APUESTA
FRANQUICIAS

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS

Leto

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS

FRANQUICIAS, UN MODELO PROMETEDOR EN MÉXICO

Las franquicias en México iniciaron su desarrollo hace más de 30 años, con la llegada de marcas internacionales. Una vez que reconocimos y comprendimos la viabilidad del modelo, comenzaron a desarrollarse marcas locales que voltearon a ver este modelo como sinónimo de éxito. México ofrece a las franquicias la solidez necesaria para desarrollarse exitosamente dentro de las economías emergentes. Durante la crisis ocasionada por la pandemia de Covid-19 sin duda conocemos franquicias que han luchado arduamente para salir adelante tales como gimnasios, tiendas físicas, restaurantes, etc., pero en esta prueba de supervivencia va a ganar el que esté mejor capacitado y, sobre todo, el que tenga más poder de adaptación. Distintos sectores han implementado modelos u operaciones fuera de lo cotidiano. El servicio a domicilio, ventas en línea y desarrollo de aplicaciones digitales se han especializado a partir de la oportunidad.

Es innegable que han sido tiempos difíciles pero también son tiempos de innovación: el mundo cambió y el mercado también. Lo que nunca cambiará es el espíritu emprendedor de hombres y mujeres valientes que están dispuestos a dar todo de sí, y uno de los modelos que ofrecen más seguridad y posibilidades de crecimiento son precisamente las franquicias, por su riguroso seguimiento de modelos y procesos de éxito probados.

Estamos conscientes de que problemas y altibajos en el mercado siempre habrá, y en la Asociación Mexicana de Franquicias vamos a estar preparados para que todos nuestros socios comerciales tengan la solidez de posicionar a México como un país productivo y lleno de oportunidades.

Sigamos con muchos más años de esfuerzos, tropezar y levantarse, pero siempre demostrando que #JuntosSomosMásFuertes.

JULIO BELEKI
Presidente
Asociación Mexicana de Franquicias

ALCÁZAR & COMPAÑÍA

¿CUÁNDO ES EL MOMENTO PARA ADQUIRIR TU FRANQUICIA?

La peor decisión es la que nunca tomaste...

Existen distintos factores que motivan a las personas que quieren invertir en una franquicia, en general los podemos englobar en: empresarios que tienen excedente de flujo, que su negocio ya no ofrece mayor crecimiento o simplemente buscan diversificar; personas que desean construir patrimonio personal o familiar; emprendedores que quieren incursionar en nuevas aventuras empresariales; hay quien tiene algunos ahorros, fue separado de su empleo o incluso recibió una herencia e intenta asegurar su capital; sin embargo todos ellos tienen algo en común: buscan seguridad, alta rentabilidad y un flujo asegurado.

De acuerdo con la OCDE, México ocupa el 3er lugar en índice de autoempleo. Las estadísticas nos dicen que, de todos los nuevos emprendimientos, al primer año sólo sobreviven la mitad, al segundo año subsisten entre el 20 y 30%, después de diez años solamente el 10% lo habrán logrado; de ahí la gran importancia de las franquicias como modelos estables y con alto nivel de supervivencia. Sabemos que al 5º año, entre el 85 y 95% de los negocios que inician como franquicia seguirán operando de manera exitosa; esto incluso lo hemos visto reflejado en la mortandad empresarial durante la reciente pandemia.

Las circunstancias y el entorno mundial precisan fomentar el consumo interno y desarrollar nuevas empresas y puntos de venta; siempre es buen momento para invertir e iniciar tu propio negocio. Actualmente hay excelentes marcas y conceptos de distintos montos de inversión y casi 100 giros diferentes que buscan franquiciatarios formales y comprometidos para continuar su expansión. La oferta inmobiliaria ha crecido y existimos firmas dedicadas a asesorarte y acompañarte en todo este proceso.

Por eso, si te estás preguntando ¿cuándo es el mejor momento para adquirir tu franquicia? La respuesta es ya; son tiempos de oportunidades, puedes implementar tu estrategia de diversificarte o tu sueño de independizarte, no lo pienses demasiado.

ENRIQUE U. ALCÁZAR CÓRDOVA
Presidente y Fundador
Alcázar & Compañía

¿POR QUÉ ES UNA BUENA IDEA INVERTIR EN UNA FRANQUICIA?

El esquema de franquicia históricamente ha logrado sortear con éxito las épocas de crisis económicas, fundamentalmente porque los inversionistas y emprendedores perciben menor riesgo y una mayor certidumbre al invertir en una franquicia versus un negocio independiente.

A pesar de la pandemia generada por el virus SARS-CoVid-2 y de sus terribles efectos económicos, las ventajas y aspectos estructurales de la franquicia siguen vigentes; incluso en algunos casos se han visto fortalecidos, como los siguientes:

- Reduce la curva de implementación y aprendizaje del negocio en una nueva ubicación.
- Otorga la licencia de una marca distintiva y registrada que, en menor o mayor medida, goza de posicionamiento.
- Replica un *know how* manualizado y estandarizado, en aspectos de preapertura, operativos, administrativos, comerciales y de imagen.
- Cuenta con proyecciones financieras que en la mayoría de los casos ya han incorporado la variable de la pandemia y de la nueva normalidad en sus modelos.
- Comparte con los franquiciatarios los beneficios de las compras por volumen negociadas con los proveedores y prestadores de servicios.
- El franquiciatario no estará solo como cualquier emprendedor. Contará con el apoyo, experiencia e infraestructura del franquiciante en los aspectos críticos del negocio como la capacitación, el soporte y la asistencia técnica.

Ahora bien, los tiempos de pandemia nos exigen ser más cuidadosos con los recursos económicos y patrimoniales que serán invertidos. Ningún emprendedor ni inversionista debe arriesgarse a adquirir una franquicia sin antes hacer una evaluación profunda que maximice las posibilidades de tener éxito.

CÉSAR ARANDAY MARTÍNEZ
Director General
Aranday & Asociados

FRANQUICIAS Y RENTABILIDAD

Dentro de algunos meses, cuando podamos salir sin cubrebocas a las calles, recordaremos este tiempo como el resurgimiento del emprendimiento mexicano y de las oportunidades. Por ello te presentamos algunas razones por las cuales es mejor invertir en modelos de franquicias rentables.

Las franquicias son en estos tiempos una de las opciones más certeras a la hora de buscar un medio de inversión en el país. Lo hemos constatado antes y ahora más cuando la emergencia sanitaria nos obligó a cerrar las cortinas mientras pasábamos días de incertidumbre. Al respecto, el último censo económico del INEGI arrojó una cifra total de 1 millón 10,857 negocios desaparecidos, lo que representa el 21% de las unidades económicas cerradas. En pocas palabras, por cada 4 negocios desaparecidos, cerró una franquicia. Esa es la razón por la cual el interés de adquirir estos modelos está repuntando. Aquí te presento algunas lecciones que nos ha dejado el COVID:

Las franquicias son opciones de inversión asegurada por una empresa franquiciante, lo que te ayuda a amortiguar, de cierta manera, los peligros de una pandemia como la que vivimos. Cuentan con la capacidad para implementar soluciones tecnológicas en tiempo récord y éste es quizás uno de los puntos más fuertes que definieron su permanencia. Las franquicias presentan mejores estrategias a la hora de verse en problemas, cuentan con manuales, guías y el respaldo de una empresa franquiciante que puede ayudar además con campañas de marketing digital.

Adicionalmente a las razones anteriores, invertir en un negocio probado, con una curva de aprendizaje dominado y con un nombre ya posicionado es una opción correcta para los emprendedores y para todo aquél que busque diversificar su inversión ayudando además a mover la economía de México.

FERENZ FEHER
CEO
Feher Consulting

GALLASTEGUI ARMELLA FRANQUICIAS
LIDERAZGO CON CARÁCTER

FRANQUICIAS Y NEGOCIOS INDEPENDIENTES

Son muchos los negocios en México que se fundaron y se desarrollaron siendo negocios independientes, es decir, no formaban parte de ninguna cadena, red comercial y menos aún franquicias. Algunos de ellos, años después de su nacimiento, crecieron de manera exitosa, pero recuerdo haber leído que el 60% de los negocios independientes no alcanzan el segundo año de vida; es probable que así sea, y desde luego es lamentable.

Todo negocio independiente que alcanzó el éxito lo hizo a base de riñones… los fundadores supervisaban la producción, administraban, distribuían, anunciaban, veían los asuntos contables y legales; literalmente todo.

Hoy las cosas no son iguales. La competencia y las exigencias industriales de nuestros tiempos obligan a contar con mayores habilidades. Para crecer no hay muchas salidas: o se crece con recursos propios, o vía sociedad, o con crédito.

A partir de los años 90 también se crece utilizando la figura de la franquicia, que ofrece al emprendedor múltiples ventajas, entre otras: fortalecimiento de la marca, baja inversión en la expansión, control del canal de distribución, estandarización de la calidad, operación y servicio.

Ser dueño de su propio negocio ha sido el sueño de muchos, y la franquicia pone al alcance de la mano hacer este sueño realidad. Así como esta figura ofrece ventajas para quien se convierte en franquiciante, también las tiene para quien será franquiciatario, por ejemplo: reducción de riesgos y de la curva de aprendizaje, capacitación continua, asesoría permanente, programas de promoción y publicidad, y el sentido de pertenencia a una red de franquiciatarios.

En conclusión, con empresarios más preparados, indiscutiblemente las franquicias serán siempre una alternativa para crecer, dominar mercados y permitir a muchos emprendedores convertirse en dueños de su propio negocio.

JUAN MANUEL GALLÁSTEGUI A.
Propietario
Gallástegui Armella Franquicias

JJT

LAS FRANQUICIAS: UNA OPORTUNIDAD SEGURA DE CRECIMIENTO

Con miras a una reapertura y reactivación económica derivadas de los impulsos de vacunación se prevé un crecimiento importante en el sector de las franquicias. Tanto empresarios como empleados están buscando nuevas oportunidades de negocio, ya sea como una opción de autoempleo o para diversificar su ingreso. Para el sector de las franquicias esto presenta una gran oportunidad de crecimiento, pues la seguridad que brinda adquirir un modelo de negocio ya probado es una de las razones principales por las que el sector continúa siendo una opción de inversión segura.

El uso de tecnologías y medios de comunicación, así como los nuevos patrones de consumo prevén nuevas tendencias para los próximos años. La experiencia de servicio centrada en el cliente es la tendencia dominante; la gente busca servicios, productos y experiencias personalizados, adaptados a su sistema de valores, que es la segunda tendencia que identificamos: los consumidores buscan marcas cuya ventaja competitiva esté alineada con los valores de su público objetivo en relación a su estilo de producción, buscando empresas preocupadas por la sustentabilidad, el cuidado del medio ambiente y el comercio justo.

Las reglas del juego han cambiado y los consumidores desean que su voz sea escuchada, lo que centra a las franquicias en una posible espiral de crecimiento, pues como modelos de negocio estandarizados integran nuevos canales y tecnologías para adaptarse a los patrones de consumo y a satisfacer la demanda de las nuevas generaciones.

JJT Franquicias como consultoría especializada en el desarrollo de este modelo de negocio aprovecha las nuevas tecnologías y tendencias para crear franquicias con capacidad de evolucionar en el tiempo para asegurar negocios rentables de rápido crecimiento a través de los franquiciatarios.

Para quienes buscan seguridad económica y diversificar el ingreso familiar, la adquisición de franquicias es una opción segura y sustentable por tratarse de negocios probados con un público establecido y una visión integral de crecimiento.

MICHELLE KAVA FRANKLIN
Directora de Franquicias
JJT

CONSEJO EDITORIAL

JOSÉ ANTONIO AMUTIO MORETT

Co-Fundador Tucanê

Presidente Occidente de la Asociación Mexicana de Franquicias, y consejero activo para diversas asociaciones de *retail*. Especialista en excelencia operacional, reconocido como uno de los 100 empresarios más prominentes del Occidente de México.

MANUEL GARCÍA TORRES-TRUEBA

Managing Partner
M IP & Innovation

Licenciado en Derecho, egresado de la Universidad Autónoma de México (UNAM). Ha dedicado su vida profesional a la propiedad industrial, explorando sus diversas áreas y hoy cuenta con más de 18 años de experiencia en la práctica de esta materia. Su trayectoria profesional incluye el desempeño como Director Jurídico y Socio en firmas dentro de México, dirigiendo en éstas el área de Propiedad Industrial y Franquicias.

JAIME CASTILLO ZETINA

Director General de Inciatus

Egresado del mundo de la aeronáutica donde entre otras cosas trabajó como mecánico de aviones y helicópteros. Desde 1991 está dentro del sector franquicias donde ha sido COO de JC Taller, SpeeDee, creador de Grúas Gorilas, Socio fundador de Inciatus (consultoría en franquicias) y desde 2019 está al frente de las operaciones de Fix Auto. Egresado del PROCEF generación 2011, de marzo 2014 a marzo 2015 formó parte de la Mesa Directiva de la Asociación Mexicana de Franquicias como su vicepresidente nacional.

MBA MICHELLE KAVA FRANKLIN

Directora de Franquicias en JJT Franquicias

Actualmente desempeña el cargo de vicepresidenta de la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF). Cuenta con más de 20 años de experiencia tanto emprendiendo negocios, como desarrollando franquicias. Ha trabajado en distintos sectores industriales enfocando su esfuerzo en el exitoso lanzamiento de nuevos negocios y el correcto posicionamiento de las marcas.

CARLOS R. MENDOZA ALBORES

Socio y Director de Operaciones en Grupo El Fogoncito

Es licenciado en Administración de Empresas e inició su carrera en la gastronomía en 1994; ha trascendido como pionero de la auténtica comida mexicana, al llevar uno de los mejores platillos del mundo: el taco al pastor, a otras latitudes. En 2006 llevó el sabor original de la comida mexicana a Beijing, China. Para el 2019 abre las puertas de sus restaurantes en Sao Paulo, Brasil, y Cochabamba, Bolivia.

ALFONSO IÑARRA GARCÍA

Director de Operaciones y Socio fundador de Finca Santa Veracruz

Comunicólogo, egresado de la Universidad Iberoamericana y especializado en mercadotecnia y publicidad. Se formó en Grupo Industrial Bimbo como mercadólogo, y posteriormente ha dedicado su vida a ser empresario, creando modelos de negocio para franquicias a través de diferentes empresas. Socio fundador de Finca Santa Veracruz, empresa a la que actualmente pertenece.

UNIVERSIDAD ANÁHUAC MR
VINCE IN BONO MALUM
MÉXICO

A través de un claustro académico, coordinadores y directivos del Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac (IDEA), perteneciente a la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Anáhuac México evaluó los trabajos que forman parte de la presente publicación.
Además de considerar que su contenido puede resultar de utilidad para los interesados en establecer un negocio siguiendo el modelo de Franquicia, analizó dichos materiales con la finalidad de determinar cuáles constituyen lo mejor del libro. Así, a partir de criterios como claridad, utilidad y calidad de la información brindada, los docentes e investigadores participantes calificaron los escritos contenidos en este libro.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES UNA FRANQUICIA?
Tiendas El Asturiano-Alamano 12

PROS Y CONTRAS DE ADQUIRIR UNA FRANQUICIA
Tintorerías Max 16

SEGUIR LOS REGLAMENTOS Y LINEAMIENTOS DE MARCA
Montoneras Donas 20

¿QUÉ ESPERAR DEL FRANQUICIANTE?
El Fogoncito 24

BENEFICIOS DE PERTENECER A LA AMF
Asociación Mexicana de Franquicias 28

ELEGIR UN CONSULTOR
JJT Franquicias 32

TERMINOLOGÍA
CUCEP 36

CUOTAS Y REGALÍAS
Café Society 40

ADMINISTRACIÓN

INVENTARIO INICIAL
Bendita Paleta 44

PUNTO DE EQUILIBRIO
The Grad Nite 48

RETORNO DE INVERSIÓN (ROI)
Divino Cielo 52

RENTABILIDAD VS. OPERACIÓN
Grupo Inmuebla 56

LEGAL

CARTA INTENCIÓN
Armería, Vecchi, Ramos y Tapia, S.C. 60

EL CONTRATO DE LA FRANQUICIA Y SU REGISTRO
Arochi & Lindner 64

REGISTRO DE MARCA IMPI
Panamericana de Patentes y Marcas 68

¿CIRCULAR OFERTA DE FRANQUICIAS?
González Calvillo 72

MEDIACIÓN Y ARBITRAJE
M IP& Innovation 76

RECURSOS HUMANOS

PERSONAL ESPECIALIZADO
Parrilla Urbana 80

ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN PREVIA
Agua Inmaculada 84

CAPACITACIÓN CONTINUA
Finca Santa VeraCruz 88

OPERACIONES

RUTA CRÍTICA
Inciatus Franquicias 92

ACTIVIDADES DE PREAPERTURA
Un Krunch de Sabor 96

LA MEJOR LOCACIÓN
Farmacias La Generosa 100

CRECIMIENTO EN POBLACIONES PEQUEÑAS
Steren 104

MANUALES
Fix Auto Collision 108

MÉTRICAS, EVALUACIÓN, Y MONITOREO
Tin2Go 112

EXPANSIÓN
Renting Apps 116

MARKETING

UNA MARCA FUERTE: VALOR Y POSICIONAMIENTO
Shifu Es Baratísimo 120

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN
TTT Gaia 124

INDICADORES DE MERCADOTECNIA
Sushi Roll 128

DETECTAR AL CONSUMIDOR ADECUADO
La Borra del Café 132

IMAGEN CORPORATIVA
Aqua Clyva 136

DOMINIO, SITIO WEB Y REDES SOCIALES
Tucanê 140

¿QUÉ ES UNA FRANQUICIA?

El modelo que detona el crecimiento exponencial de los negocios

El origen de la palabra “franquicia” se remonta a la edad media; en esa época el soberano concedía un privilegio a sus súbditos mediante “cartas francas”, que permitían realizar actividades como la pesca y la caza en un territorio o zona determinada. A estos privilegios se les llamaba *Franc*, y es así que en el siglo XVII nace la palabra franquicia, que significaba una concesión de derechos que permitían trasladar un producto de un lugar a otro.

ANDRÉS COSTE
Director General Tiendas Asturiano®-Alamano®
Licenciado en Administración de Empresas por parte del ITESM y Monash University, tiene un MBA en la Universidad Anáhuac y cursos de posgrado en IPADE. Ha participado con Grupo Asturiano (hoy parte de Grupo PERC) desde el año 2010. Bajo su dirección la empresa es ahora la única franquicia de tiendas de conveniencia multimarca en el país.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS
SOCIO ACTIVO

DESDE 2019

En 1858, Isaac Singer, inventor de la máquina de coser Singer, se enfrentó a dos problemas: en primer lugar, el cliente tenía que aprender a usar la máquina antes de comprarla; y en segundo lugar, la falta de liquidez para fabricar las máquinas en grandes cantidades.

¿Cómo resolvió el problema Singer? Creó el "Centro de Costura Singer" y comenzó a ofrecer los derechos a personas de negocios que vendían la máquina y enseñaban a sus clientes a usarla, creando así un gran sistema de distribución de su producto y/o servicio avalado por un contrato con un tiempo determinado logrando a su vez que la franquicia se autofinanciara.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX, se inicia el "Boom de las Franquicias": en Estados Unidos este sistema de negocio se hizo común entre los grandes consorcios como General Motors, Coca Cola, Hertz Rent-A-Car, Kentucky Fried Chicken, Burguer King, McDonald´s, e incluso las compañías petroleras implementaron el sistema de franquicias.

En la década de los 80 el concepto comenzó a crecer exponencialmente en Latinoamérica y en 1985 llega a México la primera franquicia McDonald´s a la Ciudad de México. En 1989 Dormimundo fue una de las primeras marcas que decidió vender franquicias; para 1990 Sushi Itto (franquicia mexicana de comida japonesa) ya contaba con un importante número de franquiciatarios.

Hoy en día existen diversas marcas mexicanas que son franquicias y que comparten exitosamente su modelo de negocios. Franquicias Asturiano® Alamano® Tiendas de conveniencia es una de las opciones de negocio más rentables, pues al ser un negocio catalogado como actividad esencial ha logrado un gran crecimiento en medio de la pandemia.

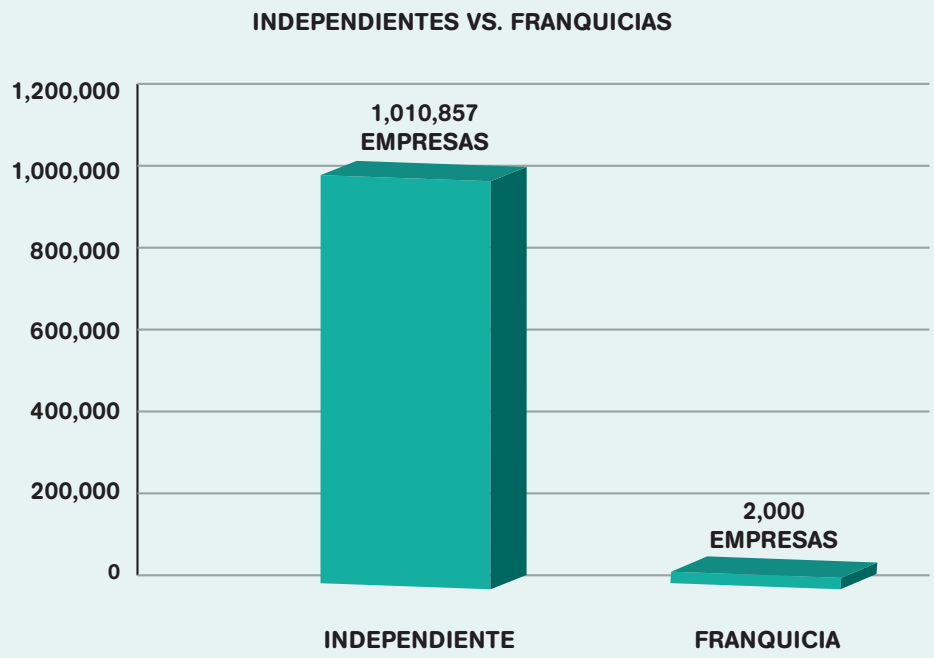
En la actualidad una franquicia es un formato de negocio dirigido a la comercialización de bienes y servicios. Para que exista una franquicia, una persona física o moral (Franquiciante) debe conceder a otra, por un tiempo determinado, (Franquiciatario) el derecho de usar una marca o nombre comercial mediante un contrato, transmitiéndole los conocimientos técnicos (*Know How*) necesarios que le permitan comercializar determinados bienes y/o servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes.

Para entender mejor lo que es una franquicia antes debemos saber qué es un negocio: un negocio es cualquier actividad económica que tiene como fin obtener ganancias, mediante la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de un tercero, el cliente. Obtiene ganancias cuando genera un valor añadido. Karl Marx, a finales del siglo XIX, definió al excedente monetario originado por el trabajo

TODO EMPEZÓ...

Asturiano® / Alamano® nace en el año 1997 con tres tiendas y un reducido equipo de trabajo. Hoy somos una cadena de tiendas consolidada de más de 300 sucursales operadas por una corporativo con gran experiencia en el desarrollo de diferentes formatos de tiendas de conveniencia exitosas. Empezamos en El Bajío y estamos expandiendo rápidamente nuestra presencia en todo el país compartiendo el éxito de este sector a través de nuestros franquiciatarios. Nuestro objetivo es claro: ser la cadena de tiendas de conveniencia más rentable y con el mayor crecimiento y reconocimiento en todo el sector. Siempre comprometidos con ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de compra, y a nuestros franquiciatarios la mayor rentabilidad y seguridad de su inversión. Parte de nuestro éxito se basa en nuestro centro de distribución, el cual garantiza que cada tienda contará siempre con inventario disponible. Somos expertos en la venta de cerveza gracias a convenios con las marcas más representativas; también contamos con servicio de café de altura, de gran calidad y a un precio accesible. Como valor agregado ofrecemos servicios como pago de tiempo aire, ventas de accesorios de celular, pago de luz, teléfono y otros servicios. La seguridad de las sucursales es mantenida por un centro de monitoreo las 24 horas.

CIERRES DURANTE LA PANDEMIA:



humano como “plusvalía”. Un negocio surge cuando se detectan necesidades de un bien o servicio; para iniciar un negocio se requiere una oportunidad, recursos, trabajo y creatividad. Una forma de crecer un negocio es mediante el formato de franquicia.

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS QUE INTEGRAN UNA FRANQUICIA?

- El artículo 142 de la Ley Mexicana de la Propiedad Industrial dice: “Existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca 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 pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley.

¿CÓMO FUNCIONA UNA FRANQUICIA?

El franquiciante debe formar o enseñar al franquiciatario cómo llevar el negocio, ayudarlo en la correcta selección de la ubicación, del personal y también en el proceso de apertura y lanzamiento del negocio; cederle el uso de la marca, y proveerle los productos o servicios que se venderán en la franquicia. El franquiciatario debe usar la marca e imagen de la franquicia en el territorio asignado, pagar las regalías, vender sólo lo permitido, entre otros.

¿POR QUÉ ADQUIRIR UNA FRANQUICIA?

Al adquirir una franquicia te conviertes en el propietario de un negocio acreditado, con resultados probados que reducen riesgos y obtienes: la experiencia y el *know how* (el saber hacer), la asistencia continua, una zona exclusiva, investigación y desarrollo del franquiciante y las ventajas de una economía a escala.

¿CÓMO ELEGIR UNA FRANQUICIA?

Para elegir una franquicia busca un negocio que te guste, cuyo costo sea inferior a la inversión con la que cuentas, que tus socios o familia estén de acuerdo en el tipo de negocio, y analiza si las ganancias que deja se adaptan a tus necesidades económicas. Estudia y compara el ROI (retorno de inversión) que te ofrecen.

¿POR QUÉ ES MEJOR UNA FRANQUICIA?

Al adquirir una franquicia minimizas el riesgo. Cuando decides adquirir una franquicia adquieres también un negocio reconocido, resultado de pruebas, investigaciones, de posicionamiento y de experiencias diarias, y es precisamente por eso que se reduce el riesgo.

El analista del sector Manuel Gallástegui destaca que “casi 60% de los negocios independientes no llegan al segundo año de vida, mientras que en las franquicias esa incidencia se divide en dos periodos: al quinto año es de 8% y a los 10 años es de 12%”.

De acuerdo con el segundo conjunto de resultados del Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2020 del INEGI se estima que de los 4.86 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos reportados en los Censos Económicos 2019, sobrevivieron 3.85 millones a la crisis provocada por el Covid-19, es decir, un millón 10 mil 857 cerraron sus puertas en México por los efectos de la pandemia.

El sector franquicias ha sido uno de los que mejor ha soportado la crisis; los meses de encierro de las personas provocaron el cierre de alrededor de solamente 2,000 franquicias en México durante el 2020.

Es importante recalcar que durante la pandemia se siguieron otorgando franquicias. Las personas vieron en este sistema de negocio una gran oportunidad para invertir, pues las franquicias generan confianza tanto para inversionistas como para sus consumidores. La demanda de productos y servicios esenciales durante la pandemia ha permitido el crecimiento y fortalecimiento de franquicias como Asturiano® Alamano®, Tiendas de conveniencia. AF

“El 85% de los negocios que operan como franquicia continúan operando después del 5º año de vida” (Asociación Mexicana de Franquicias).

asturiano

¿QUÉ NOS HACE DIFERENTES?

Somos una franquicia bajo el concepto “Llave en Mano”. Como franquiciatario tendrás el respaldo, experiencia y profesionalismo de todo el corporativo, contando con apoyo administrativo, comercial, control de inventarios y monitoreo remoto operativo y de seguridad, así como asesoría en la búsqueda del local, en el proyecto de remodelación, capacitación inicial, software administrativo; manuales de operación, traslado automático de condiciones comerciales. Una vez iniciada las operaciones contarás con apoyo continuo en: visitas de soporte operativo, visitas de control de inventarios, reportes de servicio e innovaciones continuas por parte del corporativo.

¿QUÉ OFRECEMOS?

Las tiendas de conveniencia son uno de los formatos de mayor crecimiento en México y en el mundo, y nuestra franquicia es una oportunidad única de sumarte a este éxito y una forma segura de invertir y proteger tu dinero. Tiendas Asturiano®/Alamano® son dos marcas de la cadena que destaca por sus grandes fortalezas.

APERTURA DE LA EMPRESA: 1997
CREACIÓN DE LA FRANQUICIA: 2019
FRANQUICIAS EN MÉXICO: 29
SUCURSALES EN EL EXTRANJERO: 0
SUCURSALES PROPIAS: 285
SUCURSALES FRANQUICIADAS: 29

CUOTA DE FRANQUICIA:
$250,000.00 MXN + IVA

MONTO DE INVERSIÓN:
$1,850,000.00 MXN + IVA

COSTO TOTAL DE LA FRANQUICIA:
$2,100,000 MXN APROXIMADAMENTE

CUOTA DE REGALÍAS: 4%

CUOTA DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: INCLUIDA

CONTACTO

Francisco Vargas
442 359 7535
franquicias@tiendasaem.com
www.franquiciasasturiano.com

@FranquiciasAsturiano
@franquiciasasturianoalamano

Tintorerías a máxima velocidad

Una franquicia se define como un modelo de negocio en el cual el dueño de una marca decide que es momento de expandirse. Para lograr su objetivo le permite a terceras personas utilizar su marca, además de todos sus conocimientos y experiencia que le han dado éxito. Así surgen dos conceptos importantísimos en este campo: Franquiciante es el que vende la franquicia; Franquiciatario es el que compra la franquicia.

RAÚL JIMÉNEZ RODRÍGUEZ
Director de Tintorerías Max
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. 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.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS
SOCIO ACTIVO

DESDE 2012
OUTSTANDING NATIONAL FRANCHISE
(2009, 2010, 2011, 2013, 2016 Y 2017)

PROS Y CONTRAS DE ADQUIRIR UNA FRANQUICIA

Lo que debes tener muy claro...