

- [El Financiero](#)
- [Edición Digital](#)



junio 8th, 2011

[Franquicias sociales, acción para mejorar el mundo](#)



La sociedad mexicana está cada vez más consciente de que los graves problemas de México sólo se resolverán con la colaboración de los ciudadanos, mediante instituciones y modelos fuertes y bien estructurados que logren aterrizar las buenas intenciones en acciones tangibles.

Esta nueva mentalidad le abre la puerta a las franquicias sociales que surgieron en México en 2004 y han mantenido, hasta ahora, un desarrollo discreto, de acuerdo con Juan Manuel Gallástegui, presidente de la firma Gallástegui Armella Franquicias.

“Lo ideal en un país que enfrenta problemáticas sociales como el nuestro, es que todas las franquicias y las empresas en general tengan una responsabilidad social. Es muy importante no confundir la responsabilidad social con la filantropía, porque la filantropía se reduce a dedicar recursos a apoyar una causa en particular, pero se queda simplemente en un donativo. La responsabilidad social va más allá de eso.

“También es muy diferente ser una franquicia social, el término franquicia se utiliza porque se aplica la misma metodología que para una franquicia comercial, pero para replicar una institución cuya actividad va dirigida a resolver una problemática social o una necesidad colectiva”, explicó Gallástegui, uno de los fundadores de la Asociación Mexicana de Franquicias.

Aunque el desarrollo de las franquicias sociales ha sido lento, este 2011 se vislumbra como un parteaguas para este concepto.

El despacho Gallástegui Armella tiene en desarrollo cuatro franquicias sociales -enfocadas en mejorar la educación, apoyos a comunidades marginadas, involucramiento de la población en resolución de problemas y entretenimiento para comunidades de bajos recursos-, y estima que entre sus competidores deben estar desarrollando entre cuatro y seis más.

“La población mexicana se está haciendo consciente de que todos trabajamos para resolver nuestros problemas o los problemas nos van a devorar. También todos estamos tomando conciencia de que no todo lo

va a resolver el gobierno, y en la medida que trabajemos todos por resolver nuestros problemas, saldremos adelante.

“La clave es que sigan surgiendo instituciones que resuelvan una problemática de forma eficiente, y la franquicia vendrá como una herramienta de crecimiento”, puntualizó el experto.

Para que una institución u organismo pueda ofrecer una franquicia social, el modelo debe contar con un proyecto de expansión, modelos financieros, manuales, un marco jurídico que garantice y proteja el know how, y debe contar con un plan de asistencia técnica.

Además, la franquicia social debe ser autosustentable; es decir, tiene que generar recursos para sobrevivir y lograr que siga creciendo la red.

Ejemplos de franquicias sociales exitosas son Unidos, un programa que fomenta la interacción entre niños y jóvenes sanos con niños y jóvenes con discapacidad en actividades sociales comunes, que van desde ir al cine o a comer, hasta salir a bailar. Así como los Tamales Dounis, que busca garantizar la manutención de jóvenes con Síndrome de Down, mediante la fabricación y venta de este producto.

Fundación Rafa Márquez



Uno de los desarrollos en los que se encuentra trabajando Gallástegui en su oficina de Guadalajara -dirigida por Mónica Gándara-, es la franquicia social de la Fundación Rafa Márquez, la cual fue fundada en julio de 2005, después de que el futbolista mexicano tuvo la inquietud de hacer algo por su país.

Dentro de las instalaciones de esta fundación se imparte un programa llamado NED, que son las siglas de nutrición, educación y deporte. Bajo este programa, niños y jóvenes de comunidades marginadas de entre cinco y 15 años reciben una comida al día, acceso a cursos de reforzamiento escolar como cómputo y lectura, así como un entrenamiento deportivo.

“Buscamos ser un programa preventivo, para que todos los niños de las comunidades en donde estamos se alejen de problemáticas como las drogas, el alcohol, la prostitución, las pandillas, entre otras. Ya hay muchas fundaciones que se dedican a apoyar a los niños y jóvenes que ya cayeron en estos problemas, pero nosotros queremos llegar antes de que pase”, destacó Mauricio Heredia, director general de la Fundación Rafa Márquez Fútbol y Corazón, AC.

La fundación atiende a un promedio de 800 niños y solamente el año pasado sirvieron 130 mil comidas. Ofrece tres fechas oficiales de ingreso y cualquier pequeño tiene la oportunidad de entrar. Una vez inscrito, debe seguir ciertas reglas, como no faltar a comer, a las clases y a los entrenamientos.

“Los niños cubren una cuota de recuperación que va desde un peso hasta tres pesos por comida, y el cobro es con la idea de que tanto el niño como la familia valore lo que está recibiendo, porque lamentablemente cuando se regala, la gente no lo aprecia. Tenemos casos donde la familia se compone de seis o siete hermanos y sería complicado para los padres cubrir todo el monto, por lo que también otorgamos becas”, explicó el directivo.

Heredia señaló que la idea de hacer una franquicia surge porque a la fundación se han acercado tanto empresarios como gobiernos municipales y estatales que quieren reforzar los programas sociales que ya están en marcha y se han sentido atraídos por el de NED.

La fundación cuenta con dos centros, y uno que está en construcción; esperan que la franquicia, la cual aún está en proceso de desarrollo, esté lista para septiembre de este año. Hasta el momento, hay 12 municipios interesados en replicar su modelo.

El centro infantil, sin incluir el área deportiva, requiere de un espacio de mil metros cuadrados, y si se considera una cancha de fútbol, es necesario un espacio de cuatro mil metros cuadrados.

Las instalaciones básicas, las cuales se componen de comedor, cocina, salones y consultorios -donde se da atención dental básica con limpieza y curación de caries, homeopatía y nutrición-, requiere de una inversión de 4.5 millones de pesos, y la operación anual está en alrededor de 1.8 millones de pesos, atendiendo alrededor de 300 niños al año. La cuota de franquicias y las regalías aún no están definidas.

“Pediremos que la persona interesada en la franquicia ya cuente con cierta capacidad económica para cubrir los gastos del centro, pero también le enseñaremos a crear estrategias de recaudación de fondos”, concluyó el directivo.