

Cliente: Asociación Mexicana de Franquicias	Fecha: 28-05-2008
Medio: El Financiero	Página: 20A
Sección: Franquicias	Ciudad: México DF
Reportero: Nicolás Lucas	Costo: 158,400
Tema: Socios	

**FRANQUICIAS**

Nicolás Lucas / Finsat

## Publicidad de última generación, negocio que atrapa

**multimail**  
Nació en Monterrey en 2007, con el fin de crear y repartir propaganda vía internet en el mercado mexicano, pero debido a su rápido crecimiento ya realiza envíos a otras regiones del mundo. Cuenta con más de una docena de filiales en el territorio nacional. Y para 2009 espera llegar a sus primeros 50 franquiciados en el país.

En el mercado actual, tan bombardeado mediáticamente, cada vez resulta más necesario desarrollar estrategias efectivas, que permitan que la publicidad cumpla con su cometido de atrapar lo más importante del cliente: su atención.

En esa competitiva industria sólo saldrán avances las empresas que vean a futuro y utilicen las nuevas tecnologías, a fin de captar una parte de los 75 mil 265 millones de pesos que se estima fueron los ingresos para la industria de la mercadotecnia en México durante 2007, según señala la Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica (Cicom).

De esa cantidad, 58.9 por ciento se destinó directamente a publicidad y 15.2 por ciento a promociones, aspectos que representan un nicho para las franquicias de reparto de propaganda como Casa por Casa y Multimail, sin importar el canal donde operen.

### Reparto por la red

En México existen alrededor de 20 millones de usuarios de internet y durante 2007, según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el comercio electrónico generó en el país 765 millones de dólares.

Así, internet se ha convertido en un poderoso vehículo para la consolidación o incursión de varias industrias, como la del reparto electrónico de publicidad.

Ejemplo de ello es Multimail, empresa especializada en el reparto de publicidad vía la web, que según su director general, Raúl Muñiz, ha crecido 100 por ciento desde su nacimiento en 2007.

Indicó que su modelo de negocio se basa en una política de bajo costo y alta calidad. La cuota de franquicia es de 75 mil pesos, mientras que los costos de operación son de cero, y habría algún costo operativo sólo si el franquiciatario emplea ejecutivos de venta, explicó.

De acuerdo con Muñiz, Multimail tiene capacidad de enviar diariamente alrededor de ocho millones de volantes electrónicos a bandejas de correo de todo México, Centro y Suramérica; no obstante, se pueden hacer campañas para Europa, Australia y Canadá.

La compañía espera otorgar 25 nuevas franquicias para finales de 2008, que se sumarán a las ya existentes en Cancún, Chihuahua, Ciudad Juárez, el Distrito Federal, Durango, Gómez Palacio, Xalapa, Morelia, Monterrey, Saltillo, Torreón, Veracruz y Villahermosa.

De todas las nuevas filiales de Multimail, el grueso de ellas se ubicará en la ciudad de México, apuntó.

Una ventaja de Multimail es que no cobra regalías si su filial no logra ventas. En caso contrario, exige 8 por ciento y otro 2 por ciento para lo referente a publicidad, lo que deja un margen de 90 por ciento de utilidad para el franquiciatario.

Según el entrevistado, la empresa capacita a sus inversionistas en el uso de sus herramientas tecnológicas y los promueve, lo que regularmente no hacen las competidoras más cercanas.

Asimismo, Raúl Muñiz aseveró que en una plaza como el Distrito Federal se pueden obtener ventas por hasta un millón de pesos mensuales y los clientes pueden ser colegios, hoteles, agencias de viajes o de autos y gente común; de ahí que la publicidad enviada contiene información de interés.

### Innovación de lo tradicional

Casa por Casa es un concepto de franquicia enfocada al reparto de publicidad de hogar en hogar, negocios o puntos específicos.

Aunque su base es un sistema tradicional de reparto y con una demanda estable, ofrece soluciones a sus clientes basadas en el uso de nuevas tecnologías.

Con su sistema geostadístico, técnica utilizada por esta empresa para repartir sus volantes, ofrece una herramienta que brinda al cliente el contenido real y potencial de la zona de reparto en la que está interesado.

Gracias a este sistema, se da un reporte en tiempo real al cliente de lo que ocurre con su campaña en campo y otorga además nuevas estrategias de desarrollo del proyecto, señaló Jorge Antonio Gómez Carrillo, director de franquicias de la empresa originada en Monterrey, Nuevo León.

Con este modelo, comentó, el cliente tiene la certeza de que su producto o servicio llegará al destino deseado.

"Es un modelo que ningún competidor ofrece, que se adapta a cualquier necesidad, empresa, producto o servicio, y es lo que hace a Casa por Casa ser la diferencia entre una simple empresa de reparto a una proveedora de soluciones en mercadotecnia", agregó.

Debido a la apuesta de Casa por Casa a las nuevas tecnologías, la firma se ha apoderado de 10 por ciento del mercado nacional con un estimado de 40 millones de piezas distribuidas en todo el país.

Gómez Carrillo indicó que se espera otorgar seis franquicias más en 2008, que se sumarán a las de Hermosillo, Torreón, Saltillo, Monterrey, Michoacán y las dos del Distrito Federal.

Comentó que para ser un franquiciatario de Casa por Casa, primero se debe ser un representante y después de seis meses, según los resultados que obtenga, se otorga la franquicia.



### PROMOCION LUMINOSA

La distribuidora de pantallas electrónicas Lumtec nació hace poco más de diez años en la ciudad de México, con el objetivo de ofrecer una oportunidad de negocio a todos aquellos que tengan un capital guardado y deseen invertir en pantallas de leds.

La empresa ha tenido un crecimiento espectacular durante los últimos cinco años, cuando comenzó a recibir por vía electrónica y correo tradicional pedidos de sus pantallas de Centro y Suramérica. La gerente de ventas de Lumtec, Danielle Van Der Kwartel, señaló que estos artefactos pueden ser utilizados en aplicaciones de promoción y publicidad, así como comunicación corporativa, señalización, seguridad industrial y entretenimiento, entre muchas otras.

Además, se instalan tanto en interiores como en exteriores, a la vez que pueden utilizarse en negocios comerciales o industriales, explicó la representante de Lumtec, empresa que también distribuye directorios electrónicos, marcadores deportivos, pantallas de divisas, para señalización vial y equipo audiovisual. La demanda de los aparatos distribuidos por Lumtec aumentó al ser la intermediaria exclusiva de Optec Displays, el fabricante más renombrado de las pantallas de leds en Estados Unidos.

El principal atractivo de los aparatos manufacturados por Optec Displays es su sistema patentado de pixel híbrido, que según Lumtec otorga una mejor visibilidad, durabilidad y brillantez a las pantallas.

El emprendedor necesita mínima o nula experiencia para operar las pantallas, indicó Van Der Kwartel, ya que éstas pueden tener varias aplicaciones, como desplegar mensajes, la promoción de productos, dar mensajes de bienvenida o mostrar el tipo de cambio de una divisa.

Lo que Lumtec ofrece al posible inversionista es iniciar un negocio de publicidad vía sus pantallas electrónicas, para lo cual recibe asesoría para comercializar bienes o servicios por medio de estos aparatos.

Adquirir un dispositivo de éstos cuesta cerca de 800 mil pesos; sin embargo, según sus promotores, el retorno de la inversión es de cuatro meses.

Al ser Lumtec el distribuidor exclusivo de la marca Optec y vender pantallas con el agregado del pixel híbrido, ha conseguido ganar 25 por ciento del total del mercado nacional de estos dispositivos. Incluso, la empresa estimó que duplicará para 2008 lo conseguido en 2007.

El costo operativo de estas pantallas luminosas es de prácticamente cero, pues sólo es necesario pagar a uno o dos empleados, según decida el propietario, o incluso puede operarlo él mismo. En todo caso, sólo debería cubrirse el suministro de energía eléctrica. (Nicolás Lucas / Finsat)



Inició operaciones en 1995 en Monterrey, Nuevo León. En México cuenta con alrededor de dos mil clientes activos. Distribuye anualmente cerca de 40 millones de volantes en todo el país. Es una empresa mexicana que a partir de 2004 otorga franquicias.



### TIEMPO EN QUE SE RECUPERA LA INVERSION

Franquicia	Cuota	Inversión total aproximada	Regalías	Tiempo
Multimail	75,000	variable	10%	4 semanas
Casa por Casa	variable	525,500	5%	18 meses

Nota: Las cifras proporcionadas en dólares por las empresas fueron expresadas en pesos, de acuerdo con el tipo de cambio promedio de abril. Fuente: Cuadro elaborado por Finsat, con información de las empresas. Información sobre este página: papepau@elfinanciero.com.mx