



La Desayunera[®]

CIRCULAR DE OFERTA
DE FRANQUICIA





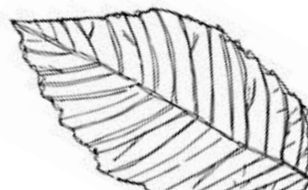
La Desayunería[®]

QUIÉNES SOMOS

LA DESAYUNERÍA es un restaurante que ofrece desayunos y brunch criollos e internacionales, con un toque artesanal y casero. Utiliza productos orgánicos y naturales, y cuida cada detalle para que los clientes se sientan como en casa.

El horario de atención es de 7:00 a.m. a 3:00 p.m., y también ofrece la posibilidad de alquilar los salones para eventos después de esa hora.

Actualmente se enfoca en ampliar el alcance de su marca a nivel nacional e internacional, bajo el formato de franquicia.



ACERCA DE...



La Desayunería®

Cristina Toribio, la fundadora de LA DESAYUNERÍA, tiene una amplia experiencia en el sector de la hotelería y la gastronomía. Estudió en el prestigioso instituto *Le Cordon Bleu* de Florida, Estados Unidos, y realizó su pasantía en París, la capital culinaria del mundo. Trabajó en una franquicia de comida rápida en Florida y por motivos familiares decidió volver a su país natal, República Dominicana. Allí se dedicó a la docencia en el ámbito académico en Santiago, pero no abandonó su pasión por la cocina.

Cuidamos los detalles, los antojos. Creemos que los platillos y las recetas llevan un poco del alma del cocinero que las prepara, del camarero que las sirve y ahí está nuestra fortaleza.

El servicio artesanal cada vez menos visto en este mundo de rapidez, de minimizar procesos, de inteligencia artificial, tiene valor agregado cuando todavía se consigue café colado, salsas hechas de cero, huevos rotos al instante etc. El servicio de mañana tiene su arte, el cual hemos ido aprendiendo con los años.




UN POCO DE HISTORIA...

En el año 2012, Cristina Toribio tuvo la idea innovadora de instalar en Santiago, un *Food Truck* especializado en desayunos, el primero de su tipo en la zona. El proyecto fue todo un éxito y pronto se ganó la fidelidad de los clientes que buscaban una opción diferente y deliciosa para empezar el día. Sin embargo, en el 2019 tuvo que enfrentarse a un obstáculo: las autoridades municipales eliminaron las zonas del parque donde se ubicaba el *Food Truck*. No se dejó vencer por las circunstancias y decidió trasladar su negocio a un local más grande y cómodo en la zona de Los Jardines, con 8 mesas y un área verde.

El restaurante siguió creciendo y atrayendo a más público, incluso desde la capital. Lamentablemente, los dueños del local no quisieron renovar el contrato y tuvo que mudarse nuevamente en el 2022.

Actualmente, funciona en una casa que tiene la opción de comprar en el futuro.





NUESTROS SERVICIOS

Desayunos, take out & delivery,
almuerzos, catering y renta de espacio

La Desayuneria[®]

MISIÓN

“Ofrecer desayunos criollos e internacionales artesanales en horario extendido, cuidando minuciosamente la calidad y el servicio de nuestra operación”



La Desayunera[®]

VISIÓN

“Ser punto focal de la gastronomía dominicana con nuestras múltiples ubicaciones, excelencia en calidad e innovadora oferta culinaria”

VALORES

- ✓ Agradecimiento
 - ✓ Empatía
- ✓ Atención al detalle
- ✓ Excelencia del servicio
 - ✓ Sostenibilidad

La Desayuneria®





CONCEPTO DEL NEGOCIO A FRANQUICIAR

LA DESAYUNERÍA ofrecerá franquicias que repliquen gran parte del concepto de negocio vigente, en este sentido ofrecerá el:

FORMATO RESTAURANTE:

Local aproximadamente de 500 m2 que incorpore áreas verdes, zona para recepción de materias primas y espacio para eventos privados, con la oferta de desayunos criollos e internacionales.

El local se estima podrá ser manejado con doce empleados.

La Desayunería[®]





La Desayunera[®]

VENTAJAS DEL CONCEPTO

- Marca de reconocido prestigio y trayectoria
- Recetas innovadoras y sanas y de alta calidad
- Productos cuidadosamente seleccionados
- Excelente calidad de servicio y atención al cliente
- Evaluación continua de procesos
- Programa de capacitación inicial
- Manual de operación para el franquiciado y operarios
- Asistencia y apoyo permanente
- Diseño y adecuación del local a la imagen de LA DESAYUNERÍA
- Exclusividad de zona para el franquiciado



FICHA INMOBILIARIA

FORMATO RESTAURANTE

- Área del local: mínimo 500 m²
- Locales Free Standing en zonas de alto tránsito comercial, de fácil acceso al local para recepción y manejo de los proveedores de insumos
- Área para parqueo o en su defecto servicio de Valet Parking
- Servicio de gas y energía eléctrica (110 V)
- Servicio de internet
- Segmento de mercado clase media alta/alta

La Desayuneria®



CAPACITACIONES



Capacitación Pre-Apertura del personal clave

Luego de firmado el Contrato de Franquicia, se llevará a cabo la capacitación preapertura del franquiciado. La capacitación contendrá tanto la inducción teórica sobre la filosofía de la empresa, conocimiento y características de productos y su preparación y cocción, así como los aspectos operativos, administrativos y de servicio al cliente en los locales.

Asistencia para la Inauguración y durante los primeros días

A fin de dar asistencia en todo lo referente a la apertura del nuevo local y sus primeros días de operación, así como reforzar los conocimientos impartidos en la capacitación preapertura, personal de Casa Matriz se trasladará a la localidad días antes de la apertura, durante los cuales se podrá verificar la dinámica del local y realizar los ajustes pertinentes.

Apoyo continuo

Se realizarán visitas programadas según la necesidad de cada franquicia.





PUBLICIDAD



Publicidad Inicial

La empresa franquiciante diseñará en conjunto con el franquiciado, y de acuerdo con las estrategias que ya han resultado idóneas, un plan de lanzamiento para dar a conocer el local en la zona.

Publicidad centralizada

Se refiere a la publicidad corporativa llevada a cabo por Casa Matriz con fondos provenientes del pago de Aportes Publicitarios (que se incluirán con la regalía comercial), por parte de los franquiciados, dirigida a realizar publicidad que beneficie a todas y cada una de franquicias operativas.

Publicidad local

Es la inversión que debe hacer cada franquiciado en publicidad para su propio local. La empresa franquiciante asesorará al franquiciado en la elaboración del plan local de publicidad, cuya aprobación final quedará en manos de Casa Matriz.

Material promocional

El material promocional podrá ser diseñado por Casa Matriz y su producción realizada de forma centralizada para ser enviado a los locales franquiciados, o de forma alternativa enviará los artes para ser impresos con proveedores locales. Si el material va a ser producido localmente, el franquiciado deberá enviar una muestra a Casa Matriz para su aprobación antes de la producción.





REDES SOCIALES

Las redes sociales serán manejadas de manera centralizada por Casa Matriz. Existirán cuentas únicas por red social, en las cuales se harán actividades promocionales de beneficio para toda la red, tanto propias como franquiciadas.

En ocasiones especiales, se podrá promover la realización de publicaciones que beneficien a una unidad específica (por ejemplo, en caso de aniversario, apertura, promociones, etc.), cuidando siempre que se mantenga un sano balance de impacto a todas las unidades.

Cuando la franquicia abra operaciones en nuevos mercados extranjeros, podrá evaluar la conveniencia de abrir nuevas redes sociales para cada uno de esos países.

Si la expansión en un nuevo país comienza con una franquicia individual, la gestión de redes la podrá ejecutar el franquiciado con supervisión permanente de Casa Matriz.





EL FRANQUICIADO IDEAL DEBE CUMPLIR CON LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS OBJETIVAS:

- Vinculado y no necesariamente operador directo del local. Controller de las actividades.
- Residente de la ciudad donde colocará el negocio.
- Experiencia de corte gerencial, conocimientos básicos administrativos, financieros, mercadeo y tecnológicos de aplicación básica (manejo de celulares, PC, redes sociales, software de gestión, herramientas de Office), con ganas de tener su negocio propio y hacerlo crecer.
- Orientación en ventas y servicio al cliente.
- No necesariamente con experiencia en el sector gastronómico.
- Capital suficiente para acometer la inversión
- Dedicación y compromiso con el negocio.
- Con liderazgo, manejo grupal, proactivo y dinámico.
- Identificado con la marca, imagen del local y sus productos.
- Compartir los valores familiares, éticos y morales de LA DESAYUNERIA

La Desayuneria[®]