



OROMAX
JOYERÍA

**Circular de Oferta de
Franquicia**



Conócenos

Nuestra Historia



OROMAX
JOYERÍA

OROMAX nace como una empresa familiar que inicia sus operaciones en el año 1970 en el sector Villa Consuelo en Santo Domingo, ofreciendo servicios de préstamos con garantía prendaria (empeños), compra de metales y piedras preciosas (oro, plata, platino y diamantes) y venta de joyería.

Con el transcurrir del tiempo y atravesando pequeñas crisis, identifican una oportunidad con el uso de las nuevas tecnologías para comercializar productos y aproximarse al nicho de mercado de las nuevas generaciones, para vincularlos a adquirir el interés en el sector de joyería, iniciándose un gran cambio en la marca.

Con la integración de las nuevas generaciones familiares, se fueron modernizando y adaptando a los nuevos tiempos, para cumplir el objetivo de ser una marca de referencia en lo que a tiendas de joyería se refiere.

OROMAX cuenta con una tienda en funcionamiento en Santo Domingo donde se comercializa joyería nupcial y accesorios así como joyería de lujo, complementado con el servicio de mantenimiento y/o reparación. El cliente encontrará un trato personalizado, amable y discreto, con un equipo profesional para asesorar al cliente en sus preferencias y selección durante su experiencia de compra.



Concepto y descripción del negocio a franquiciar

Oromax es una empresa de venta de joyería de oro para toda ocasión. Nuestro objetivo es llenar de emoción los momentos más especiales de nuestros clientes tales como nacimientos, bautizos, cumpleaños, logros personales, bodas y aniversarios, mediante la entrega de una joya que inmortalice cada uno de ellos.





Misión

Ser la joyería líder en proporcionar joyas en oro de calidad con amplia variedad de modelos y precios, guiados por valores de servicio excepcional, promoviendo la igualdad en un público diverso, que busca vivir una experiencia de compra única y memorable.

Visión

Posicionarnos como la joyería preferida y número uno a nivel de ventas, servicio e innovación digital en República Dominicana, con un crecimiento continuo y constante de tiendas, productos únicos y clientes satisfechos.

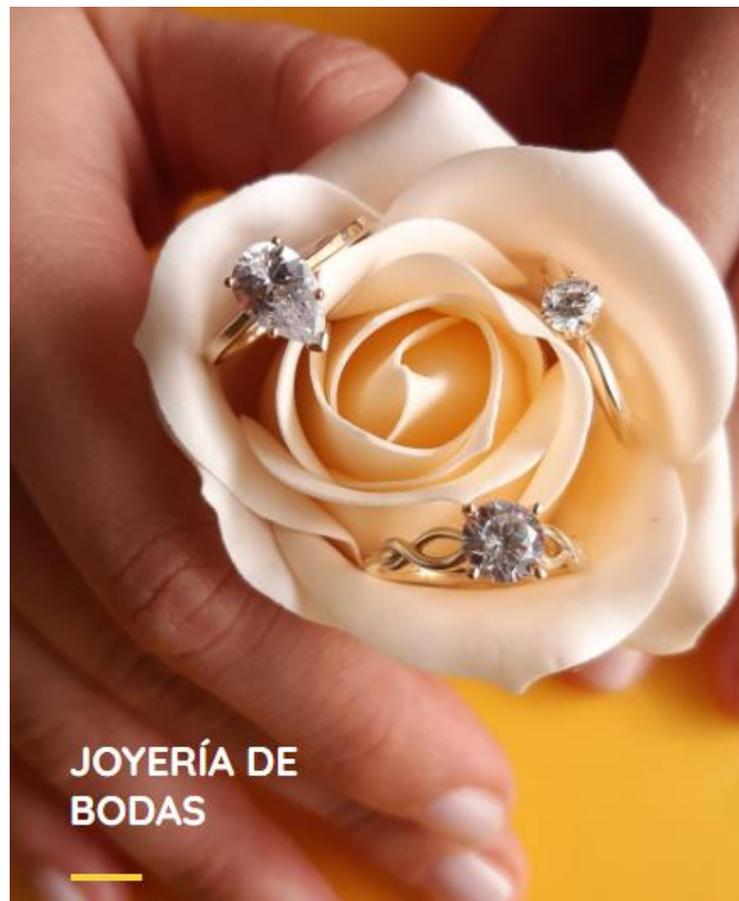
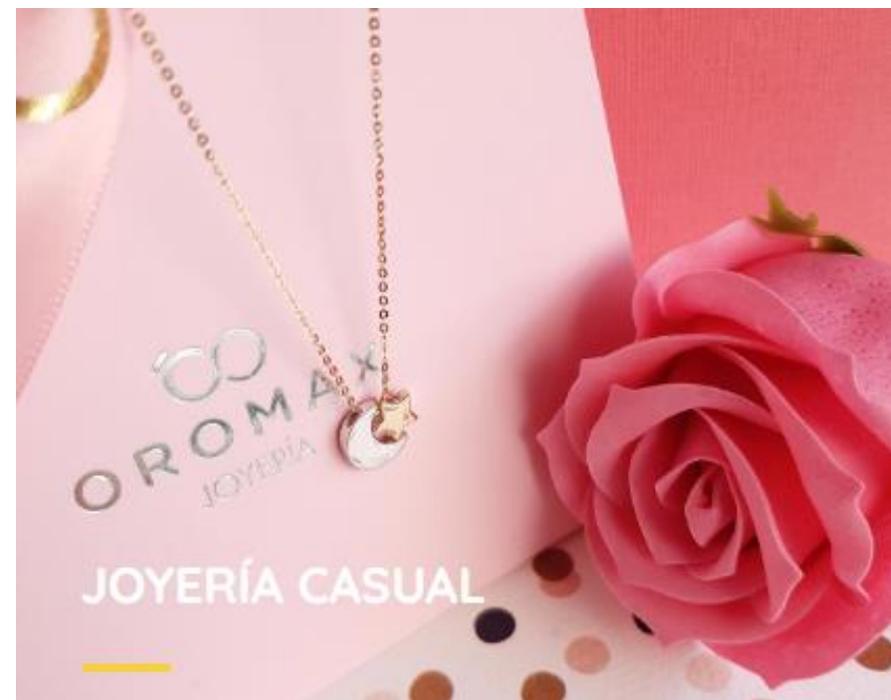
Valores

**Integridad – Ética – Honestidad – Proactividad –
Responsabilidad – Respeto – Amistad – Igualdad –
Felicidad**

Productos y servicios

- Venta de joyería de oro terminada
- Anillos de compromiso y bodas (con zirconias, diamantes y/o piedras semipreciosas)
- Joyería casual (cadenas, guillos, aretes, collares, pulseras y joyería para niños)
- Compra de oro (para fundir), diamantes y relojes de lujo (no todas las tiendas)
- Préstamos prendarios (no todas las tiendas)
- Reparaciones y mantenimiento de joyas





Ventajas y fortalezas del negocio

- Posicionamiento en el mercado como una de las principales joyerías del país.
- Proveeduría centralizada de las piezas de joyería e insumos necesarios para la operatividad de las tiendas.
- Servicios de ventas online sectorizado y delivery.
- Estructura de soporte operativo, administrativo y de entrenamiento para el correcto desarrollo de las franquicias.
- Fuertes inversiones en marketing realizadas por el franquiciante.
- Diseño y adecuación del local a la atractiva imagen corporativa de OROMAX con entrega llave en mano del local al franquiciado.
- Capacitación documentada en manual de operación.
- Programa de capacitación continua.
- Exclusividad de zona para el franquiciado.
- Oportunidad de tener un negocio propio de inversión y rentabilidad atractiva.




OROMAX
J O Y E R Í A

Formato a franquiciar

Formato Tienda:

- Área de 40 a 70 m² según ubicación. Contendrá espacio para oficina, baños y bóveda.
- Las tiendas venderá la gama de mayor rotación, joyería nupcial, accesorios y podrán manejar un pequeño stock de joyería de lujo, pudiendo referirlos a Casa Matriz en caso que el cliente desee algo no disponible en tienda y por el cual recibirá alguna comisión.
- Atendido por 2 vendedores y el franquiciado operativo.
- Deberá contratarse servicio de vigilancia privada.
- Las tiendas participarán en el proceso de ventas on line y recibirán un ingreso dependiendo de la ubicación del cliente y la tienda franquiciada más cercana a esa localidad o domicilio.

Casa Matriz suministrará los productos de joyería quien asumirá igualmente la logística del proceso. Centralizará el servicio de Call center para las ventas on line y el servicio de contabilidad para las tiendas franquiciadas. Igualmente OROMAX como franquiciante, suministrará el software administrativo a las tiendas a través de la venta de licencia. El franquiciado aparte asumirá los gastos de mantenimiento y asistencia técnica.



Formato Tienda



Aspectos inmobiliarios



FICHA INMOBILIARIA

Área del local: de 40 a 70 m².

- Ubicado en Centros comerciales integrales o plazas en primera planta, deseable con visibilidad a la calle y disponga de servicio de vigilancia común para las tiendas. En Centros Comerciales en zonas de riesgos se aceptarían ubicaciones en segundo piso.
- Locales a pie de calle (debe incorporar seguridad privada) en calles con alto tránsito peatonal, vehicular, con visibilidad a la calle y disponibilidad para parqueo o valet parking.
- Disponibilidad para toma de agua, electricidad y servicio de internet. (110V/220V), baño para el personal.
- Dirigido a público nivel socioeconómico medio-alto

Capacitaciones

Capacitación Pre-Apertura del Personal Clave

Luego de firmado el Contrato de Franquicia, se llevará a cabo la capacitación preapertura del franquiciado y el personal clave. La capacitación contendrá tanto la inducción teórica sobre la filosofía de la empresa, conocimiento de productos de OROMAX, sus características y aspectos operativos, administrativos y de servicio al cliente en los locales. Dicha capacitación preapertura se llevará a cabo en una de las tiendas operativas de Casa Matriz. Se estima que esta capacitación pueda tener una duración de catorce días.

Asistencia para la Inauguración y primeros días de operación

En tal caso que una vez terminada la remodelación, Casa Matriz suministrará un personal en calidad de préstamo que se trasladará a la tienda del franquiciado para la apertura, mientras termina el personal contratado la capacitación de catorce días.

Apoyo continuo

Para mantener al personal bien capacitado y actualizado en las diversas áreas, 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 según la necesidad de cada franquicia.



Publicidad Inicial de Lanzamiento

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. La implementación de dicho plan será responsabilidad del franquiciado, y los costos asociados correrán por cuenta del mismo y formarán parte de la inversión inicial.

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 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 podrá ser realizada de forma centralizada para ser enviado a los locales franquiciados o de forma alternativa enviará los artes para ser impresos con proveedores locales.

Redes Sociales

Las redes sociales serán siempre manejadas de manera centralizada por Casa Matriz. Existirán cuentas únicas por red, 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 tienda específico (por ejemplo, en caso de aniversario, apertura, promociones, etc.), pero cuidando siempre que se mantenga un sano balance de impacto a todas las tiendas.

Perfil del franquiciado

El franquiciado ideal debe cumplir con las siguientes competencias objetivas:

- Que se preferiblemente operador, aunque pueda delegarlo en otro previa evaluación por Casa Matriz.
- Residente de la ciudad donde colocará el negocio.
- Profesional con experiencia laboral de corte gerencial, conocimientos básicos administrativos 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.
- Con experiencia en negocios previos e inclinación hacia las ventas, no limitativo.
- Capital suficiente para acometer la inversión
- Dedicación y compromiso con el negocio.
- Con liderazgo, manejo grupal, proactivo y dinámico.
- Inteligencia emocional y vocación de servicio.
- Comprometido con la marca y sus productos.
- Compartir los valores de OROMAX.

