



Circular de Oferta de Franquicia

Nuestra historia



LA NETA inicia sus operaciones en el año 2021, bajo la mano de sus dueños, con una amplia experiencia y tradición en el sector gastronómico desde el año 1974. Identifican en República Dominicana una oportunidad de mercado en la oferta de restaurantes basados en la gastronomía mexicana.

En un espacio en Santo Domingo, donde ya probaron otras iniciativas de negocios vinculadas al sector gastronómico, deciden transformar el local en un restaurante de 144 puestos, para que el público disfrute de la gastronomía mexicana tradicional en un ambiente enmarcado bajo la decoración colorida que caracteriza la cultura mexicana y con un amplio espacio para parqueo.

El éxito fue tal que incluso el sabor de la comida es catalogado por algunos oriundos de México que han visitado el lugar, como muy representativo de su gastronomía. El crecimiento se hace inminente, por lo que sus dueños se han motivado a plantear su crecimiento en diferentes ciudades del país bajo el formato de franquicias.

El concepto a franquiciar



Es un restaurante de comida mexicana que ofrece en su menú platos de la comida tradicional mexicana tales como tamales, empanadillas, sopas de tortilla, pozole, enchiladas y chilaquiles, mole, cochinita pibil, entre muchos de la amplia gastronomía de México, en un ambiente amplio, con colorida decoración.

Con servicio de *delivery*.




LA NETA
COMIDA MEXICANA

Ventajas del Concepto

- Proveeduría centralizada de los productos de mayor tiempo de cocción.
- 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 atractiva imagen de LA NETA.
- Exclusividad de zona para el franquiciado.
- Oportunidad de tener un negocio propio de inversión y rentabilidad atractiva.



Se definen dos formatos a franquiciar:

- **La Neta Restaurante Integral:** con área mínima de 200 m², incluyendo espacio para parqueo y espacio abierto tipo terraza (dependerá de la ubicación) que incluye toda la línea de platos que se ofrecen en el restaurante actual, incluyendo el servicio de *delivery*.
- **La Neta Taquería:** modelo compacto con un menú reducido. Visualizado para puntos a pie de calle y *food court* en centros comerciales integrales. Aprox. 50-60 m².

Casa Matriz desde su centro de producción proveerá a los franquiciados de los productos de cocción lenta del menú, empacados al vacío en bolsas de 5 libras, listos para su procesamiento y venta en el local, tales como cochinita pibil, barbacoa, chicharrón prensado, la tinga, empanadas, flautas, tamales, mole, etc.



Aspectos inmobiliarios



La plantilla de selección del local incluye las siguientes características mínimas indispensables para el buen funcionamiento de la franquicia:



- **Integral:** con área de 200 m² ubicados a pie de calle o plazas, en zonas o calles importantes, con espacio para parqueo y terraza si la ubicación lo permite. En el caso de locales en plazas, que estén ubicadas en el primer piso.
- **Taquería:** con área mínima de 50 m² para ubicaciones en *food court* o a pie de calle.
- Aire acondicionado para las áreas internas del local.
- Facilidades de acceso para descarga de proveedores y atención al servicio *delivery*.
- Servicios: agua corriente, gas doméstico, energía eléctrica 110/220.
- Espacio suficiente para instalar extracción de humo.
- Sistema de sonido, cable TV, internet y wifi.
- Zonas de nivel socio económico A,B.





Capacitaciones

Capacitación Pre-Apertura del Personal Clave

Luego de firmado el Contrato de Franquicia se llevará a cabo la capacitación preapertura 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 los locales. Dicha capacitación preapertura se llevará a cabo en uno de los locales operativos de Casa Matriz con una duración adecuada para cubrir todos los aspectos. El franquiciado sufragará todos los gastos por pasajes, estadía y viáticos de su traslado y del personal que asistirá a la capacitación en la sede de casa matriz.

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, un representante de Casa Matriz se trasladará para la inauguración y permanecerá en dicha localidad después de la apertura, por un periodo adecuado. El costo por pasaje, estadía y viáticos de esta asistencia por parte de personal de la empresa franquiciante será también costeadado por el franquiciado como parte de la inversión inicial.

Proceso de Apoyo y Supervisión

Para mantener al personal bien capacitado y actualizado, se supervisará la operación de los franquiciados luego de la apertura y puesta en marcha de la franquicia, para lo cual se realizarán visitas programadas y no programadas, pautadas según la necesidad de cada franquicia.



Publicidad Inicial

La empresa franquiciante diseñará en conjunto con el franquiciado, un plan de lanzamiento para dar a conocer el restaurante o taquería en su zona de influencia. La ejecución de ese plan será responsabilidad del franquiciado.



Publicidad Local

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

Publicidad

Publicidad Centralizada

Es 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 operativas de la red por igual.

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.

AQUÍ SUFRIMOS DE
**#TAQUI
CARDIA**



Redes Sociales

Las redes sociales, que se han convertido hoy en día canal fundamental y estratégico de mercadeo, serán siempre manejadas de manera centralizada por Casa Matriz. Es decir, existirán cuentas únicas por red (página web, Instagram, Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn), 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 un restaurante o taquería específico (por ejemplo, en caso de aniversario, apertura, promociones, etc.), cuidando siempre que se mantenga un sano balance de impacto a todas los restaurantes y podrá ser descontado de la publicidad local del franquiciado.

Los puntos anteriores aplican en el ámbito del territorio total de un país. Cuando la franquicia inicie operaciones en nuevos mercados extranjeros, podrá evaluar la conveniencia de abrir nuevas redes sociales para cada uno de esos países.



El franquiciado ideal debe cumplir con las siguientes características:



- Operador directo del local. Si bien no se requiere su presencia permanente, debe estar al tanto de su día a día y visitarlo con frecuencia idealmente diaria (controller).
- Capital suficiente para acometer la inversión.
- Comprometido e identificado con los valores y el concepto de LA NETA.
- Capacidades administrativas y de manejo de personal.
- Con conocimientos básicos en las áreas administrativas, finanzas y tecnológica (manejo de software de oficina tipo Microsoft, sistemas de gestión).
- Con inteligencia emocional desarrollada.
- Residenciado en la ciudad donde está la franquicia.

Negociación



Reunión para conocimiento entre las partes.

Evaluación del perfil del interesado.

Casa Matriz hará contacto y realizará presentación a aquellos interesados.

Firma de la Carta de Intención: antes de la firma del contrato de franquicia, 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 y pago restante del Derecho de Entrada.

Capacitación y entrega de los manuales operativos.