artículo 75 de Código de Comercio— ...la naturaleza comercial del acto será fijada por el arbitrio judicial...”.*

Cuando la ley está bien escrita y descrita, debe dejar las menos dudas al juzgador; y aquí está el gran compromiso social, político y económico de la actual dirigencia de la Asociación Mexicana de Franquicias: contribuir a

que el legislador ubique la Franquicia, respecto al juzgador para su entendimiento, por criterio y no por arbitrio, como Acto de Comercio.

Un somero análisis de la descripción gramatical que hacen los artículos del 245 al 249 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, hacen ver que la Franquicia está redactada respecto a lo que puede ser y no a lo que es en su valor teleológico; a su finalidad y objetivo.

## II

La Ley de Propiedad Industrial de 1991 derogada por la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 2020, hizo un cambio: cambió el artículo 142 y sus adverbios numerales al artículo 245 al 249 en secuencia ordinal, que literalmente reproduce el mismo contenido. En la actual ley, la Franquicia sigue siendo una entidad sin identidad específica en la realidad efectiva jurídica; su redacción no abarca el total de sus componentes, puesto que de suyo la Franquicia se ensambla con figuras de la propiedad intelectual en su conjunto, tales como:

De la propiedad Industrial  
De los Derechos de Autor  
De Derechos Conexos  
De nombres de Dominio

Es evidente que los Poderes de la Unión no han considerado la cuádrivia que conforma la Franquicia, los cuatro grandes jugadores que participan en el crecimiento y desarrollo del país:

- 1) Franquiciantes,
- ii) Franquiciatarios,
- iii) Proveedores y
- iv) Consumidores.

Por dar un punto de partida, cuando se publicó en la Gaceta Oficial la Ley de la Propiedad Industrial en 1991, su reglamento se expidió en 1994 modificando indebidamente e ilegalmente el contenido de esta ley. Posteriormente, de nueva cuenta, con la publicación de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, en 2020, el artículo Cuarto Transitorio, que dispone la expedición del reglamento correspondiente, hasta el momento, en 2022, si bien está en estudio, sigue en pendiente y en aplicación el mismo reglamento anterior que incluso en algunos aspectos no encuadran con la ley vigente.

Para nada debe preocupar que el Poder Ejecutivo no



## Dr. Eduardo Poblete

Socio Fundador y Director Ejecutivo de Poblete Consulting Group

haya aún reglamentado una ley para darle procedimentalidad a las disposiciones legisladas; ni que el Poder Legislativo desconsidere aspectos sustanciales de una entidad esencial del crecimiento y el desarrollo creándola sin darle una identidad propia; ni si el Poder Judicial asume criterios que no acaban de definir las indefiniciones del legislativo y el ejecutivo; lo que debemos hacer es ocuparnos como gremio, liderados por la Asociación Mexicana de Franquicias, de proponer, impulsar, y alcanzar la solución real de lo que debe ser la Franquicia. A los legisladores les vendría bien debatir e incluso rebatir con los expertos del sector de las franquicias el tema, puesto que a casi cuatro

décadas de que se llevó a cabo la primera conferencia sobre Franquicias en México, expresamente en Guadalajara, que acunó a la Asociación Mexicana de Franquicias, y siendo tan importante esta figura comercial integrada a los circuitos económicos del aparato productivo nacional, aún no esté conceptualizada expresamente como Acto de Comercio.

*“Dicebamus hesternae die”, “Como decíamos ayer...”*, recordando las palabras de Fray Luis de León, después de una larga ausencia de su Institución: “...No se puede concebir a la franquicia tan solo como un acuerdo comercial contractual, donde con conceder el uso de una marca registrada o en trámite de registro, transmitir el *know how*, informar (someramente) sobre el estado que guarda el otorgante de la marca y proporcionar una circular de oferta de franquicia, ya agotó su cometido”. Así lo expuse desde aquellos tiempos.

Como es evidente, es tarea de la Asociación Mexicana de Franquicias integrar un banco tecnológico de información sistematizado, actualizado y que pueda

## NUESTRA HISTORIA

Para Poblete Consulting Group® el mundo de la empresa y los negocios son un universo, y como todo universo su armonía se rige por leyes. Con esta convicción, como abogados y consultores, somos reconocidos en el ámbito de los negocios por nuestro conocimiento altamente especializado del marco jurídico en que nace, se desarrolla y crece la empresa.

Nuestro *expertise* en las leyes, normas, reglas procedimentales, disposiciones reglamentarias y acuerdos regulatorios de los aspectos fundamentales del derecho, más sus variantes y variables, de que depende la vida, trascendencia y supervivencia de las empresas, en el ámbito nacional e internacional, nos ubican como consultores legales y de negocios altamente especializados en franquicias, propiedad intelectual, derecho comercial y empresarial corporativo, líderes en el mercado nacional e internacional. La oficina corporativa de la firma se encuentra ubicada en la Ciudad de México, nuestro centro nacional de operaciones en la Ciudad de Xalapa, y contamos con oficinas en las ciudades de Puebla, Puerto de Veracruz y Panamá. Somos parte de una red de abogados en México y el extranjero, lo que nos permite brindar servicios integrales y una cobertura nacional e internacional.

ser confrontado con las eventualidades e imprevistos que ocurran como ahora en el caso de la pandemia, para tomar las medidas pertinentes que preserven los intereses de los agentes económicos que conforman la Franquicia y los intereses del Estado, para mantener la armonía que debe prevalecer entre gobierno y gobernados. Los legisladores, junto con los expertos del sector de las Franquicias, tienen un compromiso trascendental para solventar la asignatura pendiente; constituir la Franquicia como Acto de Comercio.

### ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

25 años de experiencia y prestigio internacional, con presencia y liderazgo local, marcan la diferencia.

Somos Poblete Consulting Group®; garantía de éxito.

Doctor en Derecho y Asuntos Internacionales, es experto en Franquicias, Propiedad Intelectual y *Compliance*. Ejerce como abogado transaccional, árbitro y mediador privado certificado. Durante sus 25 años de experiencia ha desplegado su actividad profesional en doce países de Iberoamérica. Ha formado parte del comité de expertos que redactó la iniciativa de ley de franquicias de la República Argentina; fue miembro del comité internacional que investigó y redactó la Norma Técnica de Franquicias de la República de Colombia y la de República Dominicana. Ha sido el principal promotor e impulsor de una ley de franquicias en México. También se desempeña actualmente como Coordinador de la Comisión de Asuntos Jurídicos, Legislativos, y de Solución de Controversias de la Asociación Mexicana de Franquicias.

### III

Los distintos modelos de negocios, a lo largo del tiempo se han adaptado a las circunstancias pasando de estructuras elementales a sistemas sofisticados; los sistemas sofisticados se depuran y nacen los modelos innovadores. Naturalmente todos tienen sus virtudes y han probado su eficacia, o no, de otra manera tendrían presencia en el mercado; sin embargo, uno de entre todos ha dejado su huella desde tiempos inmemoriales y mantiene su presencia hasta la actualidad: el modelo de negocio de Franquicia. Dentro de sus cualidades, al suscribir el contrato de Franquicia, se cuenta con que:

El concepto ya tiene presencia pública y éxito.

Cuenta con el respaldo de la empresa franquiciante para su desarrollo como empresa franquiciada.

Tiene clientes que conocen la marca antes de abrir el negocio.

Sin embargo, hoy lo que sabemos por el artículo 245 de la ley correspondiente es lo mismo que sabíamos de lo que decía el artículo 142 antes de la reforma: *“Habrá Franquicia cuando...”*; pero a la Franquicia se le mantiene sin cruzar el umbral que como figura comercial le corresponde.

### IV

Originalmente propuse que se emitiera una ley sobre Franquicias y que como tal se incorporara dicha figura comercial al Código de Comercio como Acto de Comercio. La reforma actual no modifica el mismo criterio sostenido en aquel entonces. Como ejercicio de contextualización, diríamos:

- 1) No podría dudarse que la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, en sus artículos del 245 al 249, trata y habla de la Franquicia en su relación al comercio, sin embargo, no la regula como acto comercial.
- 1) En cambio, el Código de Comercio regula la legislación mercantil mexicana en una codificación que integra la regulación sustantiva y adjetiva mercantil.

Por lo tanto, la Franquicia debe estar en el Código de Comercio como un Acto de Comercio dado su carácter de actividad de especulación comercial. Lo dije antes y lo reitero ahora: “la Franquicia por su ubicación y repercusión en la economía debe cimentarse jurídicamente tanto en su aspecto formal como material para dejarla clara, concisa, eficaz, con precisión; y para que corresponda realmente a los intereses sociales y que estos

intereses estén protegidos dentro de un principio de legalidad, transparencia, y seguridad jurídica”.

“Está fuera de discusión que una economía de libre mercado le dé ventajas a quien sabe hacer negocios y obtener beneficios permitidos por la ley; el riesgo es que en el libre mercado se pueda generar un desequilibrio sustancial en el ejercicio del poder económico y de negociación, cuando del contenido de la propia ley y de la función de sus órganos de jurisdicción se derivan potenciales ventajas hacia la capacidad económica y de poder de mercado de una de las partes y la otra carece hasta de voz colectiva u organizada y sin ese poder de mercado económico o político para defender sus derechos”.

Entre franquiciante y franquiciatario no debe haber asimetría en sus derechos y obligaciones; esto es: ventajas desproporcionadas de uno sobre el otro; los proveedores que sirven a ambos deben contar con mínimos de seguridad respecto a posibles conflictos entre franquiciante y franquiciatario; y los consumidores deben ser un renglón que no debe soslayarse cuando la autoridad jurisdiccional resuelva las controversias que puedan presentarse.

Los cuatro grandes jugadores que constituyen el engranaje del mecanismo denominado franquicia, deben estar en la mente del juzgador cuando de dirimir un controvertido se trate, puesto que la afectación de sus decisiones impactará directamente en la economía del país.

Definitivamente una ley se concibe recogiendo el reflejo de la realidad social; en otras palabras, se crea la norma para esa realidad que se vive y debe ser proporcional a la necesidad para la que fue creada. Si la ley que se emite no corresponde

a la realidad del ente jurídico que debe regular ni en modo ni en tiempo, no puede garantizar los intereses de la sociedad, por lo que tampoco podrá ordenar el devenir social ni asegurar legalidad, armonía y paz.

Tenemos ley, aun cuando es imprecisa; promovamos que se incorpore al Código de Comercio para darle lugar preciso en la legislación, y adquiera configuración de Acto de Comercio; tenemos tiempo en lo que discuten los legisladores la confección del Reglamento de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial

## NUESTRA ACTUALIDAD

A lo largo de nuestra historia hemos desarrollado una visión sistémica, global, esférica de la naturaleza de la empresa; por lo que, para cada uno de los aspectos que la rigen y la rodean contamos con abogados y consultores especialistas altamente calificados.

Convencidos como estamos, de que las leyes mantienen la armonía del universo que es la empresa, con nuestra experiencia en todos los factores sociales, políticos y económicos que la circundan e integran, su empresa está Protegida, Crece y Gana.



## ¡NUESTRA EXPERIENCIA MARCA LA DIFERENCIA!



### • CONVERSIÓN

Convertimos tu negocio en una franquicia de éxito

### • EXPANSIÓN

Llevamos tu marca a mercados nacionales e internacionales

### • ADQUISICIÓN

Te asesoramos para que adquieras de manera segura la franquicia o negocio de tus sueños

### • BLINDAJE

Asesoría y blindaje en materia jurídica empresarial y de propiedad intelectual

### » Expansión de Negocios

» Manuales de Operación

» Planeación Estratégica

» Adquisición y Desarrollo de Franquicias

» Registro de Marcas

### » Derechos de Autor

» Estrategia de Confidencialidad

» Contratos

» Defensa y Protección de Derechos


☎ 55.75.83.96.29 ☎ 228.454.00.25

pobleteabogados.com | contacto@pobleteabogados.com



# ¿CÓMO CAPACITAMOS HOY?

En la Edad Media, en la Revolución Industrial y en tiempos modernos se capacitaba con el mismo proceso: un empleado u obrero (previamente capacitado) entrena al que lo substituiría en su propia función.



**E**n la antigüedad había un sistema de aprendices supervisados por un maestro y de esta manera aprendían un oficio; la paga era el alojamiento y la comida. Los artesanos, por ejemplo, empleaban a otros artesanos que después de un tiempo de aprendizaje se convertían en maestros artesanos. Este proceso se sigue utilizando en la actualidad con algunas variables. En principio parece un sistema efectivo, es económico (relativamente) y al menos en apariencia es eficiente. En realidad, este tipo de enseñanza o capacitación tiene serias desventajas:

- La transmisión de errores
- La transmisión de vicios
- La NO certeza de la información transmitida
- La NO certeza de contaminación

¿Cómo han resuelto la necesidad de capacitación las franquicias actualmente?

- Creando equipos de apertura: se envía a una o varias personas a transmitir el conocimiento en el lugar de la apertura.
- Algunas franquicias han creado centros de capacitación a donde los franquiciatarios asisten a entrenarse.
- Soporte en el sitio: el franquiciatario tiene un grupo de supervisores que asisten

a la franquicia a revisar que se estén llevando a cabo todos y cada uno de los procesos que aparecen en los manuales.

- Capacitación por parte de los directivos de la marca.

En términos generales, las franquicias recurren a la capacitación presencial. ¿Por qué lo hacen?

- 1.** Resistencia tecnológica
- 2.** Visión de corto plazo
- 3.** Altos costos iniciales
- 4.** Desconocimiento
- 5.** Cambios en la organización

¿Existen otras herramientas que ayuden a la capacitación? Aquí aparece el *e-learning*; nombres nuevos para

resolver problemas viejos. El *e-learning* se refiere al aprendizaje a distancia por medio de herramientas tecnológicas, entre las que se incluyen: internet, intranets, correo electrónico, Web 2.0: redes sociales, blogs, sitios de alojamientos de videos como YouTube, inteligencia artificial (IA), computación cuántica, entre otros. ¿Por qué utilizar *e-learning*?

- Porque el usuario no está limitado por su situación geográfica.
- Porque permite a una franquicia o negocio ofrecer soporte eficiente en el área de capacitación.

- Porque permite aplicar exámenes de conocimientos a distintos miembros.
- Porque permite dividir la capacitación por niveles.
- Porque es actualizable de manera remota.
- Porque es versátil en su manejo.
- Porque es relativamente simple su implementación.
- Reducción de costos.

#### ¿FUNCIONA EL E-LEARNING EN UNA FRANQUICIA?

Sí, pero depende de la franquicia, del uso y de la expectativa. Los sistemas de *e-learning* están pensados para enseñar, no para

capacitar. Los conceptos de educación y capacitación son parecidos, pero no son iguales; se parecen en que ambas actividades tienen como fin la transmisión de conocimientos pero hay una diferencia de fondo: la educación busca que la persona aprenda, la capacitación busca que la persona incremente su productividad realizando las acciones que a juicio de la empresa son necesarias. En no pocas ocasiones en la educación formal o académica el aprendizaje teórico tiene más importancia que el aprendizaje práctico. El proceso de educación suele ser más profundo y a más largo plazo que la capacitación; el proceso de capacitación busca ser eficiente en tiempo y contenido. Por ejemplo: si tienes un operador de una cafetería, quieres que pueda manejarla adecuadamente y ofrezca a sus clientes los productos y servicios que ha incluido en su promesa de venta. Deseas que pueda dar el servicio con niveles óptimos de calidad (determinados por la marca y/o la gerencia de operaciones). Posiblemente quieras también que realice una serie de actividades antes de iniciar y al finalizar el servicio. Todo lo anterior encaja en el concepto de un sistema



**Andrés Coste**

Director General de Tiendas Asturiano®-Alamano®



de capacitación. Ahora, si deseas que una persona defina el tipo de máquina que va a utilizar, calcule el ROI del proyecto, diseñe las políticas de atención y analice el comportamiento del mercado y en consecuencia responda creando nuevos productos, estamos hablando de un proceso educativo, que bien puede durar varios años... ¿Qué necesitas, qué prefieres?

Las herramientas de *e-learning* se deben hacer sobre un CMS (*Content Management System* o Sistema de Administración de Contenidos), o siendo más precisos sobre un LMS (*Learning Management System*). Esto es un software que administra la gestión de la educación. Te permite organizar los contenidos que vas a ofrecer y quiénes pueden verlo; también puedes saber quiénes entran, quiénes responden un cuestionario... las posibilidades son realmente grandes, pero tienen algunas necesidades por parte de la empresa: se requiere que el usuario aprenda a utilizar la herramienta. En realidad, en muchas universidades a distancia se ofrece un curso propedéutico

de hasta cuatro meses para que los aspirantes entiendan el uso de la herramienta, esto no tiene ninguna importancia si la carrera que van a estudiar dura 4 años, pero si usted requiere un personal capacitado, es muy probable que no quiera esperar cuatro meses para que entienda el uso de su sistema de capacitación.

### EL APRENDIZAJE CONSTRUCTIVISTA

La idea de un sistema de *e-learning* es que el estudiante pueda “construir el conocimiento” por medio del estudio de la los datos y la interacción en distintos foros, wikis, sitios de acceso libre a la información mediante la acumulación voluntaria de saber. Es una actividad que realmente funciona para los fines que fue creada, pero evidentemente requiere tiempo y que uno o varios administradores —el facilitador o maestro— den seguimiento continuo a la plataforma; esto no es práctico en muchas organizaciones, el punto medular es que los LMS están diseñados para funcionar bajo este esquema, por lo tanto, cuando planea su curso TIENE que hacerlo considerando estas

## NUESTRA HISTORIA

Asturiano® / Alamo® surgió en 1997 y a lo largo de nuestra trayectoria nos hemos convertido en una marca con gran experiencia en el desarrollo de exitosas tiendas de conveniencia, asentándonos en todo tipo de mercados y zonas, lo que nos ha permitido adquirir un alto nivel de conocimiento en las operaciones de distintos formatos de negocios y tipos de tienda. Nuestro objetivo es claro: ser la cadena de tiendas de conveniencia más rentable y con el mayor crecimiento y reconocimiento en todo el sector, tanto en las tiendas de conveniencia como en el sector franquicia. Siempre comprometidos con ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de compra, apoyándonos en un constante proceso de innovación y desarrollo de nuestros sistemas de gestión de calidad.

En la actualidad contamos con más de 350 sucursales y seguimos en un constante estado de crecimiento para así ser considerados como sinónimo de solidez y confianza. Las tiendas de conveniencia en México son una gran opción de negocio, siendo considerado como uno de los sectores con mejor ritmo de crecimiento (más del 50% desde el año 2009). En tiendas Asturiano®/Alamo®, hemos sabido hacernos de un espacio en este mercado tan atractivo y competido, no solo teniendo presencia en la mente del consumidor, sino que hemos logrado un éxito considerable gracias a nuestras fortalezas.

Como parte de su formación académica estudió Administración de Empresas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y Monash University. Tiene un MBA por la Universidad Anáhuac y cursos de posgrado en IPADE. Ha participado con Grupo Asturiano (hoy parte de Grupo PERC) desde el año 2010. Entre sus logros están el crecimiento sostenido de la empresa, pasando de 71 tiendas en 2015 a más de 350 tiendas en 2022.

Bajo su dirección Tiendas Asturiano® entra en una nueva etapa de crecimiento, ahora bajo el esquema de franquicias, siendo la única franquicia de tiendas de conveniencia multimarca en el país.





herramientas. Lo anterior no son desventajas de un sistema, simplemente es una descripción de las funciones para las que fue diseñado el *e-learning*. Si tu franquicia está pensando en dar un programa con un nivel de complejidad tal que requiera de estas herramientas, se verá recompensada en su uso. Por ejemplo, representas a una franquicia contable o una franquicia de clínicas dentales donde puede ser

necesario un proceso de actualización altamente especializada, entonces un sistema de *e-learning* te funcionará a la perfección, puedes dar una actualización de muy alto nivel y contar con retroalimentación, ejercicios de comprensión, foros de discusión y debate, documentos oficiales y un largo etcétera. Pero normalmente no es así. Actualmente los negocios cuentan con un elevado nivel de rotación y

requieren de herramientas que permitan que el nuevo personal comprenda las necesidades del negocio, las generalidades de este y sus ocupaciones particulares y diarias... *e-training*, sin duda, es la opción.

### **LAS VENTAJAS DEL E-TRAINING**

El *e-training* está compuesto de cursos cortos que tienen como objetivo la actualización de conocimientos o habilidades en áreas sumamente específicas. Es un software utilizado como herramienta de capacitación que está apoyado en las nuevas tecnologías de la comunicación.

En Franquicias Asturiano®/ Alamano® actualmente contamos con un sistema *e-training* desarrollado por Grupo Concepto; este sistema está compuesto por diversos cursos con exámenes que nos permiten ver el avance de nuestros colaboradores. Universidad Virtual Asturiano (UVA) es una gran herramienta para nuestros franquiciatarios. UVA es una herramienta útil para capacitar a franquiciatarios a distancia y que, por su ubicación, pueden llegar a representar un alto costo para el corporativo;

### > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2019
- > SUCURSALES: 350 (AGOSTO 2022)
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$250,000.00 \*
- > INVERSIÓN TOTAL: \$2.2 MILLONES DE PESOS\*

- > REGALÍAS DE ASISTENCIA TÉCNICA: 4%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: 0
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 18-36 MESES
- > DURACIÓN DEL CONTRATO: 10 AÑOS.

\* +IVA

**UVa**  
Universidad Virtual Asturiano

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Asturiano®/Alamano® somos franquicia de tiendas de conveniencia, con más de 20 años de experiencia, más de 350 tiendas nos avalan, nuestras alianzas comerciales hacen de nuestra franquicia un negocio rentable.

Incluso es práctico con franquiciatarios de una misma ciudad. UVA cuenta con diversos programas de capacitación estandarizada que proporciona la misma información a cada uno de los franquiciatarios que conforman el Sistema de Franquicias. Con UVA ofrecemos un soporte tangible en el área de Asistencia Técnica a nuestros franquiciatarios y colaboradores; con información clara, precisa y oportuna. Nuestra Universidad Virtual en línea funciona como una adecuada herramienta de introducción e inducción a la franquicia y permite mostrar procesos operativos como: apertura y cierre de unidades, atención a clientes, operación de equipos, inventarios,

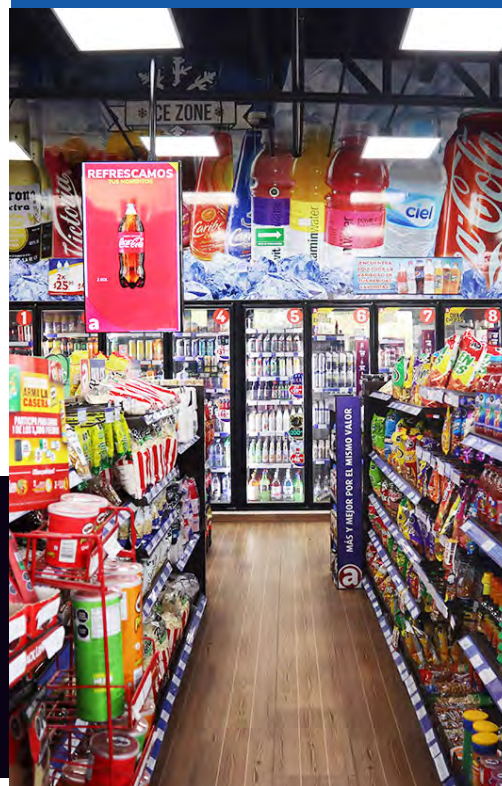
comportamientos deseables e indeseables, así como para ejemplificar la solución de problemas en situaciones específicas.

En términos generales, a través de UVA en Asturiano®/Alamano® capacitamos a más de 1,200 personas por año y alineamos valores y comportamientos de forma constante a más de 700 colaboradores por mes, además de desplegar comunicación de procesos con videos de inducción y entrenamiento garantizando. Asimismo brinda funcionalidad desde un celular, automatización, acceso inmediato a cualquier lugar, institucionalidad, contenido especializado, documentación y registro personalizado, actualización constante, ahorros en nómina de personal de capacitación y enlace con instituciones especializadas. De este modo en la franquicia nos comprometemos con la continuidad y uniformidad en la oferta de valor y rentabilidad que respalda a nuestras marcas y nuestro modelo de negocio mientras alcanzamos nuestras ambiciosas metas de crecimiento sostenido. ¡Así de fácil!

## NUESTRA ACTUALIDAD

Parte de nuestro éxito se basa en nuestro centro de distribución, el cual garantiza que cada tienda contará siempre con inventario disponible aún en circunstancias de crisis extremas. Somos expertos en la venta de cerveza pues contamos con convenios con las marcas más grandes y representativas, que son trasladadas directamente a los franquiciatarios; gracias a la tecnología de las cámaras frías con las que cuentan todas nuestras sucursales, aseguramos siempre tener la cerveza a la temperatura ideal. Otra ventaja es "Clase A", nuestra mezcla exclusiva de café de altura, de gran calidad y a un precio accesible, convirtiéndose en el favorito de nuestros clientes. Todas las franquicias que forman parte de la cadena Asturiano®/Alamano® cuentan con los estudios de diseño, movilidad interior e imagen, que logran que sean fácilmente reconocibles. Además contamos con servicios como pago de tiempo aire, ventas de accesorios de celular, pago de luz, teléfono, venta de tarjetas de apps y otros servicios, logrando así, crear un valor agregado y una mayor cantidad de afluencia diaria a cada una de nuestras tiendas.

Ofrecemos asesoría en la búsqueda del local; proyecto de remodelación; capacitación inicial para usted y su personal; apoyo de nuestro personal en todos los procesos; software administrativo; manuales de operación, traslado automático de condiciones comerciales. Una vez iniciada la operación tendrá apoyo continuo en soporte operativo, control de inventarios, reportes de servicio e innovaciones por parte del corporativo.



### > CONTACTO

Lic. Francisco Vargas

☎ 442 359 7535

✉ franquicias@tiendasaem.com

🌐 www.franquiciasasturiano.com



# CAMBIOS GENERACIONALES Y CONDUCTAS DE COMPRAS POSTPANDÉMICAS

A consecuencia de la COVID-19 muchas PYMES se vieron afectadas por su inestabilidad económica y estratégica, llevándolas al cierre definitivo. Dos años después nos planteamos la siguiente pregunta: ¿es seguro invertir en un nuevo emprendimiento?



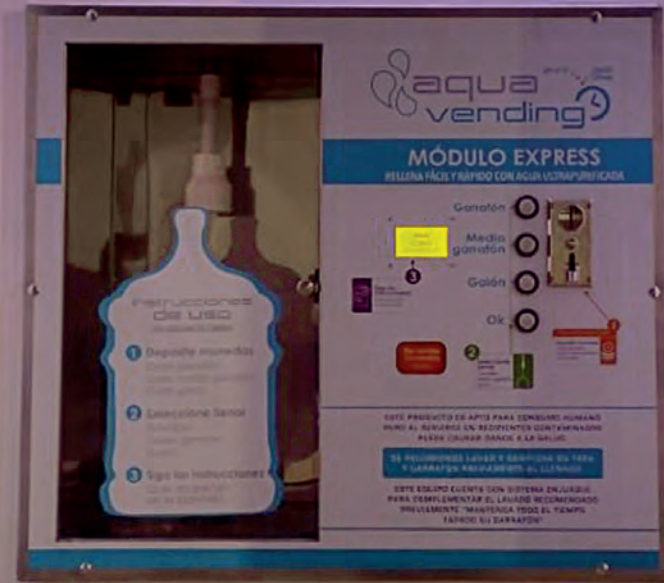
### **PANDEMIA, CAMBIOS GENERACIONALES Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD**

Es un hecho que el 2020 ha sido un parteaguas en varios aspectos, y durante los dos años posteriores hemos podido comprobarlo. En lo que respecta a los negocios, estos se vieron afectados por temas de macroeconomía y microeconomía. Las más afectadas fueron las PYMES que, al encontrarse muchas de ellas en una curva de aprendizaje en la que no podían permitirse el menor error, se vieron perjudicadas hasta su cierre. Otras que

ya habían pasado esta fase de aprendizaje se vieron trastocadas por no tener los recursos suficientes, tanto económicos como estratégicos. Pero no solo las PYMES, sino también los grandes corporativos —aquellos que plantean objetivos periódicos y que basan sus estrategias desde análisis FODA— nunca contemplaron entre sus amenazas la posibilidad de una pandemia. Por otro lado, el mundo no dejó de crecer, al menos generacionalmente. Cuando hablamos de generaciones actuales

nos viene a la mente los *millennials*: la generación de la inconformidad, del aprendizaje autodidacta y de las multitareas. También podemos decir que es la generación que busca mejores condiciones de trabajo, la que odia las rutinas y buscan la practicidad, tener más con menos.

Esta generación está comprendida por aquellos que nacieron entre los años 1982 y 1993, lo que significa que son personas entre 27 y 40 años de edad; esta es la generación que está desplazando a los *boomers*



## LA SEGURIDAD DE LAS FRANQUICIAS

Gracias a las nuevas generaciones y a las conductas de consumo postpandémicas, podemos hablar con seguridad de que el marketing digital ya no es una opción, sino que se ha convertido en una necesidad máxima. El emprendimiento es una acción importante para la economía de un país, según datos del INEGI en México hay más de 4 millones de PYMES, las cuales representan aproximadamente el 52% del PIB anual. “El 2020 fue el año de la supervivencia de los emprendedores mexicanos”, publicó *Forbes* en un artículo en el que menciona una caída histórica en las economías del mundo; en México, por ejemplo, el estimado es del 9%.

y a la generación X en los puestos estratégicos, administrativos y operativos de las empresas.

Cabe destacar que son los nuevos padres de familia, dieron a luz a la generación *centennial* y están dando vida a la última generación que son los alfa, individuos que están creciendo

actualmente siendo nativos de internet. Todos estos cambios están ocurriendo de forma simultánea y aunque parezca que no tienen relación entre sí, es todo lo contrario debido a las características de las generaciones que vienen empujando y a la forma en la que cambió el consumismo a raíz de la pandemia.

¿Qué ha cambiado desde el trágico 2020 hasta mediados del 2022? Indudablemente los hábitos del consumidor han tomado un nuevo cause: tras ser forzados a permanecer en casa, las personas se vieron en la necesidad de adaptarse a la situación y a buscar canales de compra *online*. Esto creó una conducta de compra que ya venía aconteciendo



**Lic. Pedro Macías Martínez**  
CEO AQUAClyva

por el cambio generacional, lo cual les cayó “como anillo al dedo” debido a su gran adaptabilidad, entendimiento y gusto por las nuevas formas.

### ¿ES CONVENIENTE INVERTIR EN ÉPOCA PANDÉMICA?

No hace falta mencionar las cifras históricas actuales de desempleo y cierre de negocios, icon tan solo voltear a ver tu círculo social o las redes sociales te podrás dar cuenta de que personas cercanas fueron parte de los desafortunados que se quedaron sin nada por las secuelas del coronavirus! Pero después de dos años del pico más alto de la pandemia, ¿es conveniente invertir en un nuevo emprendimiento? Recordemos que iniciar un emprendimiento propio pasa por varios ciclos, desde la introducción en el mercado, el crecimiento del negocio, su madurez, y el declive en el que se busca innovar para permanecer. Según expertos, todos estos ciclos ocurren dentro de los primeros cinco años, pasados estos se puede decir que es un negocio con altas probabilidades de permanecer en el mercado, pero la pandemia nos mostró lo

frágiles que pueden ser los nuevos emprendimientos; esto no significa que deba detenerse el crecimiento de las personas, pero sí nos debe llevar a pensar estratégicamente en cosas tales como dónde colocar sus esfuerzos capitales... y, a decir verdad, adquirir una franquicia es una decisión que te garantiza mayor seguridad en tiempos de incertidumbre. Una franquicia te brinda el respaldo de un negocio probado en el mercado, que experimentó todos los

## NUESTRA HISTORIA

AQUAClyva nace del deseo de brindar agua de calidad en cada rincón de la República Mexicana y más allá de las fronteras. Tras un legado empírico, en el año 2002 se fusionan experiencia y conocimientos para crear una empresa especializada en el ramo de la purificación de agua. AQUAClyva comienza a ofrecer un modelo de franquicia que brinda la oportunidad de emprendimiento de un negocio propio y altamente rentable, respaldado por la calidad de los equipos y productos, así como heredando el posicionamiento de la marca a cada franquicia, personalizándola para cubrir las necesidades de cada cliente de acuerdo con la ubicación de la filial. Buscando llevar esta oportunidad a más localidades, logramos expandir nuestra presencia en el continente americano y abrir sucursales comerciales en diferentes estados de la República Mexicana, consolidándonos como una opción de inversión segura.



Licenciado en Mercadotecnia y Publicidad con especialidad en habilidades directivas por la Universidad Mexicana, ha cursado varios diplomados en la Universidad del Valle de México con enfoque al desarrollo de competencias y gestión gerencial, dirección, liderazgo y gestión de calidad aplicada a procesos de producción y a la formación de equipos de alto rendimiento; en otras compañías ha desempeñado cargos relacionados con la supervisión y control de calidad en diversos procesos de producción. Con 18 años de experiencia en el sector de tratamiento y purificación de agua y su normatividad, colaborador en el desarrollo y diseño de maquinaria especializada para el envasado de bebidas, en AquaClyva ha desempeñado los cargos de gerente nacional de ventas, director comercial y actualmente cubre el cargo de CEO.



ciclos del emprendimiento y los superó con creces, se posicionó en la mente de los consumidores y garantiza resultados inmediatos.

### AGUA PURIFICADA, EL NEGOCIO DE TODOS LOS TIEMPOS

El agua purificada es un producto con gran relevancia para el ser humano. Según datos de la empresa Statista, el portal de estadísticas en línea alemana, menciona que en el año 2021 México se convirtió en el país número uno en el consumo de agua embotellada en el mundo, con un promedio de 274 litros al año por habitante.

El agua purificada es un producto que se posiciona por encima de la canasta básica, es atemporal, lo que significa que se consume todo el año, no distingue edad, sexo ni clase socio-económica y es materia prima de muchos negocios, sobre los que destaca el ramo restaurantero.

AQUAClyva es una empresa orgullosamente mexicana, líder en la investigación, desarrollo y fabricación de equipos y sistemas para tratamiento y purificación de agua. En su búsqueda activa para innovar en tecnologías que se adapten



#### > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2005
- > SUCURSALES: 6,000
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$10,000 PESOS

- > INVERSIÓN TOTAL: \$150, 000 PESOS PLANTA SELECT
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: \$0.00
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: \$0.00
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: DE 8 A 12 MESES



## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Nuestros equipos han sido evaluados y aprobados por la Secretaría de Salud y COFEPRIS en México.

Estamos certificados bajo la nueva versión de la Norma ISO 9001:2015

a los constantes cambios en el consumo mundial, ha enfocado sus esfuerzos capitales y humanos en desarrollar y optimizar sistemas para el tratamiento y purificación del agua desde el año 2002; esto con la finalidad de llevar agua purificada de la más alta calidad y al mejor costo a cada rincón del país mediante sus franquiciatarios.

El modelo de negocio tiene un objetivo "más claro que el agua": generar un producto de alta calidad y totalmente apto para el consumo humano, todo esto mediante maquinaria fabricada en grado alimenticio, evaluada y aprobada por la Secretaría de Salud y COFEPRIS en la República Mexicana.

AQUAClyva cuenta con dos modelos de negocio: el primero es una planta purificadora de agua, la cual es operada por personal a cargo de lavar, desinfectar, llenar,

tapar y sellar los garrafones y botellas listas para su entrega al cliente. El departamento comercial brinda atención personalizada a los franquiciatarios con estrategias comerciales para potenciar su negocio.

El segundo modelo de negocio, y más reciente, es el módulo y ventana *vending*, que forma parte de los sistemas autoservicio. Este modelo plantea una solución para los emprendedores que atienden otros negocios o tienen otras actividades, ya que estas tecnologías están implementadas para trabajar de manera automática, sin operarios, con funcionalidad veinticuatro horas, los siete días de la semana durante todo el año, garantizando tiempo para los emprendedores y ganancias todo el tiempo. Esta última propuesta está teniendo un auge importante en el mercado gracias a su practicidad, a la visión de negocio de las generaciones actuales, y al cuidado del medio ambiente, ya que es una invitación a reutilizar el PET que tanto contamina nuestro medio ambiente, reduciendo su consumo exagerado y obteniendo un producto de alta competencia y calidad.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Seguimos desarrollando mejoras en nuestros sistemas, maquinarias y modelos de negocio que se adapten al continuo cambio en el que el consumidor final obtiene el agua, desde la calidad hasta la aceptación de los modelos de negocio, amigables con el medio ambiente, prácticos en su funcionalidad y garantizando un negocio escalable para nuestros clientes. Nuestra visión es consolidar e incrementar nuestra presencia a nivel nacional como la empresa más exitosa líder especialista en venta de franquicias, sistemas de tratamiento y purificación de agua, ofreciendo mejorar la calidad de vida del ser humano, garantizando cada uno de nuestros productos.

Como parte de nuestra mejora continua, nuestros franquiciatarios pueden tener la seguridad de tener un equipo de trabajo calificado que los respalda. Constantemente capacitamos a nuestros asesores comerciales, no solamente en temas técnicos sino también en estrategias de negocio que puedan aportar una herramienta comercial importante a nuestros clientes. Además nuestros franquiciados contarán con asesoría en cada paso de su emprendimiento en temas fiscales, legales, publicitarios y capacitación y actualizaciones constantes. Así como la garantía de la calidad de nuestros equipos y procesos respaldados por certificaciones como la norma ISO 9001:2015 de gestión de calidad.



PLANTA PURIFICADORA



### > CONTACTO

Lic. Christian Alfonso Ávalos Hernández

55 5537 0000, 800 8367 088

info@aquaclyva.mx

www.aquaclyva.mx

@AquaClyva

AquaClyva Oficial

AquaClyva Oficial

Aquaclyvaoficial



Centro de Entrenamiento  
Psicológico Infantil

# NUEVAS TENDENCIAS EN TERAPIA PARA TRASTORNOS DEL NEURODESARROLLO INFANTIL

Actualmente la terapia infantil ha crecido exponencialmente debido a una mayor presencia de casos de niños con trastornos en el neurodesarrollo. La terapia ayuda a los niños a desarrollar todas las habilidades no presentes y a potencializar las presentes; ayuda a los niños a construir sentimientos positivos, tener confianza, valentía y esperanza.



Los padres, escuelas y doctores buscan cada vez más estos servicios, y esto puede deberse a dos factores actuales:

El primero es el INCREMENTO EN DIAGNÓSTICO TEMPRANO de los trastornos del neurodesarrollo: en los últimos años han surgido pruebas con validez científica que han provocado que el diagnóstico goce de mayor precisión, brindando a los profesionales de la salud herramientas que permitan dar un diagnóstico certero

y oportuno, acercando con mayor prontitud los tratamientos de rehabilitación.

El segundo factor es el IMPACTO DE LA PANDEMIA del 2019. Muchos estudiosos han reportado un aumento de problemas del neurodesarrollo como retrasos del lenguaje, retrasos madurativos o síntomas de trastorno del espectro autista. Las medidas de prevención y confinamiento a raíz de la pandemia por Covid 19 han cambiado la manera en la que nos relacio-

namos, disminuyendo la posibilidad de recibir estímulos como antes que era sencillo el roce social; esto debido a que ahora el niño que nació o creció sus primeros años en pandemia aprendió que la interacción social era no tocarse, mantener la distancia y no acercarse a los demás. Ya no se recibe contacto por desconocidos, ni halagos y ya nadie más los toca que no sea su familia nuclear, por tal razón esa estimulación externa que el niño recibía es muy pobre. Cabe mencionar el USO DE CUBREBOCAS que,



fuera del ambiente familiar, deben portar todas las personas que interactúan con el niño en espacios cerrados. Esto provoca que los niños menores no logren aprender con facilidad el reconocimiento de expresiones faciales y reconocimiento del lenguaje no verbal. Se altera el desarrollo del habla ya que no logran escuchar con claridad la producción correcta de las palabras, y se les dificulta empatizar. Por otra parte, los niños ya

no juegan juegos tradicionales en grupo y dejan de practicar habilidades sociales como esperar, tomar turnos y la capacidad de saber ganar y perder. Otra consecuencia de la pandemia que no solo afectó a los niños sino también a los padres es NO HABER ASISTIDO A LA ESCUELA POR UN LARGO PERIODO. Las escuelas son fuentes de estimulación sensorial, cognitiva, social y conductual, así que privar a los niños de este ambiente

provoca un pobre desarrollo, y si a un niño neurotípico le afecta, a un niño con problemas de neurodesarrollo se le multiplica la afectación. Por último tenemos el aumento del USO DE PANTALLAS y sus efectos. Me refiero a tablets, celulares, TV inteligentes, entre otros. Hemos empezado a encontrar los primeros resultados sobre el impacto emocional, cognitivo y de lenguaje en el desarrollo de los niños. Por eso se recomienda limitar su uso



**Lic. Claudia Duarte Jiménez**  
Fundadora y creadora de la metodología de los centros C.E.P.I.

total a menores de 5 años, ya que los resultados que están arrojando las investigaciones asusta a la comunidad médica y educativa.

### **ALCANZAR SU PONTENCIAL ES POSIBLE**

Por las razones anteriores, los niños se encuentran con la necesidad de atención inmediata. La tecnología, el ritmo acelerado y las pobres intervenciones formativas que logran hacer los padres debido a la vida agitada; la exigencia de las escuelas en los contenidos académicos —aunado a la pandemia— hace que los niños con trastornos del neurodesarrollo sean más visibles y que la intensidad en su sintomatología sea mayor. En C.E.P.I. determinamos que ante estos cambios globales nuestra respuesta es brindar esa atención tan necesaria para lograr el máximo potencial de los niños.

### **¿CÓMO FUNCIONA C.E.P.I.?**

Con el objetivo de que exista un centro donde los niños puedan recibir la mayor parte de los servicios de atención psicológica que requieran, en C.E.P.I. se trabaja con base en bloques de terapia y bloques de entrenamiento. Esta combinación brinda

la oportunidad de desarrollar en los pacientes otras áreas de mejora que no eran atendidas con anterioridad debido a la escasez de centros de atención especializada.

### **BLOQUES DE TERAPIA**

**Bloque de psicodiagnóstico:** Se aplica una batería de pruebas psicológicas estandarizadas, que brinda a los padres y maestros información detallada sobre las diferentes áreas de desarrollo como son atención, concentración, memoria, lecto-escritura, lenguaje, área emocional, entre otras; lo cual permite el diseño preciso de un programa para la terapia con el objetivo de estimular, potencializar y ser inductores para la madurez.

**Bloque de Lenguaje:** atendemos a niños desde los 2 años que presenten dificultades o alteraciones en la aparición o desarrollo del lenguaje expresivo, asociativo o receptivo.

**Bloque de Conducta:** se desarrollan programas para atender a niños que presentan falta de autocontrol, déficit de atención, dificultad para mantenerse en el juego, actitudes desafiantes ante la auto-

## **NUESTRA HISTORIA**

A mediados de los años 90 en la ciudad de Culiacán, Sinaloa, no existía un centro especializado que atendiera a niños con distintos padecimientos psicológicos infantiles, y que ofreciera servicios de diagnóstico de calidad. Esta situación fue identificada por la LPI Claudia Duarte Jiménez, quien fue consciente de las dificultades de los padres de familia que buscaban atención para sus hijos con necesidades especiales, dando inicio en 1996 a un consultorio de psicología infantil. La LPI Claudia Duarte, quien tuvo una formación en Hermosillo, Sonora, y trabajó en el Hospital Psiquiátrico Infantil, se desempeñó como psicóloga de varias escuelas y a la par siempre participó en investigaciones y trabajos especiales con catedráticos de la Universidad; esto fue crucial en el desarrollo de su especialidad y su objetivo era trabajar de manera multidisciplinaria con médicos y escuelas, buscando que la recuperación del niño fuera exitosa en todos los aspectos de su desarrollo. Posteriormente la LPI Claudia Duarte Jiménez recibió una invitación para colaborar y recibir un entrenamiento por la Dr. Gladys Williams, catedrática de la Universidad de Columbia. Al cabo de seis años de trabajo, en 2002, se desarrolló el proyecto de crear el C.E.P.I. Centro de Entrenamiento Psicológico Infantil S.C.



LICENCIADA EN PSICOLOGÍA INFANTIL, con Maestría en Orientación FAMILIAR, entrenada en técnica ABA, cuenta con diferentes certificaciones en el área del desarrollo de lenguaje y conducta. Estudiosa del aprendizaje, conducta y autismo.

C.E.P.I. Centro de Entrenamiento Psicológico Infantil cuenta con amplio reconocimiento entre los padres, las escuelas y equipo médico infantil, atendiendo aproximadamente más de 400 niños mensuales en las diferentes sucursales.

#### BLOQUES DE TERAPIA



#### BLOQUES DE ENTRENAMIENTO



ridad, dificultad para seguir reglas o normas sociales en casa y escuela. Buscamos la integración exitosa en ambientes familiares, escolares y sociales.

**Bloque de Aprendizaje:** estimulación de habilidades para niños que presentan un rendimiento bajo en la lectura, escritura y cálculo.

**Bloque de Desarrollo:** logra que el niño con necesidades especiales adquiera herramientas, habilidades y competencias funcionales que le permitan una inserción escolar exitosa. Dirigido a niños de 1 a 10 años con dificultades para estar dentro de un salón de clases regular. Los trastornos asociados a este bloque son: discapacidad intelectual, retraso global del desarrollo, trastorno del espectro autista y síndrome de Down.

#### BLOQUES DE ENTRENAMIENTO

**Neurofeedback:** Es una técnica que consiste en el

entrenamiento de las ondas cerebrales con el fin de mejorar funciones mentales.

**Visión:** se trata de enseñar al cerebro a controlar de forma adecuada los músculos oculares. Es una serie de actividades o ejercicios que se realizan para dar estimulación al sistema visual con el fin de mejorar su funcionalidad, capacidad y salud.

**Audio:** método que estimula el sistema auditivo con el fin de mejorarlo e incrementar la capacidad de escucha y, consecuentemente, la atención auditiva.

**Integración Sensorial:** Está dirigida a los niños que tienen dificultades de procesamiento sensorial, exponiéndolos a la estimulación sensorial de manera estructurada y repetitiva para que procesen y reaccionen a las sensaciones más eficientemente.

**Pizarra dinámica:** técnica moderna, de fácil acceso y aplicación con la función principal de automatizar el aprendizaje de la lecto-escritura.

#### C.E.P.I. TIENE PARA TI, FRANQUIICIATARIO...

Somos un lugar donde sabemos que el trabajo en equipo nos potencializa, así que te podrán contratar escuelas para análisis de casos, diagnósticos a alumnos, intervención en el aula, realizar cursos, talleres y capacitaciones a maestros, padres de familia o alumnos. En cuanto al proceso de cada paciente, el camino a seguir inicia cuando los padres acuden a entrevista, empieza el proceso de evaluación, se canaliza el paciente a un bloque de terapia, se realiza reporte de avances para finalizar con el alta del paciente. Nuestro modelo de negocio permite tener ingreso desde la etapa de entrevista. Muchos de los tras-



#### > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUIICIA: 2017
- > SUCURSALES: 11 SUCURSALES Y 4 POR APERTURAR EN 2023
- > CUOTA DE FRANQUIICIA: \$520,000 PESOS MX MÁS IVA

- > INVERSIÓN TOTAL:
  - MODELO INICIAL: \$630,000-\$730,000
  - MODELO PLUS: \$730,000-\$980,000
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 7%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS 1% CONVENCION TRIANUAL, 0.5% PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, 0.5% PUBLICIDAD LOCAL
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 12-15 MESES



## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Lo que distingue a C.E.P.I. es el trabajo multidisciplinario entre médicos, escuela, padres de familia y especialistas del Centro, que sumado a la excelente terapia basada en evidencia científica, logra que los pacientes desarrollen y potencien sus habilidades.

tornos del neurodesarrollo son crónicos y se convierten en desafíos para el individuo y para sus familiares que lo acompañan a lo largo de su vida. Debido a esto, la permanencia de un paciente en el centro va desde 6 meses hasta 10 años. Además te ofrecemos:

- Variedad de oferta gracias al sistema de bloques y entrenamiento que permiten a un solo paciente recibir tratamiento integral en sus distintas áreas de necesidad.
- Tendrás acceso al exclusivo método CEPI, un diseño especializado para cada paciente que ingresa al centro.
- Sistema integral operativo: para el registro de clientes, expediente y pagos. Además contarás con aplicaciones para padres y de uso interno.

- Posicionamiento de la marca en el mercado gracias al conocimiento y la experiencia.
- Te ofrecemos el Catálogo CEPI, material didáctico diseñado para cubrir las necesidades educativas del paciente en terapia.
- Capacitación constante para todo tu equipo de trabajo.
- Estrategias de publicidad para llegar a más personas.

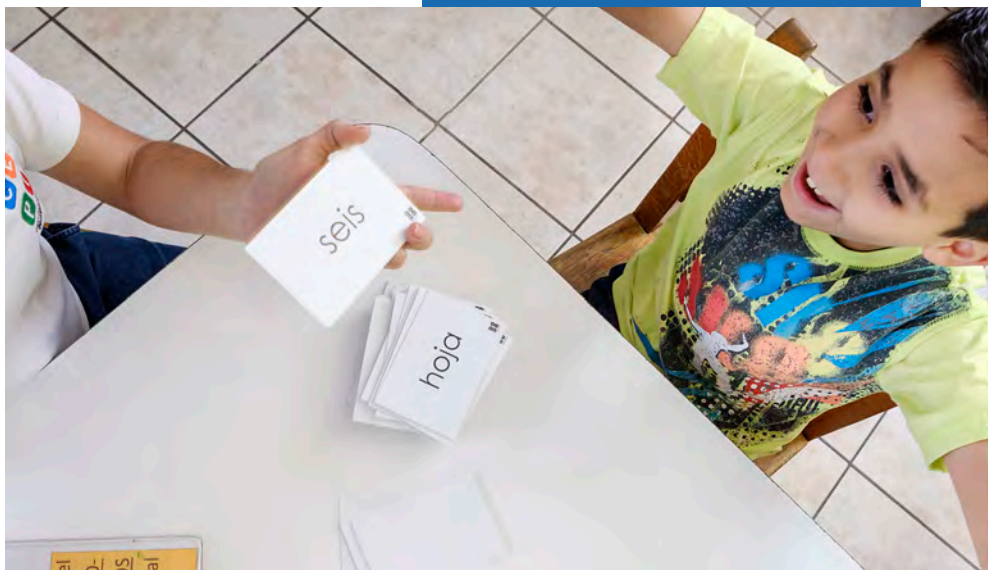
### TE ESTAMOS BUSCANDO A TI

- Psicólogo
- Doctor
- Neurólogo
- Pediatra
- Propietario de escuela
- Director educativo



## NUESTRA ACTUALIDAD

Tras 26 años como empresa y 5 años como franquicia, C.E.P.I. representa todo un recorrido de trabajo, estudio, logros y lucha. Las múltiples historias de éxito tras recibir diagnóstico y terapia tratando casos de autismo, dislexia, déficit de atención, problemas de conducta, etc., fueron parteaguas para que se recomendará el centro entre los padres, escuelas, maestros y médicos. Actualmente contamos con personal altamente calificado para la detección, atención e inserción de niños con distintos padecimientos en cinco estados de la República Mexicana: Culiacán, Sinaloa; Mexicali, Baja California; La Paz y Cabo San Lucas en Baja California Sur; Zaragoza y Arboledas en Querétaro; Matamoros, Tamaulipas, y próximamente en Mérida, Yucatán.



### > CONTACTO

Dulce Lizárraga

66 75034 8888

coordinacion.franquicias@centroscepi.com

 <https://centroscepi.com/>

 CEPI Ventas Franquicias

 @cepi\_franquicia



divya®

BROW BAR & BEAUTY

# EL *FAST BEAUTY* EVOLUCIONA CON LA PANDEMIA

¿Qué se sueña realmente? ¿Hasta dónde se quiere llegar?  
¿De qué queremos formar parte como emprendedores?  
Cuando miramos atrás, hacia la pandemia que afectó  
al mundo en 2020, nuestras opciones eran únicas en el  
universo de la belleza y las tiendas en línea.





La tendencia del *Fast Beauty* ha crecido en los últimos años para brindar a las personas productos de calidad sin complicaciones. No se necesita ser experto en técnicas de belleza o *skincare* para disfrutar de la amplia oferta que ha surgido en todo el mundo. Las personas están mucho más conscientes de los beneficios de cuidar su rostro y buscan ingredientes puros, naturales que verdaderamente nutran la piel. Pero no se quedan simplemente en el paso de utilizar productos

saludables, sino que van más allá y saben que la armonía facial se puede lograr con herramientas y procedimientos coadyuvantes. La vida se vive a un ritmo acelerado, y es una ventaja obtener los satisfactores a distintas necesidades de belleza en un solo lugar. Puntos de venta independientes o dentro de grandes almacenes se volvieron comunes, y fue aprovechando esta tendencia que *Divya Brow Bar and Beauty* abrió más de 36 sucursales dentro de la República Mexicana y logró, a base de esfuerzo

y dedicación, pertenecer a la barra de *Brow Bar* en Liverpool.

Pero en 2020 la crisis provocada por Covid-19 obligó a replantear la forma de vender los productos. Aunque el comercio electrónico o *e-commerce* ha existido por décadas, fue a partir del confinamiento masivo que se volvió una herramienta obligada. Durante la pandemia *Divya* cerró sus puertas y comenzamos a buscar nuevas opciones que nos ayudaran a seguir creciendo. Esa oportunidad llegó con la evolución de

las tiendas en línea y paque-  
terías, ya que facilitaban la  
entrega de los pedidos sin  
que los clientes salieran de  
su hogar, haciendo así que  
nuestros productos comen-  
zaran a moverse de manera  
inmediata ampliando nuestra  
visión y nuestra imagen.  
Sabemos del impacto que  
tiene la belleza en el ser  
humano; estamos seguros  
de que cuando nuestra  
apariciencia mejora exter-  
namente, nuestra actitud  
mejora. ¡Si me veo mejor,  
me siento mejor! Es por  
eso que forjamos con

honestidad un compromiso  
de mejora continua, lo que  
nos llevó a convertirnos  
en el *Brow Bar* líder en  
México; nuestro siguiente  
paso fue elaborar una  
marca de cuidado facial y  
maquillaje de gran calidad.  
Recorremos el mundo  
buscando siempre los  
mejores y más novedosos  
productos para llevarlos  
a un precio justo con  
garantía de pureza asegu-  
rada, ofreciendo a nuestros  
clientes una experiencia  
única e integral mediante  
servicios exprés.

## **EL MUNDO DE LA BELLEZA NO SE ENTIENDE SIN REDES SOCIALES**

Hace tan solo unas décadas  
los productos de belleza  
se exhibían en las tiendas y  
las marcas más grandes se  
anunciaban en televisión y  
revistas. Imágenes estáticas  
que mostraban el buen  
resultado de usar tal o  
cual crema o maquillaje.  
Las recomendaciones  
eran de boca en boca y la  
tecnología enfocada a la  
estética prácticamente no  
existía. Con el surgimiento



**Sara Sacal Ovseiovich**  
Fundadora y CEO de Divya

## NUESTRA HISTORIA

del internet en primer lugar y posteriormente las redes sociales, el mundo se dio cuenta de que el video es una de las formas más completas e impactantes de comunicación, y como consecuencia natural del comercio. No es lo mismo ver unas cejas lindas en una foto que ver ante nuestros ojos el procedimiento necesario para que esas cejas queden lindas. El potencial es inmenso; ha ocurrido una revolución ante nosotros: surgió junto con las

nuevas aplicaciones para redes —como TikTok e Instagram— una forma distinta de llegar al público: los influenciadores o *influencers*, con miles de seguidores pendientes de sus recomendaciones y reseñas. Las marcas de belleza han comprendido que pueden transformar a las redes sociales en un poderoso socio comercial, y en Divya entramos a la tendencia con más de 96 mil seguidores en nuestras páginas de Facebook e Instagram.

Divya surge cuando Sara Ovseiovich dejó de encontrar propósito en su emprendimiento de entonces, “Vampiritos”, ya que no sentía que los valores de esa empresa estuvieran alineados con los propios, y comenzó a buscar un nuevo negocio. Encontró una técnica milenaria y natural como lo es la depilación con hilo, ya que reflejaba la importancia de la belleza y el *empowerment* femenino, además de sentirse identificada con el objetivo de esa actividad: ella sostiene que si arreglamos el exterior, arreglamos el interior. Surgió así el nombre Divya (“Divino” en hindi) lanzando su primera línea de productos *Dry Skin* con artículos como cremas de día y noche, sueros y tónicos faciales.



Es fundadora y CEO de Divya, una marca que se abre paso como una de las mejores opciones en el mundo del maquillaje de alta calidad y el cuidado de la piel; mamá de tiempo completo, esposa y empresaria, su primer emprendimiento fue “Vampiritos”. Actualmente tiene a su cargo más de 130 empleados consolidando su profesionalismo con distintos reconocimientos a lo largo de su trayectoria. Su principal objetivo es ser una mejor persona y contribuir a hacer de este mundo un lugar mejor.



Nuestro número de seguidores, colaboraciones y se han creado un interés en distintas figuras que se han acercado y ayudado a reabrir nuestras puertas al público después del encierro post-pandemia. Nuestras redes van en ascenso gracias a una estrategia de contenidos, atención al cliente e inversión en

campañas que benefician el reconocimiento de marca a nivel nacional e incentivan a la compra y difusión de servicios. Nuestro crecimiento ha logrado la apertura de nuestra exclusiva línea de spa *Divya Studio*, la cual está resultando una increíble experiencia para nuestros visitantes.

Otro medio con el cual conseguimos llegar a nuestro público objetivo de una forma rápida, directa y eficaz, independientemente del lugar donde se encuentren, es el correo electrónico, mediante el cual compartimos novedades y promociones a más de 80 mil usuarios registrados.

## > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2013
- > INVERSIÓN TOTAL: FRANQUICIA LLAVE EN MANO DESDE \$650,000.00 MXN + IVA

- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 6%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: 5%, Y 1% MANTENIMIENTO DE SOFTWARE
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 18-24 MESES NO INCLUYE LA RENTA DEL ESTABLECIMIENTO

**divya**<sup>®</sup>  
BROW BAR & BEAUTY

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Divya tiene casi 10 años en el mercado, lo que nos consolida como marca líder con un crecimiento de más del 40% desde el 2016, asegurando una rápida recuperación.

### DE REGRESO A LAS TIENDAS, Y AHORA EN FORMA DE FRANQUICIA

El éxito de la marca nos condujo de manera natural al modelo de negocio de las franquicias, que tiene innumerables ventajas, entre ellas:

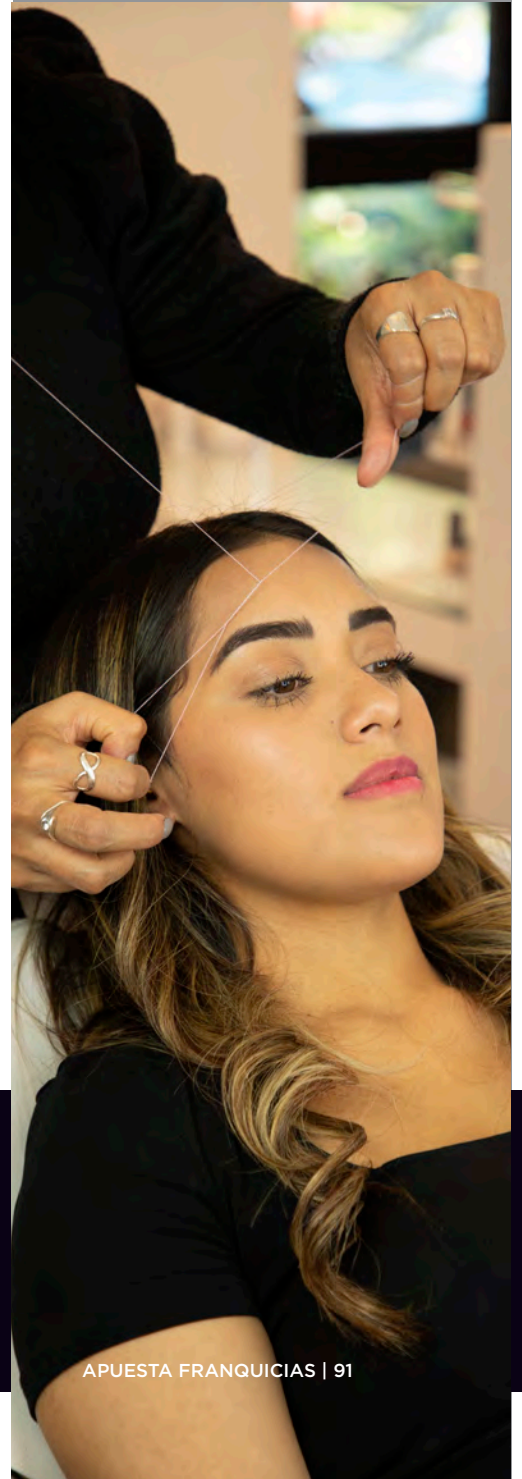
- Negocio de fácil administración.
- Técnica novedosa en Latinoamérica.
- Comercializa marca propia y de alta calidad.
- Ubicada en centros comerciales de gran afluencia.
- Cuenta con un método de venta eficaz.
- Comisión de venta muy alta y atractiva para los empleados.

- Experiencia en el factor humano.
- Alta calidad de productos y servicios.
- Presencial a nivel nacional.
- Empleados capacitados.
- Margen de utilidad alto.
- Trabajo en equipo.

Divya es una franquicia "llave en mano", lo que te permitirá en cuestión de semanas comenzar a operar el negocio con insumos y un inventario inicial de productos de primer nivel. La recuperación de tu inversión es rápida, entre 18 y 24 meses. La administración es muy fácil gracias al apoyo que brinda la marca, pues tenemos diez años de experiencia con franquiciatarios y los acompañamos a lo largo de todo el proceso para asegurar el éxito, como manuales operativos, software punto de venta y administrativo en la nube con actualizaciones constantes; CCTV y software de seguridad, islas al aire libre (cuyo costo varía) o dentro de plazas comerciales. Tendrás uniformes, punto de venta *touch* con impresora y cajón de dinero, además de mobiliario y una sólida capacitación inicial en varias áreas.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Actualmente Divya cuenta con más de 36 productos en la gran mayoría de tiendas en línea y marketplaces especializados en belleza. Más de 39 sucursales + *Brow Bar* de Liverpool en las principales ciudades de la República Mexicana; sin embargo, la meta es expandirse globalmente y que el mundo sepa que pueden tener una piel increíble, natural y de forma accesible.



### > CONTACTO

Héctor Sanromán

☎ 55 4781 5543

✉ hector@divya.com.mx

🌐 divya.com.mx

f divyamx

📷 divyamx

🐦 divyamx



Te Sentirás Mejor

# ¡SERVICIO AL CLIENTE! EL PRINCIPAL DIFERENCIADOR DE UN NEGOCIO

Una excelente asistencia al cliente puede fomentar fidelización, recomendaciones y, por consecuencia, que tus ventas incrementen significativamente.

La credibilidad y percepción de la marca es el resultado de un gran servicio a través de una capacitación constante, conocimiento del mercado y de tu producto.

# AS LA GENEROSA



Las empresas se han tenido que adaptar al cambio post pandemia, y frente a ello han tenido que desarrollar la capacidad de adaptación, la apertura y la posibilidad de generar una experiencia personalizada para el consumidor, siendo estos factores importantes para las compañías que buscan sobresalir en la actualidad. La clave para generar un servicio de calidad es

establecer relación con los clientes, promover un buen producto o servicio, y brindar una excelente atención. Por consecuencia, la experiencia de compra se volverá tu valor agregado como negocio.

### **BIG DATA EN EL SERVICIO**

¿Pero cómo, si el servicio es personalizado, la tecnología puede jugar a nuestro favor? Actualmente hay empresas que ocupan de forma efectiva el *Big Data*,

analizando el comportamiento de su consumidor para adaptar sus productos o servicios con la finalidad de poder fidelizar al cliente a través de la experiencia de compra. Un claro ejemplo son los servicios de *streaming* que brindan un catálogo de contenido y personalizan el servicio de forma efectiva y constante a través de la visualización de los consumidores. Esto lo aplican de la misma forma plataformas para



escuchar música, comprar autos, ropa, o las mismas redes sociales que generan contenido relacionado a lo que tú buscas, escuchas o ves. El resultado del análisis del *Big Data* enfocado al servicio se ve reflejado en el crecimiento acelerado de las compañías, a través del consumo masivo y constante de sus clientes.

Uno de los cambios más disruptivos que ha traído la Transformación Digital es la revolución tecnológica 4.0, que está

ayudando a mejorar las operaciones de cualquier negocio y el crecimiento de los ingresos, transformando los productos, la cadena de suministro y las expectativas de los clientes; por otro lado, mejora el servicio personalizado que están implementando las empresas privadas, así como las instituciones públicas que se están adaptando al cambio tecnológico y de servicio. La era de la revolución 4.0 representa una gran oportunidad para la experiencia

del cliente, y obliga a las compañías a comprender que deben esforzarse para mejorar frente a su competencia. Los clientes se enfrentan día a día a una oferta extensa de opciones, lo que hace cada vez más difícil tener consumidores cautivos. En la actualidad, puedes tener el mejor producto o servicio (al igual que otros), pero lo único que te hará diferente es la experiencia de compra hacia tu consumidor. Las compañías más exitosas del mundo han



**Jaime Eduardo López Rosales,**  
Director General de Farmacias La Generosa



comprendido lo anterior, y están logrando que incluso el consumidor trabaje como embajador de la marca, fidelizando además a otros clientes.

Existen ejemplos como algunas agencias de autos que permiten brindarle una experiencia al cliente al diseñar su automóvil a través de su plataforma digital. Por otro lado, hay aplicaciones para buscar una vivienda que facilitan conseguir espacios de forma rápida, segura y económica, considerando la experiencia que busca el consumidor. Este es el camino, y es una de las prioridades de los grandes procesos de transformación digital que se están impulsando en todo el mundo, para mejorar la experiencia del cliente, creando un vínculo de satisfacción con la compañía.

### **SALUD PARA TODOS A TRAVÉS DE UN TRATO HUMANO CON ESPÍRITU DE SERVICIO**

Farmacias La Generosa es una marca diseñada para brindar un producto y servicio de excelente calidad, siendo este nuestro principal diferenciador de todas nuestras farmacias. Desafortunadamente, la

pandemia que nos impactó desde el 2020 ha rebasado el nivel de atención que puede brindar el Sistema de Salud en México; es por ello que todos los que participamos brindando servicios de salud nos sumamos con la finalidad de llegar a cada una de nuestras familias mexicanas, con un servicio de primer nivel e instalaciones dignas de atención para el paciente.

Empatía, confianza y seguridad son características que brindamos a nuestros pacientes, y que son clave para que su experiencia sea más completa en Farmacias La Generosa que en el resto. Ante un escenario donde cada vez hay más datos e información disponible, los consumidores esperan personalización y beneficios en sus experiencias de compra. La cadena busca fidelizar a más de 15 mil clientes este año, incentivando la confianza y lealtad del consumidor a través de nuestro “Monedero Generoso”. Se trata de un plan de lealtad totalmente gratis para todos los clientes que, a través de compras recurrentes, acumulan dinero electrónico para la compra de otros medicamentos.

## **NUESTRA HISTORIA**

Nuestra historia comienza en marzo de 2013 como un proyecto emergente a la distribución de medicamentos genéricos, enfocado a la operación y logística de farmacias que busca preservar y cuidar la salud de las familias mexicanas más vulnerables, brindando un servicio basado en la calidez y calidad de sus productos a un bajo costo. La primera sucursal de Farmacias La Generosa tuvo lugar en Naucalpan, Estado de México, sumando en el primer año de operación catorce sucursales.

En 2015, impulsados por el valor de la salud y aprovechando nuestros mejores puntos de ubicación, horarios y los renovados conceptos farmacéuticos, los accionistas decidieron sumarse a esta labor de poder dar el mejor servicio a las familias mexicanas invirtiendo en una herramienta de Geo Inteligencia, la cual permitió tener mayor asertividad en la ubicación de las farmacias. Este momento fue crucial para la expansión de la compañía, se disminuyó en gran medida el riesgo y logramos cerrar el año con 70 sucursales. En 2017 Farmacias La Generosa dio inicio a una nueva etapa de crecimiento, ofreciendo franquicias a inversionistas que compartieran los mismos valores necesarios para brindar el servicio y compromiso que se requiere para desempeñar e impulsar el desarrollo integral de la salud, por compra o venta de productos y capacitación integral para que la supervisión del negocio sea una tarea sencilla, aportando al franquiciatario una inversión rentable, segura y duradera.



Licenciado en Administración de Empresas por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), en su trayectoria profesional ha logrado una expansión de más de 950 unidades en diferentes cadenas de farmacias, lo que le ha permitido transmitir toda su experiencia al crecimiento exitoso de Farmacias La Generosa.



## FARMACIAS LA GENEROSA Y LA EVOLUCIÓN DIGITAL

En Farmacias La Generosa la revolución 4.0 sin duda es algo que está beneficiando a nuestros clientes, colaboradores e inversionistas, y está perfeccionando nuevos caminos al éxito a través de los recursos tecnológicos que están mejorando la

productividad de nuestro servicio. A través del *Big Data*, hemos creado farmacias GEO INTELIGENTES, incorporado la tecnología de algoritmos matemáticos e información georeferenciada del tipo demográfico, socioeconómico, comercial e inmobiliario a nivel nacional. Gracias a esto y a la expe-

riencia en expansión de la franquicia, hemos resuelto problemáticas para la selección de ubicaciones mediante el uso de tecnologías que capturan, integran y transforman información a través de toda la data que se ha generado a lo largo de nuestra historia, con el objeto de predecir comportamientos comer-



### > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2013
- > SUCURSALES: +200
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$250,000 PESOS

- > INVERSIÓN TOTAL: \$965,000 VARIABLES
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 3%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: \$0.00
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 24 A 36 MESES

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Nuestro compromiso se enfoca en orientar y capacitar a nuestros franquiciatarios, estableciendo bases desde la búsqueda de su local, hasta un plan de acompañamiento en todo su proyecto, reduciendo el riesgo de inversión.

ciales con altos niveles de asertividad, disminuyendo el riesgo de inversión para nuestros franquiciatarios.

### NUESTRO CAPITAL HUMANO HACE LA DIFERENCIA

Al ser un negocio esencial para nuestros pacientes, Farmacias La Generosa se ha destacado por mantener un espíritu de servicio. Sabemos la importancia que tiene para cada uno de los clientes el poder sentirse cómodos y atendidos en nuestras farmacias, es por eso que cuidamos que los colaboradores sean profesionales, éticos y cuenten con actitud de servicio. El objetivo es lograr que nuestros pacientes tengan la mejor experiencia, manteniendo en todo momento

la confianza de nuestro consumidor. Como marca, entendemos que la capacitación constante es el principal factor para tener un servicio de calidad, y lo logramos a través de la incorporación de una aplicación digital que ayuda a la interacción de todos nuestros colaboradores y franquiciatarios, creando así equipos de trabajo con espíritu de servicio. Sabemos que la cara más importante de nuestra compañía comienza con nuestros auxiliares de farmacia y médicos, por lo tanto, son una pieza fundamental para el éxito de nuestro negocio.

### CONSULTORIO MÉDICO, NUESTRO MEJOR SERVICIO

Farmacias La Generosa se ha destacado como una marca que brinda instalaciones de primer nivel a precios accesibles. Nuestro consultorio médico está diseñado para poder ofrecerle a nuestras familias mexicanas una consulta de calidad y digna de un consultorio médico privado. La prioridad en Farmacias La Generosa es llevar salud a cada rincón del país, atendiendo las necesidades de todos nuestros pacientes.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Actualmente buscamos cubrir las necesidades de nuestros pacientes a través de un negocio que beneficie directamente a nuestra comunidad, lo que ha permitido desarrollarnos en más de 10 estados de la República Mexicana, con una presencia de más de 200 puntos de venta en 9 años de operación, de los cuales el 60% de nuestras sucursales son franquicias y contando...

El crecimiento de Farmacias La Generosa está enfocado en la creación de nuevas oportunidades de negocio de la mano de nuestros inversionistas (más de 60) que actualmente pertenecen a la familia, creando empatía y confianza a través de un negocio rentable y exitoso. Desde el año 2020, la marca ha crecido un 75%, lo que generó oportunidades para nuestra compañía, colaboradores, e inversionistas, consiguiendo alianzas estratégicas para una expansión ordenada y acelerada. Farmacias La Generosa es una cadena que tiene objetivos muy claros a corto, mediano y largo plazo, enfocados en cumplir cada uno de ellos con el apoyo de nuestros colaboradores y franquiciatarios. La meta es llegar a más de 1,000 sucursales a nivel nacional en un periodo no mayor a 10 años; sabemos que no será fácil el camino, sin embargo, estamos comprometidos y convencidos de que la tecnología y el servicio son parte fundamental de nuestro crecimiento.



### > CONTACTO

Alan Maya

☎ 55 6783 1091

✉ [ventas@franquiciafg.com](mailto:ventas@franquiciafg.com)

🌐 [www.farmaciaslagenerosa.com.mx](http://www.farmaciaslagenerosa.com.mx)

📘 Farmacias La Generosa

📷 Farmacias La Generosa



# LA CIENCIA, EL MARKETING Y LA FRANQUICIA, EL SECRETO PARA UN NEGOCIO EXITOSO



**El secreto para una franquicia exitosa es entender a qué te dedicas y saber comunicarlo a tus clientes... pareciera lógico y lineal, ¿correcto? Muchas marcas no lo tienen claro; a veces pareciera que la variable mágica de las ventas es el precio, por lo que pensar en descuentos y promociones también sonaría lógico, sin embargo, la evolución de un negocio debe ir de la mano con un claro entendimiento de dónde conecta con el cliente, por lo que es indispensable entender la relación que tenemos con él y la necesidad, indulgencia o estímulo que estamos cubriendo.**

**E**n fechas recientes hemos logrado capitalizar la información que hemos ido recolectando por años sobre el comportamiento humano y la forma en la funciona su cerebro, para integrar la ciencia con la mercadotecnia a nivel del procesamiento de la información, de tal forma que podamos entender cómo reacciona el cliente ante diferentes circunstancias, incluso hasta calibrar la reacción que queremos generar en ellos y cómo nos vinculamos con los clientes a nivel de la marca.

Esta disciplina se conoce como “neuromarketing” y su objetivo es estudiar y predecir los comportamientos y reacciones generadas en los clientes ante las prácticas de la mercadotecnia. Se trata de la aplicación de la tecnología de la ciencia al marketing.

En los últimos 10 años se ha generado más información y cambios tecnológicos que en los 40 años anteriores, y esto cada día crece a un ritmo mayor, por lo que se vuelve imprescindible trabajar de manera inteligente.

Entender cómo funciona el cerebro de nuestro cliente nos permite tomar decisiones más acertadas con respecto a la venta y a la conexión que queremos lograr con estos.

#### **LA INFORMACIÓN POR SÍ SOLA NO SIRVE**

Cuántas veces hemos escuchado “la información es poder”, sin embargo, la información cruda, sin análisis, no nos dice nada; las empresas promedio recolectan información de sus clientes de manera constante a través de su gestión de citas, su historial de compras, sus



búsquedas en *marketplaces*, información personal al llenar cuestionarios para conectarse a la red de internet, en sus perfiles de redes sociales, o bien en las interacciones que tienen con la marca, ya sea en el canal físico o digital. La información nos ayuda a entender, conectar mejor al cliente y tomar mejores decisiones empresariales.

Entre 85% y 95% del proceso de toma de decisiones sucede de manera subconsciente y viene enlazada a emociones y pensamientos de reacciones anteriores que se interrelacionan con el producto o servicio que estás vendiendo. Es por

eso que la experiencia de servicio se ha vuelto clave en los negocios para incrementar las ventas y su posicionamiento.

#### **LA IMPORTANCIA DE CENTRARSE EN EL CLIENTE**

A continuación algunos datos sobre el crecimiento del negocio vinculado a la experiencia de servicio:

- Para 2020, la experiencia del cliente supera al precio y al producto como el principal diferenciador entre los competidores. [Fuente: *Walker*]
- Las compañías que brindan excelente experiencia al cliente ven crecer sus ingresos un 4-8% por encima del

mercado. [Fuente: *Bain & Company*]

- El 77% de los clientes recomendarían una empresa a un amigo después de tener una experiencia positiva con ellos. [Fuente: *Temkin*]
- Cuando se trata de decidir dónde comprar, el 64% de las personas considera que la calidad de la experiencia del cliente es más importante que el precio. [Fuente: *Gartner*]
- El 70% de los clientes dicen que una experiencia positiva con una empresa significa que serán más leales. [Fuente: *New Voice Media*]
- Se requieren 12 experiencias positivas para contrarrestar solo una



## **MBA Michelle Kava Franklin**

Directora de Franquicias en JJT

Directora de Expansión Internacional y Nuevos Mercados para Franquicias JJT & Intandem Consulting

experiencia negativa con una empresa.

[Fuente: *Business Insider*]

- 51% de los clientes dicen que nunca volverán a comprar de una empresa después de tener una experiencia negativa. [Fuente: *New Voice Media*]
- El 42% de los consumidores dice que responde a una experiencia negativa de servicio al cliente presentando una reseña negativa o desahogándose en las redes sociales. [Fuente: *New Voice Media*]
- El 13% de los clientes le contarán a 15 o más personas sobre una experiencia negativa con una marca. [Fuente: *ThinkJar*]
- Solo 1 de cada 26 clientes insatisfechos presentarán una queja a la empresa sobre su experiencia.

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Como consultores de franquicias podemos ayudar a acelerar el crecimiento de tu marca sin dejar de lado los factores críticos como la transmisión de conocimiento y la protección legal.

Los otros 25 buscan otra empresa donde comprar.

[Fuente: *ThinkJar*]

## ¿QUÉ NOS HACE ESCOGER UN PRODUCTO O SERVICIO?

El cerebro convierte toda memoria en una respuesta emocional que puede generar nuevas relaciones positivas o negativas con respecto a la marca.

La parte consciente se encarga del análisis cualitativo y cuantitativo del producto o servicio a manera lógico-racional, sin embargo, suceden muchas otras cosas en la toma de decisiones.

El perfil generacional, los patrones de consumo, la integración a la cultura, el beneficio intangible, son procesos que influyen en la toma de decisiones, por eso se ha vuelto tan esencial enfocar los esfuerzos a la experiencia de servicio: a que el cliente sienta, que se conecte con nuestra historia y que quiera ser parte de ella.

Que nuestra propuesta de valor haga sentido con la historia y él tenga claridad para comunicarla, ahí verdaderamente conectamos con el cliente

# NUESTRA HISTORIA

Iniciamos en 2010 con un grupo de empresarios motivados por brindar oportunidades de crecimiento laboral en una relación ganar-ganar con sus clientes. Al brindar estas asesorías, descubrimos que podíamos generar un modelo replicable de crecimiento acelerado al estandarizar y eficientar los procesos, sin perder la personalización ni la experiencia de servicio. A partir de eso, nos hemos destacado como expertos en franquicias gracias a nuestra constante actualización e integración de tecnologías y plataformas, como investigación de patrones de consumo, factores críticos de éxito y nuevos canales de ventas. De este modo, nuestra apuesta como consultoría es la creación de franquicias de rápido crecimiento integrando eficiencia, operación y servicio, para brindar productos, servicios y experiencias replicables haciendo de cada modelo un negocio exitoso.

y logramos no solo la retención y la recompra, sino que se vuelva embajador de marca, que nos represente, porque nosotros a su vez lo representamos a él.

El secreto de una franquicia exitosa es entender a nuestro cliente y dónde nuestra marca le aporta valor. Sin embargo, ese entendimiento no es suficiente si el producto o servicio no cumple la promesa, es decir, que no solo sea una historia mercadológica sino lograr la conexión emocional con el cliente.

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Anáhuac con una maestría en Dirección de Empresas por el IPADE, especialización por parte de Asian Institute of Management y diversos diplomados en Mercadotecnia por el ITAM, cuenta con más de 20 años de experiencia trabajando en distintos sectores industriales enfocando su esfuerzo en el exitoso lanzamiento de nuevos negocios y el correcto posicionamiento de las marcas, además de campañas de marketing y análisis de mercado. Actualmente desempeña el cargo de vicepresidenta de la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) y Directora de Expansión Internacional y Nuevos Mercados para Franquicias JJT & Intandem Consulting.



La marca debe buscar la representación intrínseca de quién es el cliente como persona y cuáles son los conceptos o causas que lo representan, al tiempo que la representan a ella misma; es decir, la experiencia no solo es una cuestión de trato, la experiencia de servicio es un cambio

en nuestra forma de pensar y atender al cliente.

#### **ESTA TENDENCIA ES LA DIFERENCIA**

El cliente debe estar al centro del negocio. Parecería lógico, sin embargo, en la miopía del día a día se hace borroso el concepto y enfocamos

nuestros esfuerzos a la optimización de los recursos, a la perfección logística, al cálculo exacto de inventarios, o incluso a la competencia por imitación, o sea, a tomar decisiones basadas en lo que hace la competencia sin pensar en qué busca nuestro cliente; y la respuesta es sencilla: busca experiencia, busca ser parte de algo, pero no un algo cualquiera, algo que le haga sentirse bien, que sume en su imagen, que le aporte conversación, que le dé orgullo sentirse representado o que le cumplan su indulgencia y le brinden un espacio de relajación o desconexión.

Todo eso no sería factible si la operación de la franquicia o negocio no está calibrada para poner al cliente al centro y brindar la experiencia de servicio desde cada uno de los procesos operativos del modelo de negocio, y aquí viene el segundo secreto de éxito de la franquicia: cuidar que en la réplica del modelo se integre la experiencia de servicio que la marca busca ofrecer.

La ciencia, el marketing y el conocimiento especializado en el desarrollo de franquicias y modelos de negocio ha permitido a JJT Franquicias aprovechar la información, nuevas tecnologías y tendencias de



consumo para crear franquicias con capacidad de evolucionar en el tiempo para asegurar negocios rentables de rápido crecimiento a través de los franquiciatarios.

Gran parte del éxito de nuestros clientes es entender y transmitir la importancia de tener al cliente al centro de cualquier estrategia, de esta forma la toma de decisiones siempre va de la mano con la vinculación emocional y la sensación de beneficio por parte del cliente.

Si bien las franquicias son modelos probados y estandarizados, con una base

existente de clientes, debe estar lista para adaptarse y sumarse a nuevas plataformas y canales.

Por eso en JJT Franquicias, consultoría especializada en el desarrollo de franquicias, personalizamos el modelo y estudiamos cuidadosamente las opciones de crecimiento y los patrones del mercado para que el negocio sea flexible y adaptable a las nuevas exigencias.

Si estás interesado en crecer a través de las franquicias, o quieres saber si eres candidato a franquiciar, te hacemos un diagnóstico sin costo.

## NUESTRA ACTUALIDAD

En la actualidad JJT Franquicias es una de las empresas de consultoría líderes en el mercado. Nuestra metodología nos permite personalizar los modelos de negocio para definir el idóneo para cada marca, replicando no solo el modelo, sino la experiencia de servicio del cliente. Esta metodología tiene como base tres módulos:

- 1) Viabilidad Financiera y Modelo de Negocio
- 2) Manuales y Plataforma de Capacitación
- 3) Marco Legal



## EXPERTOS EN EL DESARROLLO DE FRANQUICIAS

Expertos en replicar modelos de negocio cuidando la experiencia de servicio y el valor que aporta la marca.

Nuestra metodología permite personalizar el modelo de franquicia replicando su éxito a través de la operación estandarizada, la plataforma de capacitación y la conexión con el cliente.

## NUESTRA METODOLOGÍA

### VIABILIDAD FINANCIERA

#### MÓDULO 1

- Diseño de Modelo Replica
- Viabilidad Financiera
- Marca y Competencia
- Factores de Éxito
- Experiencia de Servicio

### MANUALES Y CAPACITACIÓN

#### MÓDULO 2

- Procesos y Sistemas de Control
- Estandarización
- Desarrollo de Manuales
- Plataforma de Capacitación

### MARCO LEGAL

#### MÓDULO 3

- Protección de Marca
- Contrato de Franquicia
- Paquete de Documentos Legales
- Afiliación a la AMF

LANZAMIENTO DE FRANQUICIA

CONSULTORES

### CONTACTO:

(55) 4164.7943  
direccionfranquicias@jjt.com.mx  
jjt.com.mx



# EL MUNDO DE LA EDUCACIÓN HA CAMBIADO EL FUTURO ES EN LÍNEA

Hace tres años el mundo viró de manera radical y repentina; una nueva realidad nos alcanzó y ha hecho que se adelantaran cambios que se tenían previstos, pero que no pensábamos que iban a ocurrir a tal velocidad. Hoy las prácticas antiguas son obsoletas y no nos permiten estar a tono con la realidad que estamos viviendo.

La educación tal y como la conocemos desde el modelo prusiano de operación nunca había vivido un cambio tan importante como el día de hoy. Las exigencias laborales nos llevan ahora más que nunca a desarrollar en nuestros estudiantes competencias y no solo conocimientos.

Mucho escuchamos cuando platican los padres de familia: “¿A qué escuela vas a mandar a tus hijos?”; las estadísticas nos dicen que una de las elecciones más importantes es en dónde estudiar y qué estudiar. Hoy los parámetros para elegir una buena educación son muy diferentes a como eran hace algunos años o en el siglo pasado, ahora más que nunca tenemos

que ser cuidadosos de en dónde ponemos nuestros esfuerzos y qué tipo de educación va a ayudar a las nuevas generaciones a salir adelante. Tan importante como elegir la escuela adecuada es que imparta programas y materias que verdaderamente ofrezcan conocimiento valioso para el mundo real. La tendencia mundial en educación se



dirige a una enseñanza más útil, más integral y que abarque tanto el aspecto humano como el tecnológico —en contenido y en forma—. Por eso la experiencia del alumno ya no está completa sin el componente digital; el aula virtual es ahora el entorno natural del aprendizaje y en México esta tendencia va en aumento.

Nosotros siempre hemos creído que o somos parte del problema o parte de la solución, y con el esfuerzo desinteresado de un grupo

muy numerosos de educadores en México hemos creado la Asociación Mundial de Educadores de Vanguardia (AMEVAN), un esfuerzo conjunto para abrir una ventana de oportunidad a todas aquellas personas que tienen algo que contribuir. En AMEVAN hemos construido un tejido educativo y social en donde aprovechamos los mejores talentos de las mejores propuestas educativas, de los más diversos países, que hoy nos permiten ofrecer los mejores productos edu-

cativos y que pueden funcionar atendiendo las necesidades propias de México y de todos los países que trabajan con nosotros en esta aventura de transformar el mundo para bien y para beneficio de las futuras generaciones. Algunos de los productos educativos que hemos desarrollado son los siguientes:

- **Modelo Educativo Propio**  
Hemos desarrollado un Modelo Educativo basado en un riguroso análisis de estudios prospectivos



## Ángel Darío Sánchez Tinajero

CEO de AMEVAN, Asociación Mundial de Educadores de Vanguardia

que nos indican hacia dónde se mueve el futuro de la humanidad y qué podemos hacer para ofrecer a nuestros estudiantes mayores posibilidades de éxito. Dicho modelo se basa en tres grandes pilares que son:

- Desarrollo de habilidades del pensamiento
- *Coaching* Ontológico Cognoscitivo
- 50 competencias básicas para la vida

- **Desarrollo de**

- **Educación Financiera**

- Independientemente del programa académico que se esté llevando, el entender la educación financiera representa una ventaja muy importante en el mundo de los negocios y en la economía familiar. Entendemos por

## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Como consultores de franquicias podemos ayudar a acelerar el crecimiento de tu marca sin dejar de lado los factores críticos como la transmisión de conocimiento y la protección legal.

educación financiera la capacidad de construir activos y entender que la idea de encontrar un buen empleo y permanecer toda la vida en él, es solo uno de los caminos que existen y ni siquiera es el más recomendado para buscar y adquirir la libertad financiera, que es uno de los sueños más recurrentes de cualquier persona, y nosotros sabemos que eso es posible de alcanzar y disfrutar.

- **Bachillerato**

- **Empresarial Humanista**

- Ofrece a los estudiantes de bachillerato la oportunidad de graduarse con una empresa legalmente constituida y que ofrezca fuentes de empleo en su entorno inmediato; además tiene un fuerte componente humanista que forma en el estudiante un criterio social, compasivo y de colaboración social con los más desprotegidos. Este programa cuenta con un psicólogo asignado de tiempo completo para reforzar la interacción entre los participantes, conferencias y visitas con empresarios exitosos, campamentos de

## NUESTRA HISTORIA

Somos un grupo de educadores que hoy trabajan en más de 40 países en cuatro continentes y que hemos creado la Asociación Mundial de Educadores de Vanguardia (AMEVAN), un esfuerzo colectivo para proponer soluciones a algunas de las necesidades más apremiantes con respecto a la educación, el desempleo, la salud, la cultura, el emprendimiento, y todo esfuerzo individual o colectivo relacionado con el bien común.

desarrollo e integración y un sinnúmero de actividades que nos ayudan a cambiar paradigmas obsoletos y contagiarlos con la creencia de que los sueños pueden hacerse realidad.

- **Certificaciones Internacionales**

- De la mano de Pearson, la empresa educativa más grande del mundo, ofrecemos a cualquier estudiante un proceso de certificación para una mayor empleabilidad, obteniendo credenciales vigentes donde puedan exponer sus competencias sociales y personales al pasar por tres etapas: Examen Diagnóstico de Estilos de Liderazgo, Entrenamiento en Habilidades Blandas y certificación con 5 distintivos Credly, válidos en 280 Universidades del mundo.

Cuenta con tres licenciaturas: Licenciado en Psicología, Pedagogía y Educación Preescolar, egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México y de la Universidad Anáhuac, es Maestro y Doctor en Educación, actividad a la que ha dedicado su vida en aras de transformar al mundo a través de la formación de generaciones de estudiantes.



- **Certificación en Ventas**

Uno de los productos más socorridos con los que contamos es una certificación internacional en ventas para instituciones particulares de educación, el cual se imparte de manera híbrida, presencial y en línea y les permite a los participantes adquirir las competencias que les garantizan el éxito en esta profesión.

- **Oferta educativa innovadora**

como la Licenciatura en Diseño de Modas actualizada acorde a las necesidades del mercado laboral, brindando la oportunidad de prácticas internacionales en Italia. O la Licenciatura en Filosofía Masónica, la primera licenciatura en México —y tal vez en el mundo— que permite tener un grado académico para los estudiantes de este tipo de filosofía y para los iniciados en la misma que quieran contar con un reconocimiento de validez oficial.



## > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2020
- > SUCURSALES: PRESENCIA EN 35 PAÍSES
- > CUOTA DE LICENCIAMIENTO: \$ 50,000 MX
- > INVERSIÓN TOTAL: \$ 100,000 MX

- > REGALÍAS DE ASISTENCIA TÉCNICA: 5%
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: 5%
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 90 DÍAS

- **Doctorado en Coaching Ontológico Cognoscitivo**

Es una de las disciplinas de desarrollo humano más poderosas que existen en la actualidad, analiza el poder del lenguaje en la vida humana, en la triada Realidad-Pensamiento-Lenguaje; descubre interacciones mucho más optimistas para el desarrollo personal y colectivo, y nosotros hemos logrado tener el reconocimiento de las autoridades educativas para convertir este programa de estudios en un Doctorado de Investigación con enormes posibilidades de inserción social y de cambio positivo para los doctorantes y su entorno.

- **Doctorado en Educación y Desarrollo Humano**

Este es un programa de doctorado pensado para maestros activos de escuelas públicas y privadas, que además de cumplir con todos los conocimientos y competencias del nivel de la ciencia actual, también ofrece una visión del ser humano, mucho más audaz en la manera de concebir el desarrollo humano, en términos más holísticos,

más plenos y más profundos, partimos desde la congruencia y creemos que para ser un mejor docente, profesor, o doctor, debemos ser primero mejores seres humanos y desde ahí derivamos este programa educativo.

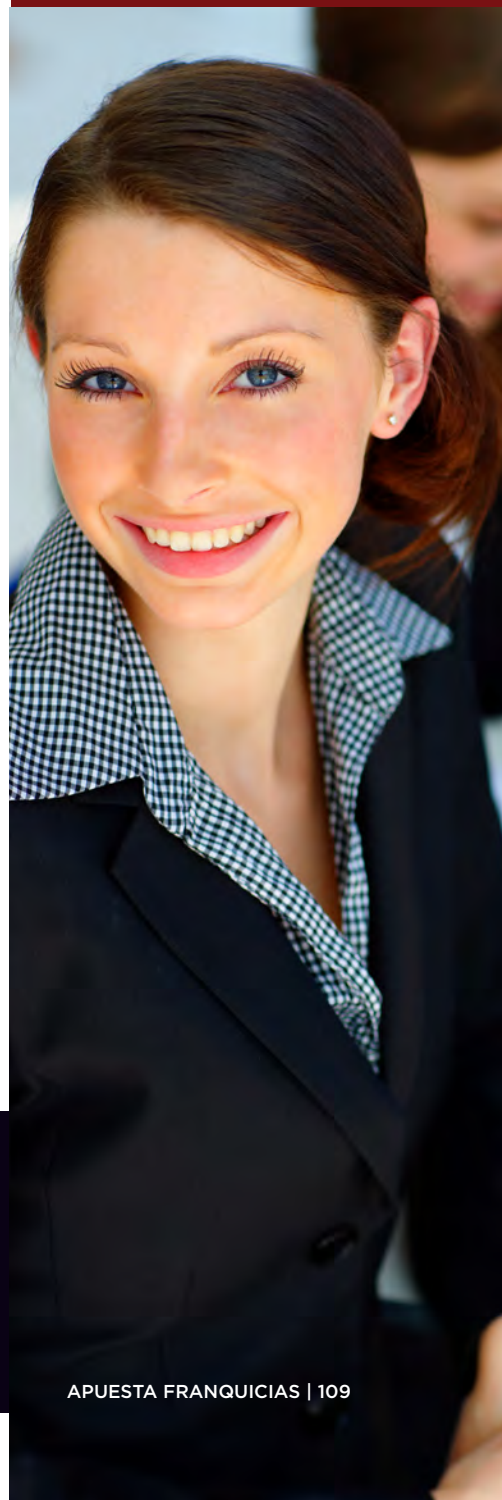
- **Realidad Virtual**

Estamos en pleno desarrollo y programación para incluir la realidad virtual en las situaciones áulicas, desde el análisis del papel que juega el factor emocional en el aprendizaje, estamos desarrollando aplicaciones prácticas para algunas materias que se pueden beneficiar de este tipo de tecnología.

Estamos muy orgullosos de lo que hemos y seguimos logrando al ofrecer educación totalmente en línea, de calidad y con calidez. Esta oportunidad de tener un impacto en la formación de la juventud mexicana está al alcance por medio de un modelo de negocio de licenciamiento por alcaldía para operar toda la gama de productos con una exclusividad territorial y con un costo preferencial.


## NUESTRA ACTUALIDAD

Creemos firmemente que nadie tiene la verdad absoluta y que todos podemos ofrecer propuestas y soluciones. No tenemos ninguna inclinación partidista ni segregamos ninguna ideología ni religión; solo nos interesa el bien común y el avance de las sociedades y los pueblos. De manera colectiva podemos construir alternativas viables de desarrollo a nivel local y global.



### > CONTACTO

Lic. Ángel Darío Sánchez Tinajero

 55 3614 7380


 [www.asociacionamevan.com](http://www.asociacionamevan.com)



# LA TECNOLOGÍA NO DEJA DE AVANZAR Y NOSOTROS TAMPOCO

La tendencia global en franquicias es obtener su máximo potencial con ayuda de la tecnología, usando herramientas que están haciendo que la administración de negocios alrededor del mundo sea más fácil y marcando una diferencia con los clientes.





**L**as franquicias tienden a estandarizar y documentar sus procesos, aprenden del error y logran mantenerse en constante evolución. He ahí la clave de su éxito a lo largo del tiempo. Eso, aunado a la tendencia que tiene el mercado a centrarse en priorizar la experiencia del cliente, nos ofrece una oportunidad de mejora constante que puede ser fácilmente resuelta con herramientas tecnológicas específicamente diseñadas para ayudar en esa búsqueda de la excelencia en el servicio, y la fácil administración dentro de la franquicia.

### **TECNOLOGÍA Y EVOLUCIÓN CONTINUA**

La tecnología juega un papel fundamental en muchos aspectos de una franquicia. Por supuesto, la idea de negocio sigue

siendo la base sobre la que oscila el éxito de la compañía, y lo que fijará la supervivencia o no de la empresa. Pero el desarrollo tecnológico tiene cada vez más peso en esta misión. Es decir, la tecnología no es suficiente para tener éxito, pero es imprescindible para alcanzarlo.

Dicho lo anterior, podemos enunciar 3 áreas en las que la tecnología genera un gran impacto positivo dentro de la franquicia:

- 1.** Comunicación y atención al cliente
- 2.** Logística y administración
- 3.** Tecnología en equipos y herramientas

### **COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

Entre los aspectos fundamentales en los que las nuevas tecnologías tienen un papel determinante son

en la comunicación con el cliente y en la relación entre la matriz y el franquiciado, mediante la habilitación de canales de comunicación que permiten gestionar la relación de forma más efectiva y cercana.

Dentro de las herramientas más poderosas para lograr este objetivo está *WhatsApp*, ya que gracias a su uso es posible mejorar la experiencia de los clientes y el tiempo de respuesta.

Gracias a la API de *WhatsApp*, los posibles clientes no tendrán que esperar horas y días para recibir una contestación. El tiempo de atención de respuesta será más rápido y características como horarios de apertura, disponibilidad de productos, entre otros, podrán comunicarse en cuestión de segundos.



# DRIVING FORWARD

Algunos de los beneficios adicionales son:

- Automatización y simplificación en operaciones a través de *chatbots*
- Mayor número de ventas al tener un servicio al cliente 24/7
- Al ofrecer funciones gratuitas, se reduce el costo en las estrategias de retención de clientes.
- Mejoras en la experiencia al cliente.

Según un estudio realizado por Kantar sobre la

opinión de los usuarios respecto a los mensajes comerciales, el 62% de los encuestados afirma que le es más fácil enviar mensajes a una empresa que contactar a través del sitio web, y el 70% manifiesta sentirse más conectado cuando puede comunicarse directamente con la empresa.

## **LOGÍSTICA Y ADMINISTRACIÓN**

Por otra parte, en el ámbito logístico, la tecnología, a través de la

implementación de nuevas herramientas, sistemas y dispositivos, ha permitido la optimización de los servicios y de la relación entre costos y beneficios, además de mejorar el nivel de satisfacción del cliente.

## **CosmosSync**

Esta novedosa aplicación es una herramienta muy útil y productiva para gestionar, crear y administrar los expedientes digitales (fotos, videos, notas, notas de voz) en los talleres de Fix Auto.



**Manfred Brandes**

CEO de Fix Auto México

Además de:

1. Levantamiento de inventario fotográfico editable y compartido en tiempo real a través de la nube a todos los dispositivos y computadoras del taller.
2. Información almacenada en una nube sin límite de espacio.
3. Video y fotografías de alta resolución con un mínimo peso.
4. Reducción de tiempos de operación en taller comprobados.

#### **Plan Manager - Planificador digital**

El Sistema Administrador de Negocio (*Business Management System*) de Fix Auto incorpora un magnífico tablero de asignación y planificación digital de unidades dentro del taller. Este puede ser gestionado a partir de las horas reales de venta (horas autorizadas - estimación) y las horas producidas (horas de trabajo operativo) con lo cual nos ayuda a cuidar de una manera más eficiente la rentabilidad de nuestros talleres, donde el tiempo es el principal factor crucial y de mayor valor en los centros de reparación de Fix Auto.

Con nuestro BMS podemos obtener indicadores de

eficiencia por operarios, así como el WIP, (*Working in Process*) con los cuales trabajamos a diario en nuestros talleres, donde cualquier desviación de tiempo asignado es medida, controlada y corregida.

#### **TECNOLOGÍA EN EQUIPOS Y HERRAMIENTAS**

Es bien sabido que para ofrecer un servicio de calidad, necesitamos invertir en varios aspectos importantes, como por ejemplo en adquirir equipos y herramientas de la más alta calidad, que estén a la vanguardia y con tecnología de punta para que nos permitan reducir tiempos de entrega de nuestro producto o servicio; y si al mismo tiempo nos permite ahorrar costos en producción, ¡qué mejor!

En Fix Auto nos caracterizamos por incluir dentro de nuestros talleres la mejor tecnología en equipos para así garantizar la satisfacción de los clientes por la calidad y rapidez de entrega de su vehículo. Nuestra prioridad es la seguridad de nuestros clientes, por lo que contamos con los mejores equipos a nivel mundial y eso es una muestra de nuestro compromiso.

Empresario y visionario con 32 años de experiencia en el campo de las reparaciones de hojalatería y pintura, fue parte del equipo que introdujo al país la pintura de 2 componentes al mercado mexicano, además de revolucionar la industria hacia un profesionalismo en la reparación, siendo pionero en equipos de punta que además de garantizar la calidad en la reparación, reducen el impacto en el medio ambiente. Siempre ha estado preocupado por mejorar el desarrollo de su negocio y ahora en FIX AUTO se pretende de igual forma contribuir a la mejora de talleres y servicio al cliente.

## NUESTRA HISTORIA

Fix Auto nació en Canadá en 1992 con un objetivo claro: construir un modelo de excelencia, basado en altos estándares de calidad, consistencia, ética y ejecución, en toda su red de talleres.

Desde entonces inició su expansión bajo el modelo de franquicias y hoy ya está presente en 13 países, por supuesto incluido México, y cuenta con más de 950 talleres a los que cada día se suman más.

Gracias al esfuerzo y visión de Steve Leal, Presidente de Fix Network World, a la gran familia Fix Auto se han sumado otras marcas: Speedy, Pro Color Collision y Novus Glass; esta última, especialista en reparaciones de parabrisas y que próximamente estará disponible en nuestro país.

Por la calidad y estándares que ofrece Fix Auto, es la primera opción para las compañías aseguradoras que buscan la mejor atención para los vehículos de sus asegurados, para atenderlos y reparar los daños provocados durante algún incidente; y para el público que simplemente quiere conservar la estética de su automóvil.





Unos de los equipos más innovadores es el CAR-O-TRONIC de CAR-O-LINER y la Sata 5500. El CAR-O-TRONIC brinda mediciones de diagnóstico veloces y precisas para que se pueda iniciar y completar la reparación más rápido

que nunca. Es un brazo de medición ligero, eficiente y fácil de usar combinado con Car-O-Data®, la base de datos de vehículos más completa del mundo. Esta tecnología es una herramienta indispensable para que cada auto logre regresar

a las especificaciones de fábrica originales, devolviendo su puntaje de Seguridad y Calidad acorde con Latin NCAP.

En Fix Auto, cuando un vehículo ingresa a reparación y tiene daño

## > DATOS

- > CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 1992
- > SUCURSALES: +950
- > CUOTA DE FRANQUICIA: \$500,000 PESOS

- > INVERSIÓN TOTAL: ENTRE 6 Y 9 MILLONES DE PESOS
- > PORCENTAJE DE REGALÍAS: 5% SOBRE VENTAS TOTALES ANTES DE IVA
- > FONDO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: 1% SOBRE VENTAS TOTALES ANTES DE IVA
- > TIEMPO ESTIMADO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN: 24 MESES



## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Fix Auto México negocia con las aseguradoras y flotillas directamente, por lo que el taller se dedica a producir y nosotros nos dedicamos a atención de los clientes y desarrollo de las ventas, además del control, procesos y resultados hacia ellos.

estructural, el operario toma las medidas de cómo se encuentra el auto en ese momento y cuando termina la reparación se vuelven a tomar las medidas para tener la seguridad de que hicimos bien nuestro trabajo. El auto deberá estar dentro de ciertos valores para saber que volvió a tener la misma seguridad que de fábrica. Al ser así, se le emite un certificado de calidad que se le da al cliente.

La SATAjet X 5500 es la última pistola de pintura de SATA de origen y tecnología alemán, que permite a los pintores aplicar con una muy alta calidad y replicar con una excelente aspersion el color ya igualado. Además

es notablemente más silenciosa y proporciona al pintar una sensación de aplicación más suave y agradable. Su mayor ventaja es que reduce el consumo de material un 15%.

Al implementar las últimas tecnologías nos aseguramos como empresa de que nuestro trabajo se hizo de la forma correcta. Eso nos acerca más a nuestros clientes y también nos ha ayudado a demostrarle a las aseguradoras que nuestro servicio da resultados reales, medibles y tangibles.

En conclusión, en este modelo de negocio se busca prepararse y marcar la diferencia para prevalecer en el mercado, ya que los negocios que perduran son, en su mayoría, marcas que sorprenden con sus productos, servicios y/o diferenciadores ante sus competidores. El uso de herramientas tecnológicas pueden hacer aún más rentable el negocio y es por eso que los talleres automotrices en todo el mundo compiten por actualizarse, tendencia que adoptamos en Fix Auto y que nos mantiene a la vanguardia en el mercado.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Hoy en día somos la cadena de talleres en carrocería y pintura más grande del mundo. Todo el tiempo nos estamos actualizando y mejorando para seguir ofreciendo un servicio excelente. En México nuestra visión es cambiar la idea que se tiene respecto al taller de reparación, ofreciendo un servicio de excelencia, de máxima calidad y en tiempos inmejorables. Nuestra meta es multiplicar nuestra oferta de sucursales a lo largo del país dentro de los próximos 5 años.



### > CONTACTO

Guillermo Pasquel

☎ 55 4464 3748

✉ franquicias@fixauto.com

🌐 fixauto.com

📘 Fix Auto México

📷 fixautomx

🌐 in fix-auto



# EL SERVICIO Y SU MATRIMONIO CON LA TECNOLOGÍA

Esta es una reflexión sobre cómo el servicio al cliente conoció a la tecnología, se enamoraron, se casaron y viven un eterno romance. Descubre la relación intrínseca entre ellos, un concepto no siempre claro pero vigente, que afecta a proveedores y clientes, y que se refuerza cada día más con los avances de las comunicaciones.



**C**uando Editorial Leto me pidió escribir un artículo sobre las tendencias del servicio, inmediatamente acepté ya que es un tema que me apasiona. Tomé mi pluma y cuaderno preferido y establecí que para estos tiempos ya había abusado de la reciente y aún inconclusa pandemia, por lo tanto me comprometí a dejar fuera al COVID 19 y a no sonar regañón; para mi sorpresa, descubrí que me costó mucho cumplir mis dos compromisos. La solución y el producto

final lo encontré cuándo decidí escribir sin apego a la retórica. Espero que esta lectura sea de provecho para ti, que te deje algún mensaje oportuno y que te ayude a ofrecer un mejor servicio al cliente.

**EL SERVICIO AL CLIENTE CONOCIÓ A LA TECNOLOGÍA, SE ENAMORARON, SE CASARON Y VIVEN UN TÓRRIDO ROMANCE**

Primero que nada, es indispensable que aceptes mi regla de oro para la atención de clientes, la he acuñado y he transitado con ella mi vida profesional desde los años 80:

Los clientes NO siempre tienen la razón, de hecho, a todos los que trabajan conmigo (compañeros, subordinados y hasta jefes) siempre he tratado de convencerlos de esto.

Si tú no estás de acuerdo con mi regla, te invito a seguir leyendo y te demostraré por qué digo esto, ya que es de suma importancia en el éxito de tu negocio.

La evolución del servicio al cliente tiene una relación estrecha con la tecnología, es directamente proporcional a los avances en las comunicaciones.



Conceptos hoy comunes en reuniones formales de marketing como “la inmediatez” o “el *on-demand*” simplemente no existirían sin los avances de las comunicaciones, y esto es porque a los conceptos tradicionales de calidad, cantidad, precio y puntualidad — asociados a la satisfacción de clientes— se ha sumado el de “rapidez”, el cual no se podría conseguir sin las facilidades tecnológicas que hoy en día tenemos.

Un ejemplo: desde tiempos inmemorables las personas hemos demostrado afecto obsequiando flores; gracias a la comunicación hoy podemos enviar flores a cualquier persona en cualquier parte del mundo. Existen suscripciones con las que puedes programar el envío de flores en fechas determinadas por tiempo indefinido, lo que ayuda a garantizar la satisfacción de los clientes. Coincidirás conmigo en que esto sin internet sería prácticamente imposible.

## **1983 NACE LA WWW Y CON ESTO EL MATRIMONIO RENOVÓ SUS VOTOS**

Con la aparición del internet como hoy lo conocemos en 1983 y su llegada a México en 1997, el comportamiento de los clientes cambió drásticamente, los patrones de compra se modificaron obligando a los comercios a tomar medidas disruptivas que se hicieron más evidentes durante el boom de las aplicaciones, asociadas con la aparición de los iPhone en 2007. Las cosas no pararon ahí, no se han detenido y asumo que nunca lo harán. El servicio al cliente es otra carrera sin final y en ella solo participarán y obtendrán resultados los que atiendan esta simbiosis entre tecnología/comunicación y satisfacción.

## **¿CIENCIA FICCIÓN O INTELIGENCIA ARTIFICIAL?**

Es tan importante la influencia de la tecnología en el servicio al cliente que hoy, en 2022, existen empresas que ya pueden pronosticar lo que vas a regalar esta navidad. ¿Ciencia ficción o inteligencia artificial? Simple pero no tan sencillo.



**JAIME CASTILLO ZETINA**  
Director General de Inciatus



## ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Inciatus establece para cada nueva Franquicia las líneas maestras para una efectiva toma de decisiones con base en planes de acción. Convertimos sueños en negocios, transformamos negocios en Franquicias. Nuestros desarrollos empiezan desde los \$110,000 mxp y todos cuentan con garantía de éxito.

Por los sitios que las personas visitan en internet o por los amigos con los que se relacionan en redes sociales, Google y otros motores de búsqueda, ya tienen una idea muy clara de lo que les gusta a tus clientes, cuánto están dispuestos a pagar, cuándo tendrán el dinero para adquirirlo, e incluso cuándo lo desearán y tú debes estar listo para ofrecer respuesta y máxima calidad.

Recuerda agrupar en calidad todos los conceptos esperados por los clientes como cantidad, precio, puntualidad, rapidez, entre otros, pues si en el pasado era difícil recibir una segunda oportunidad, hoy las oportunidades se pierden incluso antes de relacionarte con tus clientes, ya que la cantidad

de alternativas disponibles para productos y servicios es enorme.

Te invito a llevar a cabo el siguiente ejercicio, aunque solo debe hacerse si estás dispuesto a reconocer que vivimos en una aldea global:

Realiza una búsqueda en Google y utiliza una palabra genérica que describa tu servicio o producto. De esta búsqueda obtén dos indicadores: el primero, el tiempo que le tomó presentarte sus alternativas (en mi experiencia no le toma más de 1 segundo a ningún motor de búsqueda entregar resultados para cualquier concepto); después toma el número de resultados que te proporciona y divídelo entre 1,000. Si el producto de esta operación es un valor menor a 100, ¡qué buena suerte!, ya que en mi opinión no estás en un negocio muy competitivo. Sin embargo, si el valor es superior a 101, te invito a reflexionar cómo lo estás haciendo, ya que si no tienes un valor de aceptación por parte de tus clientes tu permanencia está muy comprometida.

### 95% ES PERFECTO

Hay quienes se preguntan qué valor de satisfacción de sus clientes es bueno,

## NUESTRA HISTORIA

Inciatus S.A. de C.V., empresa de consultoría especializada en el desarrollo de franquicias, aplicaciones móviles y plataformas administrativas surgió en el año 2010 como respuesta a una necesidad detectada por nuestro fundador, Jaime Castillo, un par de décadas atrás durante su asistencia a una de las primeras ferias de franquicias en México en 1988. En aquella época él se encontraba inmerso en su negocio de mecánica automotriz y no hubo oportunidad de explorar las posibilidades de colaboración en el rubro. Años después entró al mundo de las franquicias cuando fue invitado a tomar la dirección de operaciones de Speedee, una de las franquicias más exitosas que han pasado por nuestro país. Con los conocimientos adquiridos y la firme convicción del potencial de su idea largamente perfeccionada, creó una consultoría que ha ayudado a emprendedores y empresarios a convertir sus negocios en franquicias, cubriendo todas las áreas necesarias para lograrlo. Nuestro lema: "Convertimos sueños en negocios, transformamos negocios en franquicias".

yo digo que 95% ya es perfección; así es, opino que un 95% es suficiente para permanecer y atraer clientes. Por supuesto, no desmotivo a quien busca un 100%, pero lo que no recomiendo es morir en el intento, sacrificar empleados, rentabilidad u otros clientes en un afán de lograr la perfección, por tanto 95% es perfecto.

### ¿QUÉ NECESITO PARA OFRECER BUEN SERVICIO AL CLIENTE?

¿Con qué elementos de comunicación debes contar hoy que te ayudarán a conseguir el 95%?

Aunque es egresado del mundo de la aeronáutica, desde 1991 trabaja en el sector franquicias: ha sido COO de JC Taller, Speedee, creador de Grúas Gorilas, socio fundador de Inciatus (consultoría en franquicias) y, desde 2019, lidera Fix Auto. Egresado del PROCEF, fue vicepresidente nacional de la Asociación Mexicana de Franquicias (2014-2015). Su experiencia empresarial lo llevó a desarrollar "Fix Franchise", un nuevo servicio para solucionar temas de franquicias en tiempo de crisis.



- Página web actualizada y obligadamente responsiva, que cargue en menos de 2 segundos.
- WhatsApp Business con respuestas 24/siempre, WhatsApp cuenta con chat bots incorporados que te ayudarán con esta tarea.
- Presencia en diferentes redes sociales con actividad permanente y atención de comentarios por profesionales que conozcan a fondo tu negocio, tu mercado y tu filosofía empresarial.
- Google My Business, una red social frecuentemente no tomada en cuenta, sin embargo relevante ya que es una herramienta que el buscador utiliza para posicionarte y exhibirte en las búsquedas de los clientes.
- Una cuenta de correo electrónico que llegue al *inbox* del CEO o COO o ambos, con un alias del tipo: escuchadote@tuempresa.mx o contigo@tuempresa.mx.
- Dependiendo de tu negocio una web app, para llevar con puntualidad un *e-commerce* o un CRM del mismo.
- Indispensable: una línea telefónica, sin contestadora automática ni grabaciones con interminables menús de alternativas. Una línea telefónica en la que se consiga hablar con un ser humano, sensible, asertivo y empático.

#### **REGLA DE ORO**

Recuerda mi regla de oro y compártela con tu equipo; otórgales un poder eterno, dales la razón perpetua sobre la de cualquiera de tus clientes; solo asegúrate de

que comprendan dos cosas más, sin estas condiciones mi regla carece de valor:

- 1.- Este poder se extingue si lo presumen fuera de tu empresa, es un secreto que deben mantener. Con esto sin duda ellos siempre tendrán la razón bajo cualquier circunstancia o relación con clientes.
- 2.- Explícales que así como ellos siempre tendrán la razón, los clientes serán los únicos que sabrán cuándo están completamente satisfechos, y eso es lo más importante y lo único que debe preocuparles: conseguir la satis-

facción de cada cliente incluso de aquellos que tienen la razón.

Aquí radica el éxito del servicio al cliente: conseguir a como dé lugar la satisfacción total de nuestros clientes incluso anteponiéndola a nuestra razón. Ten siempre presente que tus clientes te buscan para satisfacer "algo".

Espero que este artículo haya superado tus expectativas y que estés satisfecho con lo presentado, tengas o no tengas la razón; cualquier observación siempre será bien recibida en atención-siempre@inciatus.mx.

## NUESTRA ACTUALIDAD

Llevamos más de diez años brindando servicios de consultoría a negocios que tengan potencial de convertirse en franquicia. Estandarizamos los procesos actuales de las empresas a través de planes estratégicos y manuales de operación. Nuestra estrategia es instaurar un acervo cultural para cada negocio franquiciante que sea una base para el ordenamiento de la empresa, y una guía para los futuros franquiciatarios en términos de innovación, operaciones, Recursos Humanos, administración, finanzas, marketing y publicidad. Hemos ampliado la cartera de nuestros servicios y ahora contamos con expertos en desarrollo de aplicaciones para móviles, además de plataformas digitales para la administración de las empresas. Esto nos permite mantenernos siempre a la vanguardia y crecer junto con nuestros clientes.



# INCIATUS

FRANQUICIAS



[inciatus.mx](http://inciatus.mx)



IP & INNOVATION

# GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN DE LA FRANQUICIA EN LA ERA DIGITAL

Con este relevante tema se busca generar consciencia en el sector de las Franquicias, donde cada día gana más terreno el mundo digital sobre otras tendencias anteriores; desde las plataformas de capacitación y entrenamiento (*e-learning*), pasando por sistemas de comunicación para ofrecer asistencia técnica de manera remota, hasta la transmisión de *know how* en creativos e innovadores “manuales digitales”.



**S**egún el Reporte de Ciberseguridad 2020 del BID, un tercio de los países en América Latina no cuenta con un marco legal sobre delitos informáticos y México es parte de ellos. Así mismo, las PyMES son el principal blanco de los ciberataques en México, siendo este sector el que en su mayoría opera y está al frente de las diversas franquicias instaladas en nuestro país; sumado a lo anterior, encontramos que los mayores riesgos en materia de ciberseguridad son la pérdida de datos y la filtración de información, situación que sería catastrófica para

cualquier franquicia que basa mucho de su éxito en los secretos industriales que celosamente protege año tras año. De esto se desprende la relevancia que hoy cobra un tema que apenas hace unos años parecería extraído de la ciencia ficción y que hoy es una realidad.

Con el desarrollo de las tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), así como su crecimiento y fortalecimiento como consecuencia del uso de estas tecnologías a nivel mundial por el confinamiento sufrido por la COVID-19 en 2020 y 2021, la ciberseguridad se convirtió en un tema de alta relevancia y

por supuesto nuestro país no fue la excepción; más cuando no se cuenta con un marco regulatorio que permita actuar en defensa de los derechos que el uso de estas TICs conlleva. Así como México fue un gran protagonista del uso de este tipo de tecnologías, uno de los sectores con más injerencia en la práctica de estas fue el de las franquicias, que no solo implementa TICs en las comunicaciones, sino que además se ha destapado en beneficio del sector su uso para ofrecer capacitaciones y entrenamientos, brindar asistencia técnica, gestionar pagos y, desde luego, la evolución de utilizar plataformas digitales para las



transmisión de *know how*, que anteriormente solo se hacía con manuales físicos. Hablar de innovación o de desarrollo económico e incluso de bienestar social es hablar de un tema tan crucial como la ciberseguridad, pues a diferencia de años anteriores, hoy una base de datos —por citar un ejemplo— vale muchísimo para su poseedor, considerando incluso que los datos hoy son el petróleo de la actualidad.

Entremos en materia y hagamos un análisis de lo que debemos de considerar para hacer una

correcta estrategia de protección y una debida gestión de seguridad de la información. El primer punto que analizaremos será la interacción humano-computadora que se da con el uso de plataformas de capacitación, enseñanza a distancia y aprendizaje mixto. Dentro de los principales problemas con los que se puede enfrentar una plataforma de enseñanza se encuentran los siguientes:

- Ataques deliberados de software (virus, *bugs*, entre otros)
- Fallos técnicos del software (errores,

problemas de codificación, lagunas desconocidas)

- Error o fallo humano (accidentes, errores de los empleados)
- Actuaciones deliberadas de espionaje o intrusión (acceso no autorizado y/o recopilación de datos)
- Actos deliberados de sabotaje o vandalismo (destrucción de información o sistema)
- Fallos o errores técnicos del hardware (fallo del equipo)
- Actos de robo deliberados (confiscación ilegal de equipos o información)



**Manuel García Torres-Trueba**  
Managing Partner M IP & Innovation

- Violación de propiedad intelectual (piratería, derechos de autor, infracción)
- Actos deliberados de extorsión de información (chantaje para divulgación de información).

Aunque pudiera parecer incluso ficción, estos son problemas a los que ya se enfrenta una empresa que utiliza la mínima tecnología de comunicación y almacenamiento de datos, ya que hoy en día recopilamos en nuestro negocio datos personales por cuestiones de pago y facturación, marketing y publicidad, seguimiento y servicio al cliente, registro

de consumo, o simplemente por la visita de una persona a nuestro establecimiento o sitio web.

Hemos encontrado durante nuestra práctica que en las empresas no hay medidas de ciberseguridad, protocolos de confidencialidad, e incluso sus documentos más básicos de recabación de datos personales internos como serían una solicitud de empleo, un contrato de trabajo, fichas técnicas de sus trabajadores, entre otros, no han sido revisados desde esta óptica, ya que existe un total desconocimiento del tema, lo cual pone en grave riesgo a la empresa.

De acuerdo con ISO27000, se define como información todo conjunto de datos —escritos, gráficos, hablados, impresos, almacenados electrónicamente o en físico, proyectados o enviados por correo— que se encuentren organizados y en poder de una entidad. Para entender el alcance de protección que debemos de dar sobre dicha información, se tendrán que considerar los siguientes tratamientos:

## NUESTRA HISTORIA

M nace como una firma boutique especializada en propiedad intelectual, la cual a lo largo del tiempo fue evolucionando en su modelo de negocio, basando esta evolución en el mercado, la satisfacción del cliente y, desde luego, ofreciendo el mejor servicio personalizado a cada cliente sin importar su tamaño. Dentro de esta evolución, en 2014 se abre una ventana de oportunidad para ingresar al sector Franquicias y desde ahí fuimos encontrando el camino que hoy nos tiene aquí, como la única firma que basa su consultoría de desarrollo y actualización de sistemas de franquicias, desarrollo de negocio y estandarización de procesos en la innovación, usando metodologías como *Design Thinking*, *Lean Start Up*, *Lego Serious Play*, entre otras. Hoy contamos con un equipo multidisciplinario, constituido por abogados especialistas en Propiedad Intelectual, Franquicias, Derechos Contractual y Societario, así como en Derecho Fiscal y Migratorio. M IP Abogados & Innovación ha crecido a través de alianzas estratégicas que nos colocan hoy como un referente en diversas zonas de la república mexicana, Estados Unidos de América y algunos países de América Latina.

### ¿QUÉ NOS DISTINGUE?

Lo que nos hace diferentes a cualquier otra consultoría, además de la experiencia y especialización de los miembros de nuestra firma en todas las áreas, es que buscamos empatizar con nuestro cliente para ayudarle con su estrategia de expansión basados en la innovación, validación del mercado objetivo y, por supuesto, con un tinte humano con el que garantizamos que todos los negocios de nuestros clientes tienen alma.

- **Confidencialidad-** la información solo es accesible para personal, entidades o procesos previamente autorizados.
- **Integridad-** consiste en saber con exactitud los usos que se le están dando a la información.
- **Disponibilidad-** acceso y aprovechamiento de la información previamente autorizada.

Resulta muy importante capacitar a nuestros colaboradores que tengan acceso a dicha información

Manuel García Torres-Trueba es licenciado en Derecho con másters en Negocios y Alta Dirección, y Gestión de Recursos Humanos, además de especialización en Propiedad Intelectual y Franquicias. Es el fundador y actual socio administrador de M, una firma que desde sus inicios buscó darle la vuelta al desarrollo, la actualización y gestión de Franquicias, basando su consultoría en una metodología que tiene como pilares la innovación a través del *Design Thinking*, *Lego Serious Play* y *Lean Start Up*, principalmente. M también ofrece asesoría legal especializada en las áreas más importantes de una empresa, como la propiedad intelectual, asesoría fiscal y corporativa. Hoy M, de la mano de Manuel García y sus diversos aliados y socios, se posiciona como la única firma legal y de consultoría especializada para franquicias basados en la innovación. Asimismo, Manuel García junto con reconocidos y prestigiosos consultores de la industria, ha proyectado su misión y visión a diversos estados de la República Mexicana, así como a la región Centro Americana y recientemente a Perú.



para que consideren en todo momento la debida gestión de seguridad. Para ello es necesario que tanto proveedores internos, externos y clientes jueguen un papel activo dentro del proceso, ya que todos forman parte del modelo de gestión. El objetivo principal del SGSI es implementar controles de seguridad basados en una evaluación de riesgos y en una medición de su eficacia enfocada a los objetivos de negocio. Es claro que los ataques informáticos a empresas y usuarios son cada vez más habituales, y las franquicias son un punto vulnerable de este tipo de ataques, por lo que el tener un plan o estrategia de ciberseguridad, así como un programa de protección civil, es vital. Los factores que detonaron desde 2020 que este tema se haya hecho tan relevante, pueden ser estos tres:

- El incremento de trabajo en casa o *home office*, dando pie a que servidores de terceros ingresen a los de la empresa.
- El incontenible uso de dispositivos y aparatos electrónicos, principalmente los que tienen acceso a una red.
- El incremento del uso de Internet para la adquisición de productos y servicios.

#### **MEDIDAS DE PREVENCIÓN**

En este sentido, podríamos destacar 5 consejos que una empresa franquiciante, así como sus franquiciatarios, deberían de aplicar para reducir el riesgo de ciberataques:

##### **1. Las contraseñas:**

Uno de los principales problemas que enfrentamos tanto personas como empresas radica en la gestión correcta

de contraseñas. Se debe seguir al menos ciertas reglas al establecer contraseñas, como tener una complejidad mínima, combinando letras (minúsculas y mayúsculas), números, símbolos y signos, así como rotar estas frecuentemente. Además, los usuarios de las empresas deberían tener un acceso restringido, es decir, poder visualizar lo exclusivamente necesario con la posibilidad de acceder a más contenidos siempre de manera vigilada.

##### **2. Ir más allá del antivirus:**

Existen muchos ciberataques que no son detectados por un antivirus, por eso hay que buscar otras herramientas digitales que bloqueen posibles ataques que pueda sufrir nuestra empresa.



**3. Accesos y privilegios controlados:** Cualquier empresa con empleados que tienen acceso a su información más privilegiada y a la de sus clientes y demás empleados tendría que desarrollar una política de privilegios, pues resulta absurdo que todas las personas que colaboren con la empresa tengan el mismo acceso.

**4. Estrategias evolutivas y de largo plazo:** Se deberá de trazar un plan que garantice el control de la seguridad de forma integrada y a largo plazo, teniendo en cuenta la longevidad de nuestra tecnología,

y sobre todo estar en constante actualización de nuestros sistemas y medios de seguridad.

**5. Cultura de seguridad:** No existe un medio más eficaz para conservar nuestras estrategias que la educación de nuestra gente, es decir, que para que todas estas acciones sean efectivas debemos empezar por lo más básico que se resume en la cultura de seguridad; si nuestro personal está capacitado y consciente de los riesgos de un sistema vulnerable, podremos minimizar el peligro de fuga de información y ataques internos y externos.

## NUESTRA ACTUALIDAD

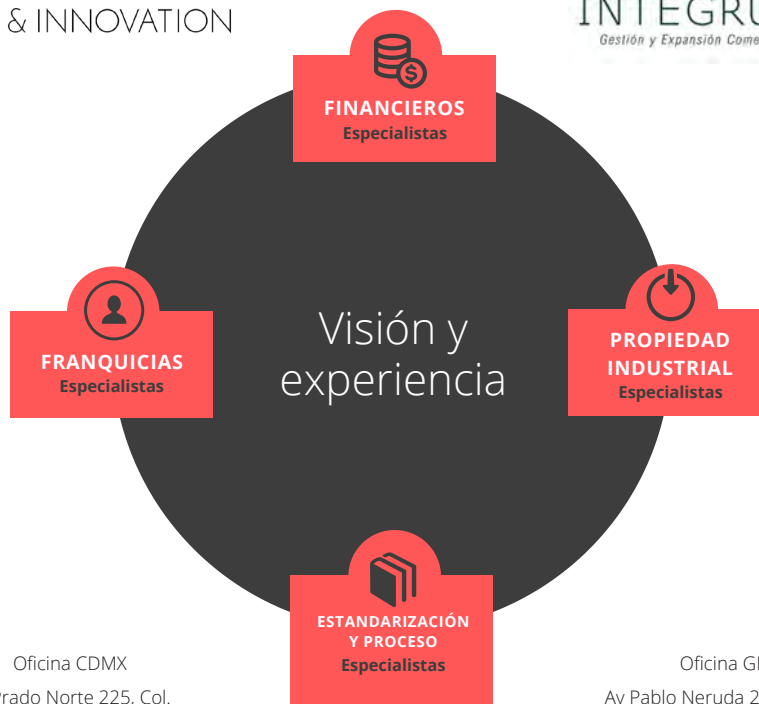
M, IP Abogados & Innovación hoy se ha consolidado como un referente nacional e internacional en temas de Propiedad Intelectual, donde basamos nuestra experiencia en las estrategias de protección y vigilancia de marcas y patentes, litigio especializado en Propiedad Industrial ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la Fiscalía General de la República (FGR), la Sala Especializada en Propiedad Intelectual del Tribunal Federal de Justicia Administrativa (SEPI del TFJA), Tribunales Colegiados de Circuito en Materia Administrativa y La Suprema Corte de Justicia de la Nación. Sin embargo, hoy hemos ampliado nuestra práctica en otras materias íntimamente vinculadas a la franquicia como sería Derecho Corporativo y Societario, Derecho Migratorio, Derecho Contractual y desde luego Derechos Fiscal. También hemos incursionado en diversas industrias, participando en procesos de incubación y desde luego en proceso de aceleración a nivel nacional e internacional.

Somos una firma consultora de negocios y estructuración de empresas, así como en materia legal, especialistas en Propiedad Industrial, Franquicias, Derecho Migratorio, Fiscal y Contractual.

A lo largo de nuestros años de experiencia, hemos entendido las necesidades de nuestros clientes, definiendo una metodología propia que satisfaga y consolide su proyecto; y en el mediano y largo plazo, consoliden su crecimiento.

Nuestra consultoría se basa en una metodología propia, edificada en dos pilares: el primero de ellos es la necesidad de crecer de una marca y el segundo, conocer qué es lo que busca el cliente final (consumidor).

Para llegar al resultado deseado, utilizamos la innovación, basada en varias metodologías Design Thinking, Lean Start Up, Lego Serious Play, Business Coaching y La Teoría del Cambio, donde la experiencia y especialización de nuestros colaboradores, harán que la diferencia frente a tu competencia, se note.



Oficina CDMX  
Prado Norte 225, Col.  
Lomas de Chapultepec,  
C.P. 1100, CDMX,  
hola@mipinnovation.mx

Oficina GDL  
Av Pablo Neruda 2560, Col.  
Providencia, C.P. 44630,  
Guadalajara, Jalisco.  
hola@integrum.mx



Director General: STEPHAN PORIAS; Director Comercial: JAVIER LÓPEZ DE LLERGO; Ventas: RICARDO SOLORIO, CELIA ORTIZ; Diseño Gráfico: PAUL RODRÍGUEZ; Contenidos: LAURA GARCILAZO, PALOMA CABO; Asistente de Dirección: CRISTINA SÁNCHEZ; Contabilidad: MARCO ANTONIO CASTRO, PATRICIA GUERRERO; Logística: OSCAR MORENO, IFRÁN RODRÍGUEZ; Imprenta: SPI.

APUESTA  
FRANQUICIAS

#### APUESTA FRANQUICIAS, PUBLICACIÓN ANUAL.

Editorial Leto, S.A. DE C.V., Av. Juan Salvador Agraz 97, Planta Baja, Despacho 33, Col. Santa Fe, alcaldía Cuajimalpa, Ciudad de México, México, C.P. 05300, Tel. 55 5813 9032.  
IMPRESO EN MÉXICO. Septiembre de 2022.


Distribuidores: Editorial Leto, S.A. de C.V., Av. Juan Salvador Agraz 97, Planta Baja, Despacho 33, Col. Santa Fe, alcaldía Cuajimalpa, Ciudad de México, México, C.P. 05300, Tel. 55 5813 9032

Distribuidora Intermex S.A. de C.V., Lucio Blanco 435, Col. San Juan Tlihuaca, Alcaldía Azcapotzalco, Ciudad de México, México, C.P. 02400, Tel. 55 5230 9500.

El contenido de los artículos, así como de los anunciantes y proveedores refleja única y exclusivamente el punto de vista de su autor. Los contenidos, promociones y materiales de los mismos, son responsabilidad de su autor. Todos los materiales publicitarios que contengan alguna imagen o material que requiera alguna licencia, serán responsabilidad de su autor o de la empresa anunciada. Editorial Leto se deslinda de cualquier responsabilidad en los materiales publicitarios elaborados por las distintas marcas que aparecen en esta publicación.

Todos los nombres, marcas, diseños, fotografías, etc., registrados o no, propias o de terceros son responsabilidad del anunciante.

Las personas que colaboran en este número son asesores independientes de Editorial Leto, S.A. de C.V. Todos los derechos sobre las fotografías incluidas en este libro son propiedad exclusiva de stock.adobe.com y depositphotos.com, quedando prohibida su reproducción parcial o total. La reproducción parcial o total, modificación, distribución, transmisión, reproducción, exhibición o ejecución de lo contenido en esta obra, incluyendo cualquier medio electrónico o magnético sin la debida autorización por escrito de Editorial Leto, S.A. de C.V., queda totalmente prohibida. Editor Responsable: Stephan Porias Noriega. Esta publicación se terminó de imprimir en septiembre 2022 en las oficinas de Servicios Profesionales de Impresión, S.A. de C.V., Mimosas 31, Col. Santa María Insurgentes, Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México, México, C.P. 06430, Tel. 55 5117 0108.

The logo for Aqua Clyva, featuring a stylized water drop icon to the left of the brand name. The word 'aqua' is in a larger, lowercase font, and 'clyva' is in a smaller, lowercase font below it. A registered trademark symbol (®) is located to the right of 'clyva'.

aqua  
clyva®

La **+** **EXITOSA** de  
los últimos años



*Sacia tu sed  
de negocios  
con tu  
franquicia*

**Contáctanos:  
55 5537 0000**

[www.aquaclyva.mx](http://www.aquaclyva.mx)

# TU CRECIMIENTO NECESITA SOLUCIONES EFICIENTES

Estantería Doble Nivel



VISITA NUESTRO **SHOWROOM ESPECIALIZADO** EN EL ESTADO DE MÉXICO.  
AGENDA UNA CITA

Contáctanos

 **800 288 7678**

¡Escríbenos al WhatsApp!

 **55 8071 9660**

[www.pmsteele.com](http://www.pmsteele.com)



SISTEMAS DE  
ALMACENAMIENTO