

## **Combate el desempleo gracias a un error tipográfico**

**Una mujer de Zamora combate el desempleo gracias a un error tipográfico. Agustina, la nueva franquiciada de Buzonalia en Zamora, combate el desempleo abriendo una franquicia gracias a un error tipográfico en una revista.**

Buzonalia nace en España como la primera franquicia de buzoneo que inició su expansión de forma exponencial durante sus primeros años y que ha seguido creciendo desde entonces hasta convertirse en uno de los referentes del sector.

Para la nueva franquiciada de Zamora, Buzonalia es su segunda experiencia en el autoempleo y aunque no tiene experiencia en distribución publicitaria, se muestra entusiasmada con el curso de formación que está recibiendo en la central y lo ve como su mejor decisión para paliar el desempleo y seguir creciendo como empresaria.

En sus propias palabras: “En Buzonalia he encontrado un equipo dinámico, motivador, entusiasmado, gente que trabaja con personas y para personas. Es justo el tipo de valores que marcan la diferencia hoy en día, el tipo de valores que deseo inculcar en mis hijos y los que siempre he querido mantener como profesional. Aunque no tenga experiencia en el buzoneo, con esto creo que ya sé el 50%, porque detrás de cada empresa, grande o pequeña, se encuentran las personas, con las que debes hablar cada día y luchar codo a codo para salir todos adelante”.

Agustina, que así se llama esta mujer emprendedora, explica las razones que le llevaron a decantarse por la franquicia Buzonalia: “Elegí esta franquicia por un error tipográfico en una revista!” Dice riendo. “No podía creer lo que leía, entonces me decidí a llamar a la central y preguntar. Ahí tuve la suerte de conocer a Francisco Hernández, socio fundador de la red de franquicias, y el feeling fue inmediato. Pero como no sólo de amistad vive una persona, el éxito en su trayectoria, el ser una de las franquicias más económicas que encontré, todas las facilidades que me brindaron para comenzar, y el tener un curso de formación tan práctico, realista y didáctico al comienzo, fueron las claves para mi decisión”.

A pesar de todo el auge que están teniendo las empresas de marketing online, Buzonalia es uno de los ejemplos de que el marketing directo sigue funcionando, que hay miles de empresas grandes y pequeñas que confían en él y que se puede formar parte de una multinacional aún siendo “solo una mujer emprendedora”. Aunque, en palabras de Francisco Hernández, “La clave está en la innovación y la profesionalidad. Por ello seguimos avanzando e invirtiendo día a día en aplicaciones tecnológicas que nos permitan realizar nuestro trabajo de la forma más moderna y profesional posible. Así nació nuestra herramienta de geomarketing única en el mercado y específica para empresas de buzoneo”.

**Datos de contacto:**

Agustina

Protagonista de la nota de prensa

656 946 306

Nota de prensa publicada en: [29196 M&agrave;laga](#)

Categorías: [Franquicias Emprendedores](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>