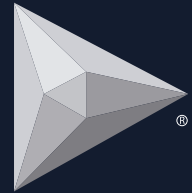


A P U E S T A ————

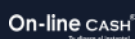
# FRANQUICIAS

# 30 AÑOS 30

ASOCIACIÓN  
MEXICANA DE  
FRANQUICIAS



## HISTORIAS DE ÉXITO





### **LA FRANQUICIA VINO A REINVENTAR NUESTRA FORMA DE PENSAR Y DE VIVIR**

Es el modelo de expansión de negocios más exitoso de todos los tiempos, al ser el creador y difusor de algunas de las más famosas marcas globales de alimentos y bebidas, comercio minorista y servicios.

Quizá las marcas en las que uno piensa cuando habla de franquicias comenzaron como marcas locales, pequeñas, pero con la firme intención de crecer y llevar su producto o servicio a cualquier lugar.

El sistema de franquicia es un método creado para vencer las limitantes del entorno y las propias limitaciones del creador de una marca, ya sea financieras, de conocimiento o infraestructura.

El sistema ha funcionado bastante bien y sin embargo, la velocidad con la que el mundo cambia supone un reto para establecer nuevas dinámicas que hagan posible nuestro éxito y el de las generaciones por venir.

Las franquicias en México iniciaron su desarrollo hace más de 30 años con la llegada de marcas internacionales de probado éxito. Una vez que reconocimos y comprendimos la viabilidad del modelo, comenzaron a desarrollarse marcas locales que, por sus diversas restricciones ya sea económicas, de inversión o alcance, voltearon a ver este modelo como sinónimo de éxito.

En estos 30 años han sucedido muchas cosas: la fundación de la Asociación Mexicana de Franquicias; el primer acercamiento a una legislación de franquicias; el aprendizaje sobre franquicias y el desarrollo de programas académicos como el Programa de Certificación de Ejecutivos de Franquicias (PROCEF), de la mano de la Universidad Anáhuac.

En estos 30 años de historia hemos visto nacer, crecer y reproducirse una infinidad de marcas de las que han sobrevivido las más preparadas, las que enfocaron sus esfuerzos en la capacitación y cuidado tanto de la propia marca como de los ejecutivos que en ellas colaboran.

Hoy nos complace ver que México ha sido el origen de más de mil franquicias que se han expandido a lo largo y ancho del país y en este tiempo ha sido también destino de muchas marcas extranjeras que han visto la gran oportunidad que presenta el mercado mexicano; todos los meses somos testigos de nuevas franquicias que tienen la intención de incursionar en nuestro país.

Durante el siglo pasado uno de los hechos económicos trascendentales fue el crecimiento de las franquicias como forma de realizar negocios.

La economía mundial atraviesa por un proceso de expansión y muchas empresas intentan ampliar sus horizontes de desarrollo mediante la entrada a nuevos mercados.

México ofrece a las franquicias la solidez necesaria para desarrollarse exitosamente dentro de las economías emergentes. El crecimiento de esta estrategia comercial ha hecho que nuestro país se ubique hoy en día entre los primeros países del mundo en función de redes o cadenas de franquicias y unidades franquiciadas.

Como presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias no me queda más que dar mi agradecimiento pleno a quienes históricamente vieron éste como un modelo de desarrollo exitoso y nos han ayudado a consolidarlo. Cabe hacer una mención especial a quienes día a día, con ideas, esfuerzo y visión de desarrollo han colaborado para fortalecer nuestro sector.

30 años de esfuerzos, tropezar y levantarse, pero siempre demostrando que nuestro modelo es pujante y que no hay fuerza que lo detenga.

Sigamos construyendo y demostrando al mundo que las franquicias están vivas y tienen larga existencia por venir. Juntos somos y seremos más fuertes cada día.



**JULIO BELEKI**  
*Presidente*  
*Asociación Mexicana de Franquicias*

# HAN PASADO

Han sido años de éxitos y desaciertos donde las cifras nos dan la razón, nuestro sector es uno de los más seguros; donde las posibilidades de recuperar la inversión son mayores en consideración de otros modelos de negocio.

# 30 AÑOS...

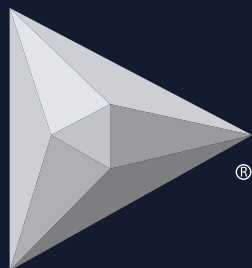
## UN HOMENAJE A TODOS LOS PROTAGONISTAS DE ESTA HISTORIA

**N**uestro sector es relativamente joven: surgió hace poco más de 30 años debido a la necesidad de normar a las primeras compañías que arribaron a nuestro país. En aquellos años, el 85% de las marcas eran extranjeras y sólo el 15% eran de origen nacional.

Hablar de franquicias en México es hablar de grandes casos de emprendedores y empresarios. Generamos más de 900,000 empleos directos a través de más de 90,000 puntos de venta.

Actualmente, la Asociación Mexicana de Franquicias cuenta con más de 300 socios que representan a las marcas más importantes y pasan por rigurosos procesos de afiliación. Se encuentran agrupadas en diez categorías con 90 giros diferentes, entre los que se destacan: alimentos y bebidas; cuidado personal, salud y belleza; y servicios generales. En la Asociación Mexicana de Franquicias contamos con destacados consultores en la materia, que han fortalecido a nuestro sector y continúan desarrollando nuevos conceptos y oportunidades de negocio.

**ASOCIACIÓN  
MEXICANA DE  
FRANQUICIAS**



## PASEMOS UN POCO A LA HISTORIA

**1985**

McDonald's fue la primera franquicia que llegó al país. México entró en una nueva era, donde los negocios probados nos enseñarían una nueva modalidad para emprender.



**1989**

Dormimundo fue de las primeras marcas mexicanas en franquiciar. Nace la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), con una pequeña pero pujante cantidad de marcas afiliadas; con René Morato Fontana, director de Franquicias de Howard Johnson, al frente de la Asociación.

**1990**

Juan Huerdo Lange (O.E.P.D.), director general del Centro Internacional de Franquicias, asumió la presidencia de la AMF. De hecho, en honor a él, la AMF año con año otorga el Premio Juan Huerdo a la persona o institución que se haya destacado por sus aportes a este sector.

**1991**

La franquicia es reconocida como una figura jurídica vigente en la legislación mexicana, al ser incluida en el Artículo 142 de la Ley de Propiedad Industrial.

**1994**

Se volvió obligatorio entregar la Circular de Oferta de Franquicia (COF). En ésta se registra el estado que la empresa guarda y se establecen algunos temas como la vigencia del contrato y otras características de la franquicia. Ese ahora lejano 1994 fue uno de los años con mayor complejidad en lo que a la economía de México se refiere. Para nuestro sector representó un año clave en cuanto a la llegada de nuevas marcas a nuestro territorio.

**1995**

Se demostró, por primera vez, que las franquicias crecían, incluso en épocas difíciles. Ya se hablaba de las franquicias mexicanas que traspasaban fronteras; marcas como Helados Bing y Holanda colocaban franquicias en España, Guatemala y El Salvador; otras como Souvenirs Bye Bye, Flash Taco y VIPS anunciaban su exportación a Estados Unidos; y Juven's (ropa para bebés, niños y jóvenes) se expandía a Chile.



**1996**

Aunque Sushi Itto ya comercializaba su marca en Guatemala desde 1991, en 1996 voló a Panamá y Estados Unidos. Hoy cuenta con más de 140 sucursales en México y tiene una presencia internacional en crecimiento en Centro y Sudamérica. Diversiones Moy fue uno de los primeros casos de éxito de franquicias mexicanas en el extranjero. También, se habló por primera vez de Prendamex. Se estimaba que diez años después existirían 600 o 650 marcas. La realidad superó estas cifras, pues llegaron a contabilizarse cerca de 750.



## 1997

La Asociación Mexicana de Franquicias afiliaba a 150 marcas.

## 1999

La salida al extranjero de varias marcas nacionales sirvió como ejemplo para otras empresas que desarrollaron sus marcas de acuerdo a esta modalidad de negocio... y salieron adelante. Uno de estos casos fue D'Paul, que en 1999 se lanzó a la aventura de franquiciar sus tiendas de ropa para caballero.



## 2000

Se hablaba de las primeras franquicias de baja inversión.

## 2001

Las franquicias se presentaban como una de las opciones de negocios preferente y asegurada para los emprendedores. La AMF estimaba que la tendencia para los siguientes años sería parecida a la que se presentaba entonces, es decir, que crecerían entre un 15% y un 20% anual.

## 2003

Se habló por primera vez de franquicias sociales.



## 2005

La AMF, los principales consultores de negocios y franquicias, y la Comisión de Economía de la LIX Legislatura de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión participaron en el Decreto que reformó y adicionó diversas disposiciones a la Ley de Propiedad Industrial en materia de Franquicias. En el documento se modificó la definición de "Franquicia" (Artículo 142), además de otras disposiciones como el contenido mínimo.

## 2006

En su último trimestre la Secretaría de Economía (SE) mantenía importantes reuniones con la AMF, los consultores y algunos representantes clave del sector. Colaborando en equipo se estaba formando el Programa Nacional de Franquicias (PNF).

*Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca, otorgada por escrito, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue.*

*Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretenda conceder, por lo menos con treinta días previos a la celebración del contrato respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley.*

*La falta de veracidad en la información a que se refiere el párrafo anterior dará derecho al franquiciatario, además de exigir la nulidad del contrato, a demandar el pago de los daños y perjuicios que se le hayan ocasionado por el incumplimiento. Este derecho podrá ejercerlo el franquiciatario durante un año a partir de la celebración del contrato. Después de transcurrido este plazo sólo tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato.*

*Para la inscripción de la franquicia serán aplicables las disposiciones de este capítulo.*

*Artículo 142. Ley de Propiedad Industrial.  
Artículo reformado DOF 25-01-2006.*





## 2007

Se exportó El Fogoncito a China, primer restaurante de franquicias mexicano en el país asiático; así como FONART, 100% mexicano en mercados centroamericanos. Se consolidó también el desarrollo nacional e internacional de marcas significativas a lo largo de la historia de franquicias en nuestro país, tales como Dormimundo, Prendamex, Sushi Itto, Hawaiian Paradise, El Fogoncito y Los Bisquets Bisquets de Obregón, conceptos que a la fecha siguen representando orgullosamente a México en el mundo.



## 2008

México estaba ubicado como el séptimo país generador de marcas de franquicias.

Podemos asegurar que el sector se encuentra en una etapa decisiva, la cual puede significar sólo una cosa: crecimiento. Actualmente, las universidades en México toman el caso de estos negocios como verdaderas oportunidades de crecimiento empresarial. Hoy en día, en México existen 800 marcas de franquicias que cumplen con todos los requerimientos que exige la Asociación Mexicana de Franquicias. Sin lugar a dudas estamos en un proceso de consolidación y expansión, pues las marcas mexicanas son muy apreciadas y respetadas a nivel internacional. Prácticamente en toda Latinoamérica existe alguna franquicia mexicana y se están abriendo nuevos mercados tanto en Europa como en Estados Unidos, donde las oportunidades son inmensas. El panorama para el sector es de retos. En México se ha organizado la Feria de Franquicias más grande del mundo (por su extensión), se participó en los pabellones mundiales más visitados y seguimos trabajando arduamente en la difusión y consolidación de nuestro gremio.

# **PRESIDENTES DE LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS EN SUS 30 AÑOS DE HISTORIA**

<b>RENÉ MORATO (Q.E.P.D.)</b>	<b>1989</b>
<b>JUAN HUERDO LANGE (Q.E.P.D.)</b>	<b>1990</b>
<b>ALEJANDRO QUIROZ</b>	<b>1991-1992</b>
<b>LUIS LUNA NEVE</b>	<b>1993-1994</b>
<b>GERMÁN FERNÁNDEZ DEL BUSTO</b>	<b>1995-1996</b>
<b>JUAN MANUEL GALLÁSTEGUI ARMELLA</b>	<b>1997-1998</b>
<b>FRANCISCO AGUILAR ESPAÑA</b>	<b>1999-2000</b>
<b>FERNANDO ROCHA HUERTA</b>	<b>2001-2002</b>
<b>FERENZ FEHER TOCATLI</b>	<b>2003-2004</b>
<b>ROBERTO RAMOS WECKMANN</b>	<b>2005-2006</b>
<b>CARLOS ROBERTS ÁVALOS</b>	<b>2007-2010</b>
<b>DIEGO ELIZARRARÁS CERDA</b>	<b>2010-2014</b>
<b>JOSÉ LUIS NAVARRO CHINCHILLA</b>	<b>2014-2017</b>
<b>JACOBO BUZALI</b>	<b>2017-2019</b>
<b>JULIO BELEKI</b>	<b>2019-ACTUALIDAD</b>





**H**ay momentos que te definen y te marcan; en mi caso fue fundamental decidir “emprender”: iniciar una firma con vocación de desarrollo y expansión para empresas, reconocer y valorar su marca, creatividad, diferenciadores, ventajas e inventiva. También determinante fue mi pronto contacto e inmersión en el fascinante mundo de las franquicias; grandes pasiones a la fecha.

Más de 25 años, 2,000 empresarios y 750 franquicias después, nos realizamos como firma al ser confiables, crear valor, implementar soluciones en consultoría empresarial, franquicias y propiedad intelectual; siempre con el propósito de engrandecer a México, convencidos de la gran aportación de los empresarios a la sociedad al generar riqueza, bienestar y fuentes de empleo.

La historia de Alcázar & Compañía está íntimamente ligada a la de nuestra Asociación y, como toda gran historia, se encuentra cargada de emociones, altibajos, satisfacciones, logros y vivencias, destacando la fortuna de encontrar y acompañar a gente muy valiosa, apreciada y admirada, empresarios que creen y crean, actores de cambio que construyen y dan vida a nuestra maravillosa comunidad.

Historia que se sigue escribiendo, aderezada por infinidad de aventuras: ferias; giras; pabellones internacionales; premios; convenciones; cursos y foros; aperturas, contratos e inauguraciones; manteniendo, eso sí, objetivos comunes, siendo mejores, consolidando negocios y marcas, y poniendo el nombre de las franquicias en alto.

Experiencias remarcables: reestructurar nuestros estatutos; impulsar la primer Norma de Franquicias y el Programa Nacional de Franquicias; colaborar como consejero, asesor y consultor de la AMF; sin pasar por alto el honor de representar al sector franquicias nacional e internacionalmente frente a organismos e instituciones públicas y privadas.

Como Alcázar & Compañía, es breve el espacio para expresar la gratitud y reconocimiento que sentimos hacia el sector, la clara voluntad de seguir contribuyendo con los objetivos y principios de la Asociación Mexicana de Franquicias y el privilegio que significa que nuestra actividad profesional sea interactuar, aprender y convivir con personas conscientes, exitosas, responsables, comprometidos con ellos mismos, con el entorno y con el país.

En los negocios queda claro que la única constante es el permanente cambio. Sobreviven quienes son capaces de reinventarse, innovar, comunicar, de adaptarse de forma ágil, los que sin dejar de competir, aprenden a compartir, a sumar y a crecer en comunidad.



**ENRIQUE U. ALCÁZAR**  
*Presidente*  
*Alcázar & Compañía*



**E**n Aranday & Asociados estamos de plácemes por la edición de este libro que conmemora 30 años de historia de la industria de las franquicias en México. Resulta muy significativo que se publique en un año tan adverso como el 2020, en plena crisis económica y aún sin superar la pandemia, lo que me parece un claro indicador de que nuestro sector no se detiene y que aun en esta época difícil –como ha ocurrido en otros momentos de crisis–, todos los involucrados: franquiciantes, franquiciatarios, consultores, proveedores y la propia Asociación Mexicana de Franquicias, seguimos trabajando para desarrollar y mantener negocios con certidumbre en épocas de fuerte incertidumbre.

30 años en los que Aranday & Asociados ha participado como consultor de franquicias durante una buena parte; casi 25 años siendo testigos, participantes y protagonistas de momentos de franco crecimiento, apoyos de gobiernos federales y estatales, programas del sistema financiero, pero también de momentos de crisis e indiferencia de los gobiernos y de las instituciones. 25 años donde hemos colaborado y atendido al sector en varios aspectos:

- ▶ Asesorando a cientos de empresas en el desarrollo de sus modelos de franquicia, cuidando los aspectos financieros, operativos, comerciales, administrativos, jurídicos y de propiedad intelectual.
- ▶ Guiando a muchos emprendedores en la adecuada adquisición de una franquicia.
- ▶ Difundiendo y comercializando los modelos de negocio de nuestros clientes.
- ▶ Participando en las principales exposiciones y ferias de franquicias en el país.
- ▶ Colaborando con entrevistas y artículos en diversos medios regionales y nacionales.
- ▶ Contribuyendo en la creación de programas de certificación y normas de calidad para franquicias.
- ▶ Siendo parte del claustro de profesores del Programa de Certificación de Ejecutivos en Franquicias (PROCEF) de la Universidad Anáhuac, así como impartiendo cursos y capacitaciones dentro de otros foros, instituciones y universidades de prestigio.
- ▶ Participando activamente en diferentes asociaciones, cámaras de comercio y agrupaciones de empresarios, principalmente en la Asociación Mexicana de Franquicias donde hemos colaborado como miembros, consejeros, vicepresidentes y orgullosamente como Consultores Certificados.

No tenemos duda alguna de que la industria de las franquicias en México seguirá creciendo, porque el entorno actual nos obliga a mejorar, y si algo sabemos es crecer, aun en entornos difíciles.



**CÉSAR ARANDAY MARTÍNEZ**  
*Director General*  
*Aranday & Asociados*



### **AMF: UNIÓN + FUERZA + AMIGOS = GRANDEZA**

**D**esde su nacimiento ha brindado ayuda y acompañamiento en los momentos más importantes. Ha estado presente como un testigo fiel de los cambios en los negocios del país. Siempre como un testigo mudo, alegrándose por nuestros logros, acompañándonos en los momentos de felicidad, pero también en los retos; como un verdadero amigo que nos tiende la mano cuando lo necesitamos, como un árbol que nos brinda cobijo.

La historia de las franquicias en México estaría incompleta si no se reconociera la labor de la Asociación Mexicana de Franquicias. De hecho, es su nacimiento uno de los momentos cumbre para el desarrollo histórico del modelo en México, ya que no sólo otorga certidumbre jurídica y reconocimiento a nivel nacional; nos representa internacionalmente como un gremio fuerte, único en el mundo, lleno de ideas innovadoras que se multiplican gracias a la cantidad de puntos de venta esparcidos por todo el territorio nacional. La Asociación es como una casa, como el árbol al que todas las marcas deben o deberían acudir cuando algo sale bien o incluso mal. Siempre está allí, en épocas de bonanza o en las complicadas.

Sin duda, para mí, el ver los primeros 30 años de la Asociación Mexicana de Franquicias me trae a la mente recuerdos maravillosos de aquellos visionarios que siempre soñamos con tener una *Feria de Franquicias*: la más grande del mundo. De las cenas interminables donde surgían amistades verdaderas entre empresarios soñadores; escuchando los conceptos más locos y divertidos, las historias de cada uno de esos empresarios que anhelaban ser los mejores de su ramo.

Da tristeza no ver físicamente a algunos: a Juan Huerdo, a Roberto León... Duele ver que conceptos tan exitosos de un año para otro cambiaron de sueño y se fueron por caminos diferentes. Duelen los malos entendidos, las despedidas, los cambios. Duelen, pero sin duda, nos dejan lecciones.

Y de cierta manera, la Asociación Mexicana de Franquicias también se enfrenta al cambio de visión, de panorama y de valores. No podemos ni debemos seguir trabajando como hace 30 años. Tenemos muchos retos por delante, muchos sueños, muchos empleos, muchos negocios, muchos números que salvar.

Esta época marcará un antes y después para el mundo. Nuestra Asociación tiene raíces fuertes para hacer frente a todos los cambios que se avecinan, pero siempre necesitará que el gremio, cada una de las ramas, sea protegida por nosotros. Sólo así podremos entrar de lleno en este mundo incipiente, en esta nueva normalidad que nos quiere ver fuertes, comprometidos con el nuevo orden; pero antes debemos comprometernos con nosotros mismos. Sólo así seremos más fuertes.

30 años han servido para estar unidos. Nos urge ser más: **más unidos, más fuertes, más amigos, más grandes.**



**FERENZ FEHER**  
CEO  
*Feher Consulting*



### **GALLÁSTEGUI ARMELLA FRANQUICIAS, CAMBIO Y CRECIMIENTO**

**E**ra 1988 y terminaba un partido de tenis con mi querido amigo Salvador Cervantes, fundador y dueño de la emblemática taquería Taco Inn; mientras tomábamos un refresco, fue directo: “Oye, Juan Manuel, ¿y si franquiciamos la taquería?”. Yo había escuchado esa palabra pocas veces, mi despacho especializado en propiedad intelectual y en derecho corporativo tenía menos de cinco años de haber sido fundado y mi respuesta fue: “Desde luego. ¿Cuándo nos vemos?”. Traté de investigar lo más que pudiera sobre franquicias, pero no había casi nada; dese luego no había Internet.

En la reunión programada me reencontré con un viejo amigo, Juan Huerdo, y con él iniciaríamos la aventura de lo que hoy es Gallástegui Armella Franquicias. Sucedieron muchas cosas: la fundación de la AMF (Asociación Mexicana de Franquicias), el diseño de la legislación en la materia, el aprendizaje sobre franquicias, el desarrollo de programas académicos como el PROCEF... y poco a poco desde entonces mi vida ha sido dedicada a la creación o desarrollo de franquicias.

Algunos años después sufrí la muerte de mi amigo y socio Juan Huerdo; fue un punto de quiebre, seguir con las franquicias o volver a la práctica legal (la cual nunca había abandonado). Mi decisión, al tiempo que asumía la presidencia de la Asociación Mexicana de Franquicias, fue mantener la práctica legal y desde luego fortalecer la consultoría en el desarrollo de franquicias.

Lo primero que hicimos Juan y yo, allá en los primeros años de los 90, fue desarrollar una metodología para estructurar una franquicia, misma que hemos venido actualizando día con día.

En el año 2000 decido expandirme y encuentro entonces a una extraordinaria profesional en Guadalajara, Mónica Gándara, quien con el tiempo se convertiría no sólo en mi socia y directora de la firma en el Occidente, sino un referente de las franquicias en el Occidente de México.

Después de Guadalajara vino Monterrey, donde con mi amigo Jorge Ceballos desarrollamos y ganamos el difícil mercado del norte del país. Luego vendrían más oficinas en las principales ciudades de México.

El siguiente paso era internacionalizar la firma; eventualmente abrimos oficinas en Centroamérica y en República Dominicana. Así, con la ayuda de muchos profesionales hemos logrado el desarrollo de más de 1,400 franquicias.

Hoy Gallástegui Armella Franquicias mira al futuro con jóvenes que han aportado su frescura e imaginación a lo que quiere ser nuestra firma en los próximos años.

Orgullosamente hemos trabajado con muchas de las empresas más grandes e importantes de México, como Femsa, Cemex, Vitro, Bimbo, Unilever, Grupo Modelo, Grupo Salinas, Sky; pero también hemos puesto nuestro granito de arena para que muchas pequeñas empresas crezcan y se expandan en todo el país.



**JUAN MANUEL GALLÁSTEGUI**  
*Presidente*  
*Gallástegui Armella Franquicias*