

Martin Santos Temponi

Ciudad de Mexico

Celular: 55-3677-8935

E-mail: martin@msantos.mx

Martín es ingeniero en sistemas informáticos, tiene una maestría en mercadotecnia y una maestría en administración de empresas, así como más de 25 años de experiencia profesional en la industria de restaurantes en México, con experiencia internacional.

Martin abrió una Franquicia de Wingstop junto con su socia, y creció mientras era consultor en Medix, actualmente el negocio es administrado completamente por su socio.

Desde agosto de 2016 hasta abril de 2018, trabajó en Medix / Salulleza como Director de Operaciones y Desarrollo, donde fue responsable de la investigación, desarrollo, fabricación y comercialización de productos químicos farmacéuticos con especialización en tratamientos para el sobrepeso y la obesidad. Desarrolló un modelo de negocio, plan de crecimiento estratégico, estructura de operaciones y manuales de operación. Se cambió la imagen de la marca Slim Center en México, se crearon las marcas de 180 grados y By Everyday.

Trabajó en Alsea durante más de 25 años. Fue Director de Marca - PF Chang durante un mes y, antes de eso, como Director de Franquicia Maestra y desarrollo de nuevos negocios - Domino's Pizza, reactivó Domino's Pizza, abriendo 70 tiendas en tres años y 9 nuevas franquicias. A cargo del desarrollo operacional de la marca en México, gestionando un presupuesto de MXN \$ 240 millones anuales. Desarrolló e implementó la nueva imagen de Domino's Pizza México, remodeló 436 tiendas y reactivó el servicio de consultoría para los franquiciados, lo que dio como resultado un aumento en las ventas del 8% respecto al año anterior. Participó en la compra de Grupo Zena en España durante casi un mes (due diligence), una empresa dedicada a la comida rápida, la cena informal y la cena tradicional con 450 locales principalmente en Madrid y Barcelona, incluyendo Domino's Pizza, Burger King, Fosters Hollywood, Cañas. y Tapas y La Vaca Argentina.

Anteriormente, fue Director de Operaciones - Burger King, donde analizó los indicadores estratégicos regionales, incluidos los indicadores clave semanales y los indicadores operativos mensuales, así como los indicadores administrativos y financieros, P&L (ventas, costos, EBITDA) y Capex. Implementación de la entrega a domicilio en todo el país, lo que resultó en un ROI del 55% anual y un 9% más en ventas de restaurantes. Desarrolló un nuevo esquema de mantenimiento que redujo los costos en un 40% y logró que las tiendas con un ROI negativo pasaran a ser positivas (14 tiendas).

Como Director de Marca, Popeyes Chicken & Seafood, desarrolló y administró la marca en México, centrándose en su crecimiento y la búsqueda de rentabilidad (33% de retorno de la inversión). Desarrolló un modelo de tiendas de acuerdo con las necesidades de los clientes en México, que redujeron la inversión en un 20% y aumentaron las ventas del 2% en 2006 y del 8% en 2007, adicionalmente redujo los costos de alimentos de 7 pp, reemplazando el 35% de los productos importados.

Antes de eso, como Director Regional de Operaciones - Domino's Pizza, desarrolló la marca en la región Sureste con un total de 70 tiendas en 5 estados de México, con ventas de MXN \$ 458 M por año. Gestionó los indicadores de pérdidas y ganancias (costos de ventas, EBITDA), inversiones de capital, análisis de rentabilidad, presupuesto, rotación, cobertura de personal por tienda, satisfacción de los empleados y capacitación, convirtiéndose en la región del año 2003 por superar las metas de crecimiento, ventas y niveles de operación.

Martín es un profesional orientado a los resultados, experto en estrategias de crecimiento y en la creación de nuevos modelos de negocios, mejorando el retorno de la inversión, reduciendo costos y diversificando su crecimiento orgánico. Experiencia probada en operación creando eficiencias a través de la tecnología y las personas. Líder y desarrollador de grandes grupos de trabajo. Amplio conocimiento de los planes de trabajo estratégicos centrados en el crecimiento del mercado comercial de productos y servicios. Sus habilidades más notables incluyen operación y administración, mercadeo, capacitación, negociación, análisis estadístico y trabajo en equipo.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Medix / Salulleza, S.A. de C.V.

Agosto 2016 a Abril 2018

Líder internacional en la fabricación de medicamentos para el tratamiento integral del sobrepeso y la obesidad, mejorando la calidad de vida.

Director de Operaciones y Desarrollo 2017 a 2018

Consultor Externo de Operaciones y Desarrollo de Franquicias 2016 a 2017

Martin Santos Temponi

- Responsable de la investigación, desarrollo, fabricación y comercialización de productos químicos farmacéuticos con especialización en tratamientos para el sobrepeso y la obesidad.
- Trabajó en las marcas de consumo Slim Center, Become Yourself y 180 grados, desarrollando un modelo de negocio, plan de crecimiento estratégico, estructura de operaciones, manuales de operación, capacitación e implementación de nuevos productos y servicios.
- Reportado al Director General, y supervisión directa de 7 personas.
- Se modificó la imagen y se abrieron centros de la marca Slim Center en México.
- Creación de las marcas 180 grados y Become Yourself.
- Desarrollo de nuevos productos y servicios para las 3 marcas.

WingStop-Franchise

2016 hasta la fecha

La mayor cadena internacional de restaurantes de alitas de pollo del mundo.

Socio

Aalsea

Septiembre 1991 a Junio 2016

Empresa dedicada a la representación y operación de comida rápida QSR y establecimientos de comida informal en América Latina y Europa.

Director de marca - PF Chang

Mayo de 2016 a junio de 2016

Director de Franquicias Maestras y Desarrollo de Nuevos Negocios - Domino's Pizza

2011-2016

- Reactivó las aperturas de Domino's Pizza con 70 tiendas en tres años y 9 nuevas franquicias.
- Evaluó la capacidad de las aberturas para los próximos 5 años (Marketing Holding Capacity)
- Reportado al Director General con 7 informes directos y un equipo de 10 personas. A cargo del desarrollo operacional de la marca en México como la franquicia maestra Domino's Pizza, con un total de 624 tiendas (400 corporativas y 224 en 29 sub-franquicias), administrando un presupuesto de MXN \$ 240 millones anuales.
- Desarrolló e implementó la nueva imagen de Domino's Pizza México y la remodelación de 436 tiendas con aumentos del 11% sobre el resto de las tiendas o tiendas de control.
- Desarrolló nuevos modelos de negocio "Fast Casual" de Dominos. Store in Store. Combo Domino's - Burger King y tiendas de baja población.
- Reactivación del servicio de consultoría a los franquiciados, lo que se traduce en un incremento de ventas del 8% respecto al año anterior.
- Desarrollé nuevos productos como Cheese Stuffed Crust Pizza, PanPizza, Canelazo bites, entre otros, así como el manual operativo para México. Implementó la bicicleta con un chaleco liviano para la seguridad que se distribuirá a nivel nacional.
- Participó en la compra de Grupo Zena en España durante casi un mes (due diligence) Empresa dedicada a la industria de restaurantes, tanto de comida rápida, como de comida informal y tradicional, con 450 ubicaciones principalmente en Madrid y Barcelona de marcas: Domino's Pizza, Burger King, Fosters Hollywood, Cañas y Tapas y La Vaca Argentina.
- Evaluación de las unidades desde la perspectiva operativa, incluyendo equipo y mobiliario, estructura de operaciones, estado de las instalaciones, ventas y promociones, mercado de expansión, competencia, sistema de franquicias y sistema de distribución.

Director de Operaciones - Burger King

2009 a 2011

- Desarrollo operacional de la marca en México como una franquicia de Burger King en las ciudades de Monterrey, Guadalajara, Acapulco, Bajío y Ciudad de México, con ventas anuales de MXN \$ 1,100 mil millones y un total de 110 tiendas, gestionando 2,420 personas e informando al Director general.
- Analizó los indicadores estratégicos regionales de la marca para la toma de decisiones. Indicador clave semanal, ventas, pedidos, ticket promedio, ventas de productos, desempeño de promociones, costo de alimentos, costo de mano de obra, etc.
- Indicadores operativos mensuales, comprador misterioso, servicio al cliente, evaluación de estándares operativos, rotación, cobertura del personal por tienda, satisfacción de los empleados y capacitación.
- Responsable de los indicadores administrativos y financieros, P&L (ventas, costos, EBITDA), Capex, análisis de rentabilidad y presupuesto.
- Horario de servicio extendido para clientes y tiendas las 24 horas (desayuno y cena).

- Desarrollo del proyecto piloto de entrega a domicilio en Acapulco y la implementación a nivel nacional con el asesoramiento corporativo de BK para su implementación para toda la marca. ROI de 55% al año y 9% más en ventas de restaurantes.
- Implementación de mejoras operacionales a través de nuevas tecnologías (servicio y tiempos de producción para la medición de la demanda) (Kitchen Minders, menús electrónicos, drive-thru), mejorando la productividad y los tiempos de servicio.
- El desarrollo de un nuevo esquema de mantenimiento (interno, externo y de servicio al cliente) redujo los costos en un 40%.
- Creación de un Departamento de servicio al cliente con número 01800, correo y kit de "disculpas a los clientes".
- Desarrollo de la nueva imagen de tienda para México, así como en concepto, diseño y construcción.
- Apertura de tiendas en nuevos mercados, desarrollo del modelo de centros de postres y kioscos.
- Convirtió las tiendas con ROI negativo a positivo (14 tiendas).

Director de Marca - Popeyes Chicken & Seafood

2005 a 2009

- Desarrollo y gestión de la marca en México, así como búsqueda de rentabilidad objetivo para Alsea. El proyecto más importante de la marca fue su crecimiento y la búsqueda de la rentabilidad del negocio. (33% ROI)
- Reportado al Director General de casual y Proyectos / Socio.
- Desarrollo de un modelo de tiendas de acuerdo a las necesidades de los clientes en México y la rentabilidad de la marca. Reducción de la inversión en un 20%.
- Desarrolló las alianzas estratégicas (Pilgrims, Bachoco, Coca-Cola, y DIA).
- Aumentó las ventas en la misma tienda del 2% en 2006 y del 8% en 2007, adicionalmente redujo el costo de los alimentos de 7 pp, reemplazando al 35% de los productos importados.
- Desincorporación de la marca del holding, cierre de marca en el mercado, recuperación de activos de la empresa, venta de la marca y reubicación de empleados.

Director Regional de Operaciones - Domino's Pizza

1998 a 2005

- Implementación de programas en áreas tales como recursos humanos, mercadeo, administración y operaciones. Desarrollo de la marca Domino's Pizza en la región sureste con un total de 70 tiendas en 5 estados de la República Mexicana, a cargo de 1200 y ventas de MXN \$ 458 millones por año.
- Reportado al Director General y supervisión directa de 8 personas.
- Analizó los indicadores estratégicos de la marca de toma de decisiones, indicadores clave, pedidos semanales (AWUS, ventas), ticket promedio, ventas de productos, desempeño de promociones, costo de alimentos, costo de mano de obra).
- Indicadores operativos mensuales, comprador misterioso, servicio al cliente, evaluación de estándares operativos, entre otros.
- Responsable de los indicadores administrativos y financieros, P & L (costos de ventas, EBITDA), Capex, análisis de rentabilidad, presupuesto, rotación, cobertura del personal por tienda, satisfacción de los empleados y capacitación.
- Región del año 2003 por exceder los objetivos de crecimiento, ventas y niveles de operación
- Franquicia del año en 2004 por superar los objetivos de crecimiento, ventas y niveles de operación.
- Desarrollo de la marca en 19 ciudades, análisis de mercado y apertura de más de 50 tiendas en la región.
- Desarrollo del programa "Gerentes 8.5" para la evaluación de resultados y pago de incentivos a nivel nacional.
- Creación de la revista "Master" para la región para todo el personal de las tienda.
- Desarrollo, implementación y logística de talleres para la reparación de motocicletas, reduciendo los costos de mantenimiento.

Supervisor de Operaciones - Domino's Pizza

1996 a 1998

Gerente de tienda - Domino's Pizza

1992 a 1996

Pizza Maker - Domino's Pizza

1991 a 1992

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE)
Alta Gerencia de Negocios, D-1

2013 a 2014
Ciudad de México

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)
Máster en Marketing

2008 a 2009
Ciudad de México

Universidad del Sol
Bachiller en Ingeniería en Sistemas Computacionales

1994 a 1999
Cuernavaca, Morelos

Formación extraescolar, incluidas las habilidades de gestión por STF Consulting Group, 2003; Cultura y valores organizacionales por STF, Consulting Group 2002; Mapping for Profits, Coca-Cola de México, 1998; Alto rendimiento, Grupo ALEPH, 1998 liderazgo; Rally de entrenadores de alto impacto, Domino's Pizza, México 1997; Seminario de Supervisores, Domino's Pizza International, Miami, FL, 1997; Capacitación dinámica, costos y ganancias, gestión de personal, participación en el mercado, gestión de productos, Domino's Pizza México, 1994,1997.

INFORMACIÓN PERSONAL

Martín es un ciudadano Argentino, bilingüe en inglés y español, y tiene conocimientos de computación y habilidades en los principales paquetes de software, incluidos Office, Adobe, Oracle, AutoCAD, MapInfo, programación web (HTML5, PHP, Joomla).