



La Dolcerie
BISTRO
EST. 2006



NOSOTROS

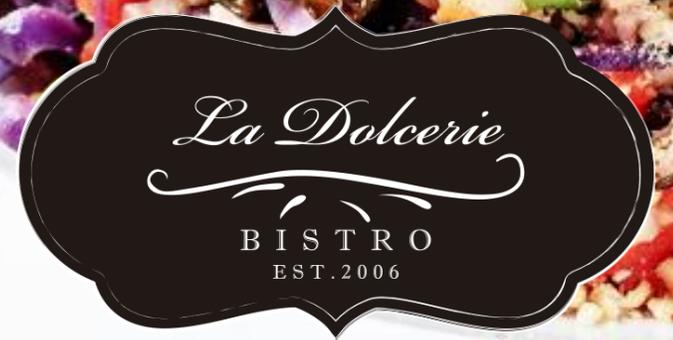
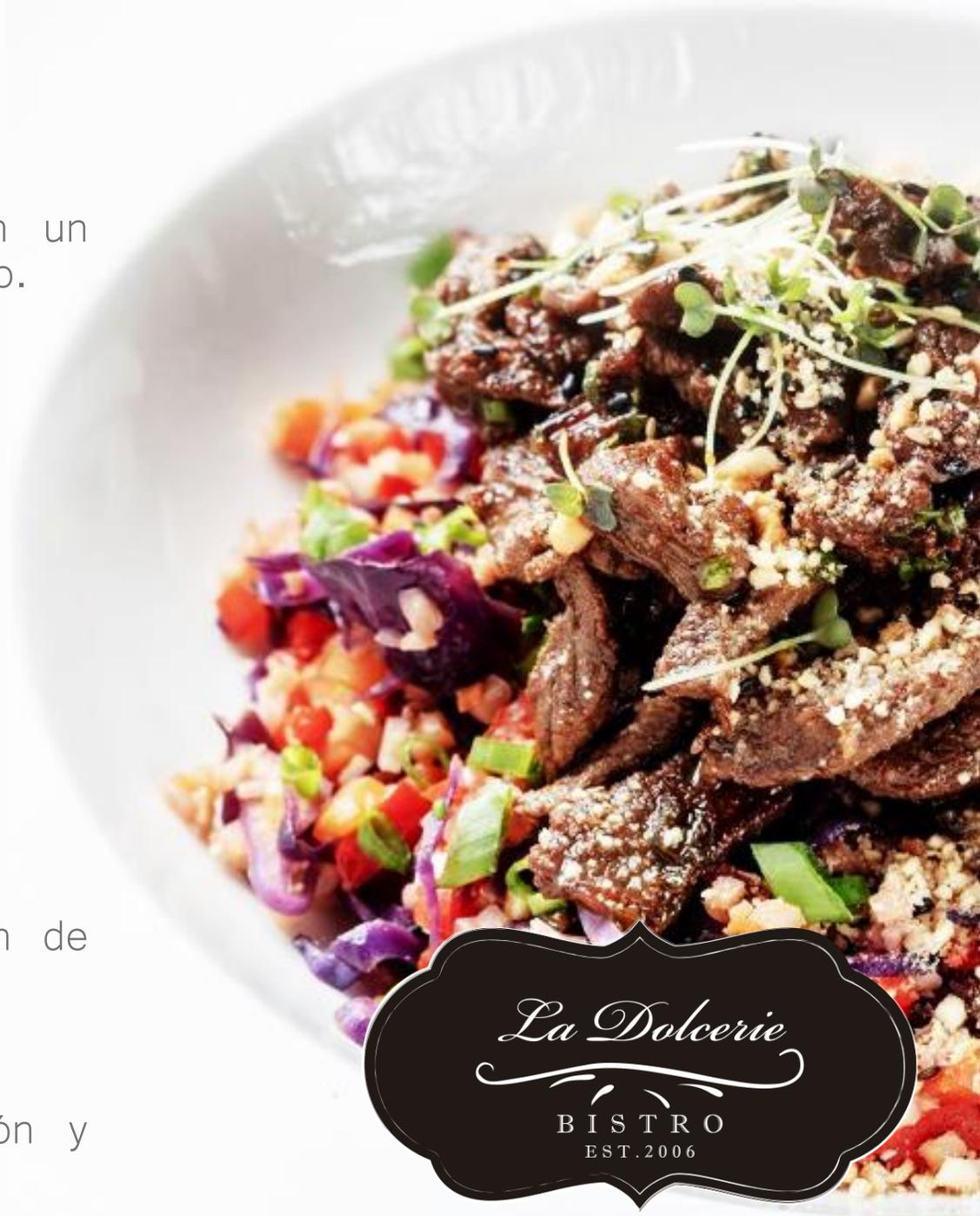
La Dolcerie es uno de los conceptos gastronómicos más importantes de la República Dominicana, con especialización en comida italiana, francesa y americana, reconocido además por la altísima calidad de sus postres.

Somos una empresa familiar que nació en el año 2006 como un pequeño local de repostería fina, que gradualmente fue ganando prestigio entre los paladares más exigentes de la isla, lo que llevó al concepto a expandirse progresivamente hasta convertirse en restaurante integral.



VENTAJAS DEL CONCEPTO

- Reducción de riesgos e incertidumbre al invertir en un negocio ampliamente probado y exitoso en el mercado.
- Recetas únicas en su estilo.
- Productos cuidadosamente seleccionados.
- Excelente calidad de servicio y atención al cliente.
- Evaluación continua de procesos.
- Auge de marca y crecimiento en redes.
- Programa de capacitación inicial.
- Manual de operación para el franquiciado y operarios.
- Asistencia y apoyo permanente.
- Diseño y adecuación del local a la atractiva imagen de La Dolcerie.
- Exclusividad de zona para el franquiciado.
- Oportunidad de tener un negocio propio de inversión y rentabilidad atractiva.





La cadena cuenta actualmente con tres locales en Santo Domingo, y ahora ha adoptado el sistema de franquicia como modelo de expansión, con dos formatos que recogen lo mejor de la marca y sus productos:

- **La Dolcerie Bistró:** es el formato de restaurante full service, con menú completo y bebidas alcohólicas incluidas.
- **La Dolcerie Bakery:** es un formato más pequeño, enfocado especialmente en la repostería clásica de la marca, acompañada de café y bebidas.



La Dolceria
BISTRO
EST. 2006



FICHA INMOBILIARIA

FORMATO BISTRÓ

La plantilla de selección del terreno y/o local debería tener las siguientes características mínimas indispensables para el buen funcionamiento de la franquicia:

- Localizados a pie de calle, en strip malls (preferiblemente en primer piso) y en centros comerciales integrales seleccionados.
- Área mínima ideal:
 - Alrededor de 600 m² (incluye 200 metros de cocina y 100 metros de terraza).
- Zonas comerciales de alto tránsito.
- Zonas residenciales con alta densidad poblacional.
- Facilidad de acceso.
- Estacionamiento disponible propio o en la calle.
- Buena visibilidad desde la calle.
- Zonas de nivel socioeconómico A, B y C+ (especialmente B).
- Servicios: agua corriente, gas directo, planta eléctrica.
- Espacio suficiente para instalar extracción de humo.



CAPACITACIONES

Capacitación Pre-apertura del personal clave

Luego de firmado el Contrato de Franquicia se llevará a cabo la capacitación pre-apertura del franquiciado y del personal clave de operación de la franquicia. 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 las tiendas.

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 pre-apertura, un representante de Casa Matriz se trasladará para la inauguración y permanecerá en dicha localidad después de la apertura, por un periodo adecuado.

Proceso de Apoyo y Supervisión

la empresa franquiciante deberá mantener constante contacto con sus franquiciados, ya sea de forma telefónica, vía e-mail o video conferencia, de manera de resolver las inquietudes y problemas diarios que se puedan presentar.

PLAN DE COMUNICACIONES

Publicidad Inicial de Lanzamiento

La empresa franquiciante diseñará en conjunto con el franquiciado, un plan de lanzamiento para dar a conocer la tienda en su zona de influencia.

Publicidad Centralizada

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

Publicidad Local

Es la inversión que debe hacer cada franquiciado en publicidad para su propia tienda. 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

En el caso de producción de piezas publicitarias, idealmente los artes finales deberán ser elaborados por Casa Matriz y enviados a los franquiciados para su producción local, de manera de asegurar su coherencia con la imagen diseñada por la empresa.

Redes Sociales

Serán siempre manejadas de forma centralizada por Casa Matriz. Existirán cuentas únicas por red social, en las cuales se harán actividades promocionales para beneficio de todas las tiendas. En ocasiones especiales, se podrá promover la realización de publicaciones que beneficien a una tienda específica, por ejemplo, en caso de aniversario, apertura, promociones, etc.



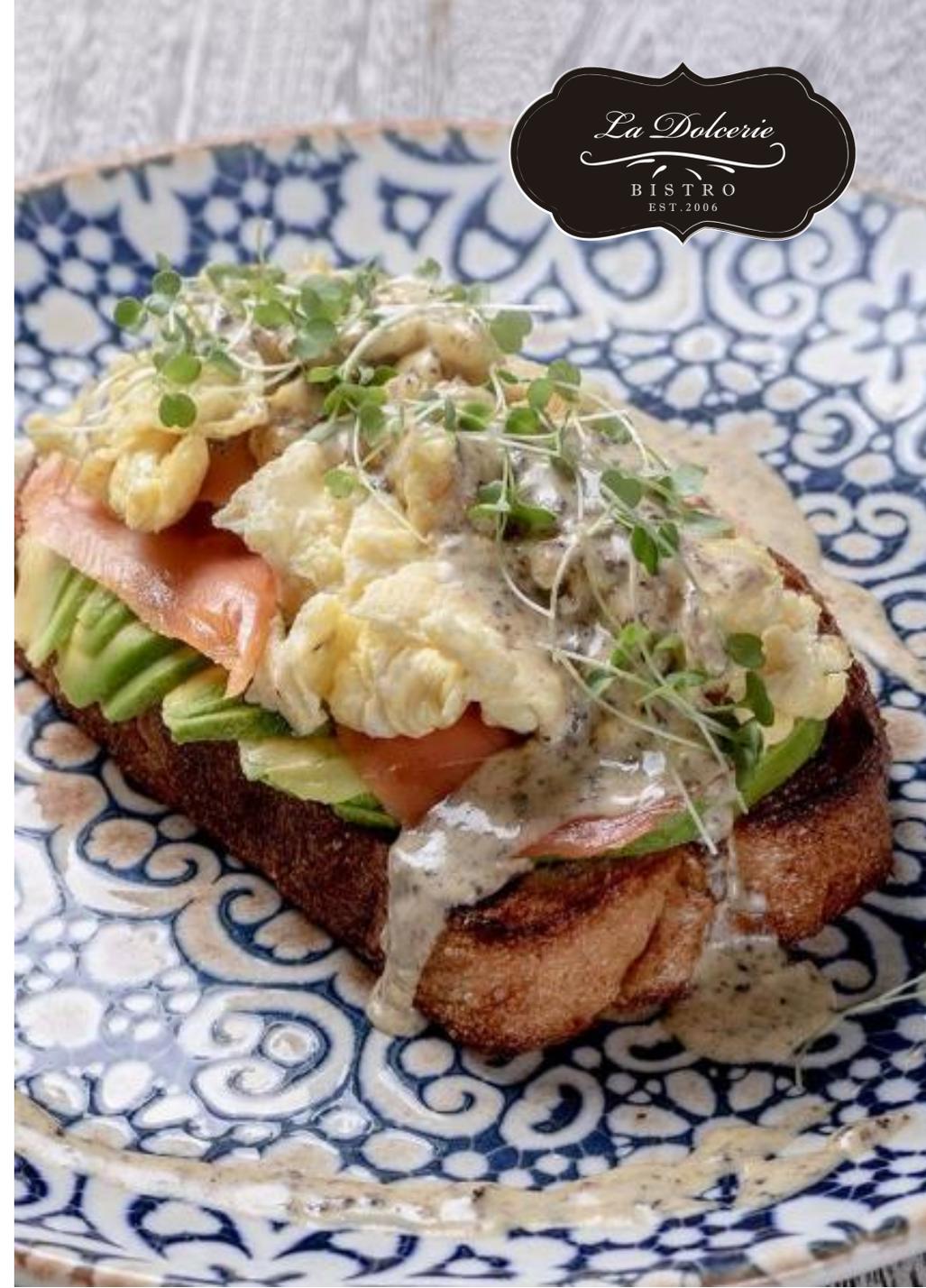
PERFIL DEL FRANQUICIADO

- Operador directo del local.
- Capital suficiente para acometer la inversión
- Comprometido e identificado con los valores y el concepto de La Dolcerie.
- Capacidades administrativas y de manejo de personal.
- Con experiencia laboral y/o con negocios exitosos.
- Alta vocación de servicio al cliente.
- Detallista, proactivo y dinámico.
- Residenciado en la ciudad donde está la franquicia.
- Historial crediticio limpio.
- Con capacidad de manejar y/o entender las redes sociales.
- Que tenga un manejo mínimo de Excel.
- Con inteligencia emocional desarrollada.



RESPONSABILIDADES DEL FRANQUICIADO

- Pago del Derecho de Entrada.
- Dedicar sus mejores esfuerzos para desarrollar con éxito la Franquicia.
- Brindar una excelente atención, logrando la fidelidad de sus clientes.
- Respetar la información confidencial que le proporciona Casa Matriz.
- Dar cumplimiento a todas las cláusulas fijadas y acordadas en el Contrato de Franquicia.
- Pagar mensualmente las regalías comerciales y aportes publicitarios establecidos por Casa Matriz.



CONSIDERACIONES SOBRE LA INVERSIÓN

- ✓ Las estimaciones presentadas han sido realizadas bajo escenarios promedios probables, razón por la cual se trata de ponderaciones financieras, sin considerar los factores específicos que resulten definitivos para cada caso, que deberán adaptarse mediante proyectos individualizados y que sin duda variarían las ponderaciones presentadas.
- ✓ Asimismo, las estimaciones no representan garantía alguna sobre el nivel de ventas y/o éxito del negocio; esto dependerá de factores fundamentales tales como la ubicación, gestión gerencial del asociado y en gran medida de las propias condiciones del mercado que atienda.



PROCESO DE OTORGAMIENTO

- Evaluación del perfil del interesado.
- Contacto por parte de Casa Matriz y presentación del negocio.
- Firma de la Carta de Intención: el interesado firmará una Carta de Intención plasmando en ella la voluntad de adquirir la franquicia y llevar a cabo los procesos correspondientes. Pago de primera parte del Derecho de Entrada.
- Una vez firmada la Carta de Intención el candidato procederá a la constitución de la compañía con la cual firmará el Contrato de Franquicia.
- Firma del Contrato de Franquicia: Pago restante del Derecho de Entrada.
- Capacitación y entrega de los manuales operativos.





La Dolcerie
BISTRO
EST. 2006

