



CUCEA
El mejor lugar para el talento



ESTANDARIZACIÓN DE SERVICIO VS. PERSONALIZACIÓN: LA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE SANTAS ALITAS

Elaborado por:

Dr. Moisés Alejandro Alarcón Osuna
Mtro. César Lugo Valdez

Documento con licencia de:



08 de octubre del 2025

Elaborado por:

Dr. Moisés Alejandro Alarcón Osuna

Profesor Investigador DER-INESER.

CUCEA. Universidad de Guadalajara.

Responsable Módulo 2. Plataforma Economía de Jalisco.

moises.alarcon@ucea.udg.mx

Mtro. César Lugo Valdez

Estudiante del Doctorado en Innovación y Sustentabilidad en los negocios.

cesar.lugo2225@alumnos.udg.mx

Palabras clave:

Franquicias, estandarización, personalización, calidad, procesos, innovación, servicio al cliente, expansión, capacitación, inteligencia artificial.

Contenido:

Se presenta un análisis de la franquicia Santas Alitas y la forma en la que equilibra la estandarización de procesos y la personalización del servicio mediante la *tropicalización* y la innovación tecnológica para sostener su crecimiento nacional.

Cómo citar:

Alarcón Osuna, Moisés Alejandro. (08 de octubre de 2025). *Estandarización de Servicio vs. Personalización: La Estrategia de Crecimiento de Santas Alitas*. Pronóstico y monitoreo económico. Plataforma Economía de Jalisco. CUCEA-Universidad de Guadalajara.
<https://economiajalisco.cucea.udg.mx/modulo-2/>

Estandarización de Servicio vs. Personalización: La Estrategia de Crecimiento de Santos Alitas

El rápido crecimiento de las franquicias en el sector de alimentos y bebidas plantea un dilema fundamental: ¿cómo mantener la calidad y la consistencia (estandarización) mientras se satisfacen las demandas locales y las experiencias únicas (personalización)?

En una reciente entrevista académica, el director de la franquicia Santos Alitas, Hugo Magaña, compartió la estrategia de la cadena para gestionar esta tensión, destacando que el éxito no radica en homologar el producto, sino en estandarizar la excelencia del proceso.

La Tropicalización como Imperativo, No como Opción

Con más de 85 sucursales en más de 20 estados, Santos Alitas ha comprobado que la **homologación al 100% es imposible** y, peor aún, contraproducente. La clave de su expansión ha sido la **tropicalización**, entendida como la adaptación inteligente a las condiciones y hábitos de consumo de cada zona:

- **Horarios y Ambientes:** Las horas de cierre varían drásticamente (ej. 11 pm vs. 3 am en estados diferentes del país), lo que obliga a adaptar la operación. Además, el ambiente cambia según la ubicación (de restaurante familiar a un concepto más enfocado en el “restaurante bar” con mixología).
- **Gama de Productos:** La franquicia opera con tres modelos distintos (Express, Mini y Restaurante Bar), cada uno con procesos y gamas de productos únicos. Esta variación es necesaria para responder a las tendencias y nichos locales, incluyendo convenios específicos para productos como la cerveza sin alcohol.
- **Enfoque en el Cliente:** La directriz principal de la empresa es clara: **“El cliente ya no se fija en la estandarización, sino en la personalización del servicio y del producto.”**

La Estandarización de Procesos como Garantía de Calidad

Si el menú y el ambiente cambian, ¿dónde reside la promesa de la marca? La respuesta de Santas Alitas es sencilla: **la estandarización se aplica a la calidad de los procesos, para beneficio de la experiencia final.**

El sistema de la franquicia garantiza la consistencia en el sabor y el servicio mediante:

1. **Fichas Técnicas Rigurosas:** La matriz decide y aprueba a los proveedores de materias primas mediante fichas técnicas detalladas. Los dueños de las franquicias simplemente siguen estas directrices.
2. **Capacitación Digitalizada:** Se utilizan plataformas y herramientas de **Inteligencia Artificial (IA)** para estandarizar la capacitación y el entrenamiento del personal, asegurando que el estándar de servicio sea uniforme en todas las sucursales, independientemente del menú local.
3. **Monitoreo:** La medición de la calidad se refuerza con métodos como el **Mystery Shopper** y **encuestas de satisfacción**. Estos datos se complementan con análisis asistido por IA y monitoreo de redes sociales (comentarios en Google, Facebook, X, Instagram, etc.), lo que permite a la matriz detectar rápidamente cualquier desviación en el proceso y la experiencia.

Experiencias Satisfactorias, Procesos Seguros

El modelo de Santas Alitas demuestra que la **innovación en el sector restaurantero** no debe elegir entre el control y la flexibilidad. Al liberar al menú y el servicio para que se adapten a la demanda local (**personalización**), la marca logra ser relevante y atractiva. Simultáneamente, al mantener el **control estricto sobre los procesos, la materia prima y la capacitación (estandarización)**, se garantiza la promesa de calidad que impulsa la expansión.

En palabras de su director, la meta es simple: generar **experiencias satisfactorias**, y esta meta es la que potencia la posibilidad de **tropicalización** sin perder la identidad de marca.

Metodología

Esta nota de difusión se basa en una entrevista académica realizada con Hugo Magaña (Director de Santas Alitas) en el marco de una investigación sobre Innovación Disonante y Gestión de Franquicias. Entrevista realizada por Moisés Alejandro Alarcón Osuna (Profesor de CUCEA-UDG) y Cesar Lugo Valdez (Estudiante del Doctorado en Innovación y Sustentabilidad en los negocios).