

# Gracias por el interés prestado en el sistema de SUBWAY®

En Doctor's Associates Inc. (DAI)\*, nos enorgullecemos en ofrecerle esta magnífica oportunidad de franquicia. Intentamos proporcionar a nuestros franquiciados las herramientas y el conocimiento necesarios para dirigir un negocio con éxito y animar a los propietarios a aprender las habilidades que les permitirán trabajar y poseer varios restaurantes a la vez.

Estos son los datos de la franquicia de SUBWAY® al día de hoy:

- Más de 22.000 restaurantes abiertos en 76 países.<sup>1</sup>
- **Número 1** en Estados Unidos por más de diez años.<sup>2</sup>
- **Número 1** en Europa.<sup>3</sup>
- **Número 1** en el cómputo global de restaurantes en 1 de cada 7 países en los que estamos establecidos.<sup>4</sup>

Razones por las que el sistema de franquicias de SUBWAY® es el primero en la categoría de sandwiches?

- Magnífica comida. Nuestra selección de variados menús ofrece a los clientes innumerables opciones.
- Sencillez. Nuestro funcionamiento es muy sencillo.
- Apoyo. Disponemos de sistemas para ayudar a nuestros franquiciados.
- Control. Formamos a los propietarios para que utilicen excepcionales métodos de control que les ayudarán a dirigir sus negocios de forma eficaz.

El sistema de franquicias de SUBWAY® es una marca fuerte. Además, es muy conocida por sus sabrosos sandwiches que son, a su vez, una alternativa sana a la comida rápida, la cual suele tener un alto contenido de grasas. Razones por las que los sandwiches son tan buenos:

- Pan horneado en las instalaciones. Todos los restaurantes hornean el pan a diario.
- Sandwiches especiales. Los distintos tipos de panes y los selectos sandwiches son sabrosísimos.
- Hechos al momento. Todos los sandwiches se hacen al momento y frente al cliente.

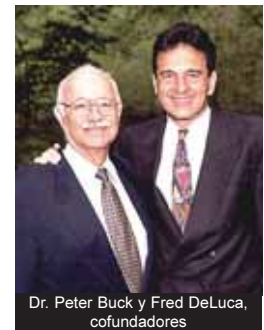
También nos enorgullecemos de nuestra gente, en particular de nuestra creciente red de propietarios franquiciados. Estos son los motivos por los que los franquiciados invierten en el sistema de franquicias de SUBWAY® :

- Calidad de nuestros productos
- Inversión mínima
- Flexibilidad de ubicación
- Apoyo operativo

En DAI trabajamos de una forma muy cercana con nuestros franquiciados. Disponemos de estructuras de apoyo para ayudar a los franquiciados en las tareas de publicidad, solicitud de los pedidos y otras necesidades operativas. Nuestra organización es magnífica y si está interesado en que el sistema de franquicias de SUBWAY® se desarrolle en su zona o ciudad, nos encantará explicarle el sistema de SUBWAY®.



Frederick A. DeLuca  
Presidente y cofundador



Dr. Peter Buck y Fred DeLuca,  
cofundadores

P.D.: dado que nos solicitan más de 1.000 folletos todas las semanas, le pedimos que complete el formulario de solicitud adjunto para conocer sus intereses. En cuanto lo recibamos, le enviaremos un documento explicativo con información detallada sobre las franquicias SUBWAY®. También puede solicitarlo en la siguiente dirección de Internet: [www.subway.com/apply](http://www.subway.com/apply)

\*Doctor's Associates Inc.(DAI) es el propietario registrado de la marca comercial SUBWAY®. La franquicia se puede ofrecer mediante un prospecto de emisión a través de las empresas afiliadas.1 Las cifras aquí indicadas están sujetas a cambio sin previo aviso. Consulte en [www.subway.com](http://www.subway.com) las últimas cifras sobre los restaurantes y países de crecimiento. 2 En 2004, la revista Entrepreneur Magazine consideró a la franquicia SUBWAY® como la número uno en 12 de los últimos 16 años, basándose en investigaciones e informes sobre franquicias ubicadas en Estados Unidos. 3 La revista Total Business consideró a la franquicia SUBWAY® como el franquiciador número uno, basándose en investigaciones e informes sobre franquicias ubicadas en 16 países de toda Europa. 4 En 11 países de todo el mundo hay más restaurantes SUBWAY® en funcionamiento que cualquier otro concepto de restaurante franquiciado..

# Productos



Muestra de menú en Estados Unidos

## Estará orgulloso de servir estos productos

El sistema de franquicias de SUBWAY® pone el énfasis en que los sandwiches sean magníficos. De hecho, son tan buenos que muchos clientes se han convertido en franquiciados sólo por creer en los productos.

A continuación presentamos algunas opiniones de los clientes acerca de los productos que servimos:

- Comida rápida y sana. Las selecciones de los sandwiches satisfacen las necesidades de los clientes preocupados por la salud.
- Distintos tipos de pan horneados a diario. El aroma que desprende el pan recién horneado resulta un gran estímulo para las ventas.
- Selección de salsas. Salsas especiales que hacen que los magníficos sandwiches sean más sabrosos todavía.
- Hechos al momento. Cada sandwich se realiza a gusto de los clientes.
- Variedad de ingredientes. La variada selección de los sabrosos ingredientes completa el bocadillo perfecto.

La franquicia SUBWAY® ofrece a los clientes muchas opciones para el consumo de comida rápida y sana.

Reflexione sobre su área de mercado y los consumidores que la componen. ¿Es posible que a estos consumidores les encante la calidad de los productos?



# Historia

Fue en el verano de 1965 y las expectativas de futuro eran magníficas; sin embargo, un joven de 17 años, Fred DeLuca, estuvo muy preocupado por el futuro más inminente. La idea de poderse pagar sus estudios universitarios le parecía prácticamente imposible.

En una dichosa tarde de domingo del mes de julio de ese mismo año, se forjó una relación comercial que cambiaría para siempre la industria de la comida rápida. El joven DeLuca le explicó a un amigo de la familia, el doctor Peter Buck, las ganas e ilusión que tenía por estudiar Medicina con la esperanza de que le diera algún consejo.



Primer local de sandwiches de Fred y Peter

El doctor Buck le propuso abrir una tienda de sandwiches. Fred pensó que era una idea muy extraña para un chico de 17 años como él. Pero antes de que Fred pudiera responder o expresar su sorpresa, ya se estaba preguntando a sí mismo cómo funcionaría todo aquello.

Para Peter Buck fue muy sencillo. Sólo hacía falta alquilar un local, montar un mostrador, comprar la comida, abrir el establecimiento al público y Fred conseguiría el suficiente dinero para pagar sus estudios. Cuando Fred se animó a poner en práctica la idea, Peter se convirtió en su socio y le proporcionó un cheque bancario por valor de 1.000 dólares. Esta fue la inversión inicial en su nuevo negocio.

Un mes después, el 28 de agosto de 1965, los dos emprendedores abrieron su primera tienda de sandwiches en Bridgeport, Connecticut. En 1974, el dúo se convirtió en franquicia como un medio para aumentar el negocio. Hoy en día, hay más de 22.000 restaurantes en 76 países.

El sistema de franquicias de SUBWAY® ofrece una alternativa más sana a la comida rápida, que normalmente es muy grasosa.



De izquierda a derecha y de arriba a abajo:  
Zagreb, Croacia  
Florida, Estados Unidos  
Stockport, Inglaterra  
Cardiff, Gales  
San Cristóbal, Venezuela



# Inversión

## Costos bajos

La inversión inicial en una franquicia SUBWAY® es muy baja. A continuación se exponen algunas de las razones por las que los costos son tan bajos:

- El costo de los derechos de uso de la franquicia SUBWAY® es excepcionalmente bajo para una cadena de nuestro tamaño. 12.500 dólares (moneda local) para Estados Unidos, Canadá y Australia, y 10.000 dólares estadounidenses para el resto de países. También se pueden comprar más franquicias a un precio reducido si se autoriza su establecimiento.
- Instalaciones pequeñas. El funcionamiento es eficaz y flexible.
- Decoración simple. La decoración flexible hace que las reformas en los locales sean mínimas.
- Funcionamiento supervisado. Un manual de operaciones detallado ofrece indicaciones sobre todas las situaciones posibles.
- Equipamiento directo de fábrica. El equipamiento se compra directamente a las fábricas.  
(Consulte la sección dedicada a los requisitos de capital de este folleto para obtener más información).

## Financiación

- Disponemos de financiación mediante préstamos externos para los franquiciados de Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Puerto Rico y Reino Unido.
- Los franquiciados autorizados pueden adquirir los equipos mediante leasing en Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Taiwán, Venezuela, Puerto Rico, Perú, Países Bajos, Alemania, Francia, El Salvador, Dinamarca, Costa Rica, Irlanda, Singapur, Guadalupe, Martinica y Reino Unido.

## Expansión de nuestros franquiciados

DAI se siente orgulloso del hecho de que muchos de nuestros franquiciados de SUBWAY® se conviertan en propietarios de varios restaurantes, lo que prueba su satisfacción por el sistema. De hecho, en 2004, más del 70% de las nuevas franquicias las compraron antiguos franquiciados!

## Rendimiento del restaurante

DAI le anima a conocer aún más el rendimiento de nuestros restaurantes mediante charlas con nuestros franquiciados. Normalmente, los factores más importantes son los siguientes:

- La ubicación del restaurante
- La manera de dirigir el restaurante

Como desconocemos la ubicación del futuro restaurante o la manera de dirigirlo, no podemos vaticinar los resultados. Pero para eliminar los posibles malentendidos, tenemos por norma general que ningún empleado ni agente nuestro pueda hacer pronósticos sobre las ventas, ganancias y la rentabilidad futuras. El mejor modo de obtener esta información es siguiendo estos pasos:

1. Complete un formulario de solicitud. Le enviaremos un documento explicativo con los nombres y números de teléfono de nuestros franquiciados.
2. Póngase en contacto con todos los propietarios que desee. Pregúnteles las razones por las que decidieron convertirse en franquiciados, el tiempo que llevan siendo franquiciados de la empresa, la cantidad de restaurantes que poseen y su situación actual.

Le gustará hablar con los propietarios y obtendrá información de primera mano de las personas que en algún momento dado de su vida hicieron lo mismo que usted está haciendo en estos momentos: conocer nuestro programa de franquicias.

## Más información acerca de nuestros objetivos

Nuestros objetivos son el ser el número uno en el cómputo global de restaurantes y los primeros en satisfacción de los clientes en todos los mercados en los que estamos operando.

# Apoyo

DAI se siente orgulloso de los excelentes sistemas de apoyo que disponemos para los franquiciados de SUBWAY®. Este servicio de apoyo permanente se proporciona antes y después de abrir el restaurante.

Éste es su funcionamiento:

## Antes de la apertura

En el momento en el que pasa a formar parte de nuestro equipo, empezamos a trabajar para ayudarle con la iniciación del restaurante.

- Entrenamiento. Participará en nuestro curso intensivo de dos semanas de duración que se imparte en las oficinas mundiales de SUBWAY® en Milford, (Connecticut, EE.UU.) o en uno de nuestros instalaciones de entrenamiento situados en Miami, (Florida, EE.UU.) -curso en español-, Australia, Alemania, India y China.
- Selección de la ubicación. Trabajaremos conjuntamente con usted para seleccionar una ubicación para su negocio.
- Diseño del restaurante. Le proporcionamos los planos de planta de la ubicación específica.
- Solicitud de equipos. Le ayudamos a solicitar el conjunto de los equipos para que se entreguen a tiempo. Nuestros fabricantes, en algunos casos, pueden agrupar todos los equipos necesarios de tal manera que sólo recibirá un único envío con todos los equipos.

## Tras la apertura

Después de abrir el restaurante, disponemos de sistemas que le ayudarán a dirigir el negocio de forma efectiva.

- Manual de operaciones. Nuestro extenso manual trata un gran conjunto de temas que son de gran importancia para dirigir el negocio.
- Apoyo de campo. En todo momento dispondrá de la ayuda de un representante de la empresa que le ayudará en los comienzos y le proporcionará evaluaciones operativas continuas.
- Servicios de franquiciado. Se le asignará un coordinador que será su principal contacto, al que le podrá consultar cualquier tema por teléfono o correo electrónico.
- Investigación y desarrollo. El chef ejecutivo, los especialistas en el horneado del pan, los nutricionistas y el equipo de desarrollo de productos intentan continuamente mejorar nuestra ya excelente comida.
- Formación continua. Recibirá periódicamente boletines informativos, correos electrónicos y de voz. También dispondrá de vídeos, DVDs y clases de formación adicionales.

## A continuación presentamos un resumen del programa de la franquicia:

### El franquiciado es responsable de :

- Aportar el costo inicial de los derechos de uso
- Buscar locales para el restaurante
- Realizar reformas en el local
- Comprar o realizar un leasing con los equipos
- Contratar a los empleados y dirigir el restaurante
- Realizar un pago del 8% de regalías
- Realizar un pago del 3,5% por publicidad al fondo de publicidad (4,5% para los restaurantes de Estados Unidos, Canadá y Australia)

### La empresa proporciona:

- Acceso a las fórmulas de los productos y a los sistemas de operaciones
- Ayuda en la búsqueda de locales
- Indicaciones sobre el diseño del local
- Indicaciones sobre la solicitud de los equipos
- Programa de entrenamiento
- Manual de operaciones
- Asistencia durante la apertura del local
- Evaluaciones periódicas y apoyo continuo
- Publicaciones informativas

# Testimonios

"Llevo en el negocio de los restaurantes más de 30 años y he sido franquiciado de diversas empresas. Sin embargo, SUBWAY® me ha proporcionado el mayor impulso para ampliar mi negocio. Me gusta el hecho de formar parte del crecimiento de la franquicia de SUBWAY® en estos 20 años. Ha sido una magnífica idea".



**Terry LaVallie - Península norte de Michigan - 20 restaurantes**



"Mi esposa y yo hemos hecho infinidad de cosas en toda nuestra vida, pero SUBWAY® ha sido LA MEJOR. Hemos trabajado para otras personas y les hemos ayudado a que sus negocios crecieran, pero ahora trabajamos para nosotros mismos y disfrutamos de la vida a tope. Conocemos y trabajamos

con personas que tienen un espíritu empresarial sincero y su entusiasmo nos ha aportado energía extra. El sistema de SUBWAY® ha sido realmente la mejor decisión empresarial que hemos tomado porque nos ha dado una libertad que nunca antes habíamos imaginado".

**Rock Irving - Marshfield, Wisc. - 4 restaurantes**

"Soy propietario de un área de servicio que se llama Hilltop Farms. Mi abuelo abrió el negocio en 1955 como un medio para vender al público en general la leche y los huevos que obteníamos de la granja familiar. Desde el primer día de la apertura hasta hoy, hemos buscado constantemente modos de ofrecer un servicio mejor a nuestra base de clientes existente a la vez que intentamos buscar nuevas y creativas maneras de ampliar esta base. Decidí incorporar el concepto de empresa de servicio de comidas a nuestro negocio. Después de estudiar a fondo todas las opciones posibles, adquirí una franquicia de SUBWAY®. Me atrajo su sencillo funcionamiento, los bajos costes iniciales y la gran variedad de ofertas que incluyen sus menús sanos y sin grasas, opciones que ninguna otra empresa me ofrecía. Abrimos en el mes de enero de 1997 y los resultados me desbordaron. El número total de clientes de nuestro negocio aumentó en más de 1.000 clientes por semana. El restaurante SUBWAY® por sí mismo ha tenido un éxito tremendo pero el efecto que ha tenido en mi área de servicio ha sido también increíble. Virtualmente, todas las categorías del establecimiento han visto aumentadas sus ventas debido al tráfico adicional generado por el restaurante SUBWAY®. Espero tener más años prósperos en un futuro como socio de esta fantástica franquicia y tengo que quitarme el sombrero ante todo el personal de las oficinas centrales y la familia de franquiciados que tanto trabajan para que la empresa vaya por el camino correcto".



**Steve Gurwitz - Bellingham, Mass. - 1 restaurante**



## Esto es lo que dicen nuestros actuales franquiciados del sistema SUBWAY®.



"Empecé a trabajar en SUBWAY® cuando terminé la universidad. Como todos los recién licenciados, sólo sabía lo que había aprendido en los libros en las clases de gestión y dirección de empresas. Esas clases me sirvieron para conseguir una buena base, pero no me prepararon para el trabajo tan exigente con que iba a toparme cuando me convirtiera en empresaria. Las prácticas de dirección de empresas en Filipinas son muy diferentes de las que puedes realizar en Estados Unidos. Allí la mayoría de los propietarios no controlan las operaciones diarias. Sin embargo, con el tiempo realicé los cursos de formación de la franquicia, abrí un restaurante, lo dirigí yo sola, formé al personal y a los encargados y realicé todas las tareas que les exigí que hicieran. SUBWAY® me facilitó la obtención de todos estos logros mediante operaciones y conceptos empresariales simplificados. SUBWAY® me ha ayudado a moldear mi personalidad y me ha mostrado la manera de ser emprendedora para lograr mis ambiciones. ¡Quién sabe! A lo mejor un día yo soy una de esas personas que empezaron sin tener nada y terminaron siendo ricas".

**Tiffany del Rosario - Southern Metro Manila, Filipinas - 4 restaurantes**

"Nosotros dos teníamos mucha prisa por abrir nuestro propio negocio después de trabajar muchos años para otras personas. En 2000 abrimos el primer restaurante SUBWAY® en Finlandia y nos dimos cuenta de que la marca SUBWAY® ya era muy conocida aquí. En este punto tenemos que admitir que ha sido muy gratificante introducir este nuevo concepto de franquicia en Finlandia. El primer restaurante SUBWAY® tuvo un tremendo éxito en la localidad de Annankatu. Animados por este éxito, abrimos el segundo restaurante en el centro comercial más grande de Escandinavia".



**Erkki Lempiainen and Arto Pelander - Helsinki, Finlandia - 3 restaurantes**



"Siempre hemos tenido lo que hemos querido: dirigir nuestro propio negocio y utilizar nuestras habilidades y nuestra tenacidad en el trabajo para lograr beneficios para nosotros mismos. El funcionamiento del restaurante SUBWAY® requiere una inversión de trabajo intensivo, cariño y cuidado, pero todas estas inversiones se rentabilizan en cuanto el restaurante mejora y comienza a dar beneficios. No habríamos tenido tanto éxito en nuestro propio negocio sin el apoyo y la experiencia del sistema de SUBWAY®, así como la puesta en común de conocimientos con el personal y los compañeros franquiciados de SUBWAY®".

**Yael and Eitan Berenblum - Brisbane, Australia - 12 restaurantes**

"Después de trabajar siete años en el sistema de SUBWAY® como empleado (primero como preparador de sandwiches y durante muy poco tiempo como encargado de restaurante durante mis años en la universidad), tuve la oportunidad de trabajar como supervisor de área de un propietario de varios restaurantes. Pronostiqué desde el primer momento que la franquicia de SUBWAY® iba a ser una oportunidad magnífica. Cuando me dieron la oportunidad de comprar cinco restaurantes y convertirme en multipropietario pensé que mi sueño se había convertido en realidad. Ocho años después, poseo 12 restaurantes y soy el presidente de la junta de la FAF (Financial Accounting Foundation) local. Formar parte del sistema de SUBWAY® ha sido un negocio muy lucrativo e interesante. Todos mis objetivos personales y financieros se han hecho realidad, a la vez que estoy disfrutando de un estilo de vida con calidad".



**Brad Harris - Denver, Colo. - 12 restaurantes**

# Oportunidades y éxitos a nivel mundial

ARUBA · AUSTRALIA · AUSTRIA · BAHAMAS · BAHREIN · BÉLGICA · BOLIVIA · BRASIL · INDIA OCCIDENTALES BRITÁNICAS · BULGARIA · CANADÁ · CHINA · COLOMBIA · COSTA RICA · CROACIA · DINAMARCA · ECUADOR · EGIPTO · EL SALVADOR · FINLANDIA · FRANCIA · INDIA OCCIDENTALES FRANCESAS · ALEMANIA · GUAM · GUATEMALA · HONDURAS C.A. · ISLANDIA · INDIA · ISRAEL · ITALIA · JAMAICA · JAPÓN · KUWAIT · LIBANO · MALASIA · MALTA · MÉXICO · PAÍSES BAJOS · NUEVA ZELANDA



NICARAGUA · ISLAS MARIANAS DEL NORTE · NORUEGA · OMÁN · PAKISTÁN · PANAMÁ · FILIPINAS · POLONIA · PORTUGAL · PUERTO RICO · QATAR · REPÚBLICA DE IRLANDA · RUSIA · ARABIA SAUDI · SINGAPUR · SUDÁFRICA · COREA DEL SUR · ESPAÑA · SUECIA · SUIZA · TAIWÁN · TANZANIA · TURQUÍA · EMIRATOS ÁRABES UNIDOS · REINO UNIDO · ESTADOS UNIDOS · URUGUAY · ISLAS VÍRGENES AMERICANAS · VENEZUELA · INDIA OCCIDENTALES · ZAMBIA

## Un negocio de su propiedad

Si está estudiando las posibilidades de abrir un negocio propio, la franquicia de sandwiches SUBWAY® le ofrece la oportunidad y una fórmula que funciona. Gracias a los casi 40 años de experiencia en formar la franquicia de comida rápida dedicada a los sandwiches más grande del mundo, el sistema de SUBWAY® le proporciona el acceso a un sistema bien estructurado y efectivo. Pensamos que la inversión es mínima y que el funcionamiento es simple y eficaz.



\*Crecimiento previsto

## Crecimiento excepcional

Gracias al magnífico apoyo y el historial de funcionamiento, no es sorprendente que el sistema de franquicias siga batiendo récords. Un hecho verdadero que prueba la creciente popularidad de la franquicia SUBWAY® es que cuenta con el mayor número de restaurantes en Estados Unidos y en más de 3.000 lugares del mundo.

Investigue. Saque sus propias conclusiones, compruebe las cifras, visite nuestros restaurantes, conozca a nuestros franquiciados y tenga en cuenta que más del 70% de las nuevas franquicias de SUBWAY® se venden a propietarios que ya poseen una franquicia. Este hecho lo dice todo.

## Titulares

La franquicia SUBWAY® sigue acaparando los titulares de distintas publicaciones sobre gastronomía y negocios de todo el mundo. La fortaleza de la marca sigue creciendo a la vez que se introduce tanto a clientes como a posibles franquiciados en un concepto que realmente funciona.

Presentación de productos en la revista Convenience Store Decisions, julio 2004



Artículo sobre la feria de oficinas regionales en la revista Franchise International, verano de 2004



Tema principal de la revista Total Business, junio 2004



## Oportunidades para agentes de desarrollo

El sistema de SUBWAY® busca agentes de desarrollo en todo el mundo para ayudarnos a cumplir nuestra visión, nuestra misión y adoptar nuestra filosofía con el fin de lograr el mayor éxito posible en el sector de las franquicias.



**Paul Heyes - Reino Unido**

"Llevo 30 años en el mundo de la alimentación y cuando decidí fundar mi propio negocio me impresionó la fortaleza y seguridad ofrecidas por esta franquicia tan reconocida. De SUBWAY® me atrajo la calidad de sus productos y el reconocimiento de una marca fuerte y conocida, pero quizá lo que más me atrajo fue el hecho de que la cadena sigue creciendo y que yo puedo crecer con ella. El propietario privado de la empresa es su cofundador Fred DeLuca, ejemplo vivo y latente del espíritu empresarial. Yo describiría la política de la empresa como un "dejar hacer" desde las oficinas centrales pero con la oportunidad de obtener ayuda en caso necesario".

**Nick Dimas - Australia**



"Me hice agente de desarrollo porque consideré que este magnífico concepto lo adoptarían los consumidores australianos sin ningún problema. Pensé que esta fantástica oportunidad me haría formar parte del proceso de forma significativa, me daría muchas satisfacciones en mi trabajo y la oportunidad de aprender y poner en práctica muchos conocimientos. En mi vida profesional ya no hay dos días iguales. El proceso de formar parte de los agentes de desarrollo fue, en cierta medida, sencillo, posiblemente porque me centré en la idea de "gran enfoque" y lo seguí paso a paso. Sinceramente, me atrevo a afirmar que mi experiencia con SUBWAY® sigue siendo el hecho más importante de mi vida personal y profesional. Mi socio, Jim Dimas, está de acuerdo conmigo en que estamos realizando nuestros sueños".

**Karen Eidsvik - Singapur**



"Lo mejor de trabajar como agente de desarrollo de SUBWAY® es que nunca dejas de formarte. Me encanta mi trabajo. Todos los días me enfrento a nuevos y emocionantes desafíos que tengo que afrontar para seguir construyendo con éxito un territorio SUBWAY® en Singapur. En mi trabajo me encargo de todo: desde el diseño de establecimientos hasta los planes de promoción, la formación y las ventas. Nunca se me hace aburrido o monótono. Además, todo el personal de las oficinas centrales de SUBWAY® me ayuda muchísimo. Noto que estas personas desean ayudarme a lograr mis objetivos. Y lo mejor de todo es que tengo la oportunidad de conocer y trabajar con excelentes franquiciados que están creciendo, mediante su constancia y tenacidad, para hacer realidad sus sueños".

**Christian Tuerke - Germany**



"En 1990 cuando estaba trabajando como técnico de software en Estados Unidos, probé por primera vez un sandwich de SUBWAY® (de albóndigas). Me dejó tan grato recuerdo, que parece como si me lo hubiera comido ayer. Cuando volví a Alemania, fundé mi propia empresa de software, pero volví en varias ocasiones a EE.UU. y siempre quería repetir la grata experiencia que tuve en SUBWAY®. También introduje a muchos amigos al sistema de SUBWAY®. Cansado de que me preguntaran las razones por las que no había restaurantes SUBWAY® en Alemania, tomé la decisión de invertir en una franquicia de SUBWAY®. En 1999 compré mi franquicia y, posteriormente, me hice agente de desarrollo para formar parte del equipo de desarrollo en Alemania. Consideré el programa de los agentes de desarrollo tan desafiante y gratificante que vendí la empresa de software y me concentré en fomentar la marca en mi zona de mercado".

### Nuestra Visión

Estás preparado para unirse en el logro de nuestra misión de ser la número 1 en el ranking de los consumidores y la número 1 en el conteo de restaurantes en cada mercado en que tenemos presencia? Puedes motivar a otros a ser parte de un equipo ganador? Estamos buscando personas como tú para convertirse en Agentes de Desarrollo para Subway, trabajando para construir ventas y una marca internacionalmente reconocida.

### Nuestra Misión

Nuestra misión es la de proveer herramientas a los empresarios, como tú para competir en la Industria Mundial de Restaurantes de Servicio Rápido. Te entrenamos para que puedas operar los restaurantes, para ayudar a otros a abrir sus propios negocios, a evaluar locales y negociar contratos de arriendo, y proveer consejos de mercadeo y guía operacional.

### Nuestra Filosofía

Está basada en recordar que nuestro éxito depende de la iniciativa que tomemos individualmente y de nuestra habilidad de trabajo en equipo. Nosotros esperamos que tú tomes la iniciativa de manejar el territorio bajo nuestro Acuerdo de Agente de Desarrollo y en trabajar con nosotros como un miembro del equipo de clase mundial que hará de SUBWAY el sistema número 1 en tu área.

### Lo que se requiere

Con 6 meses de experiencia en un Restaurante SUBWAY, y luego de haber completado nuestro Curso de Entrenamiento de Franquiciados, podrás estar en buen camino para ayudarnos en el crecimiento de las franquicias SUBWAY en un territorio disponible. Para encontrar más información acerca de nuestro programa de Agentes de Desarrollo, visite [www.subway.com](http://www.subway.com), presiona – Oportunidades de Franquicia,- luego en Oportunidades de AD.

Si tienes preguntas adicionales, favor contacte a Danielle Dumont, en la ext. 1700 o al correo [dumont\\_d@subway.com](mailto:dumont_d@subway.com)

Nota: No hay cargos por convertirse en un Agente de Desarrollo



## La decoración toscana

Desde los inicios de la empresa, siempre hemos intentado mantener una imagen corporativa actual. En este punto se incluye la decoración de nuestros restaurantes, que ha evolucionado hasta nuestro diseño más reciente: la decoración toscana.

Intentamos desarrollar un estilo que reforzara la idea de que los productos de SUBWAY® son sanos y muy sabrosos. También necesitábamos un estilo por el que los clientes concibieran a los restaurantes SUBWAY® como restaurantes familiares: cálidos y acogedores, restaurantes de servicio rápido con mayor calidad que los de comida rápida.

### Bienvenido a la Toscana

Para encontrar la "idea" que estábamos buscando, nos fijamos en la procedencia familiar y el pasado italiano de nuestro cofundador Fred DeLuca y en la región italiana de la Toscana.

La región de la Toscana se caracteriza por sus tonos de color marrón tierra y su exuberante flora. Las matas de tomate y las verdes plantas adornan las fachadas de piedra y ladrillo marrón de los edificios. Los olores y sabores del ambiente completan la variedad cultural y artística que define a la Toscana.

A pesar de que muchos edificios toscanos se construyeron en el siglo 15, han aprobado el difícil examen del paso del tiempo debido a que en su construcción se emplearon materiales de calidad (piedra, mármol y ladrillo). La belleza, calidez y fortaleza de estos materiales fueron la inspiración de la decoración toscana.

Después de abrir nuevos restaurantes con esta decoración en Canadá (Calgary y Québec) y Estados Unidos (Florida e Illinois), realizamos unas encuestas a nuestros clientes. Los datos que aportaron los clientes participantes en esta investigación confirmaron que habíamos logrado nuestros objetivos principales mediante la decoración toscana: crear un concepto de restaurante divertido e informal a la vez que acogedor.

El 71% de los encuestados afirmaron que era muy probable o bastante probable que acudieran a un restaurante SUBWAY® con decoración toscana. Cuando se les preguntó sobre aspectos específicos de la nueva decoración, la mayoría de clientes valoró mejor la decoración toscana que la decoración habitual.

## Opiniones de nuestros franquiciados sobre la nueva decoración toscana

### La decoración toscana es todo un éxito en Reino Unido



Deirdre Anderson, una agente de desarrollo y multi-propietaria, abrió un nuevo restaurante SUBWAY® con decoración

toscana en Bury, Inglaterra. Deirdre escogió la decoración toscana porque le gustaba la idea y suponía una magnífica mejora en cuanto a las opciones de decoración anteriores

"Como agente de desarrollo, quería mostrar la futura línea de la empresa. La decoración le otorga un aspecto más selecto y más parecido a una cafetería que un aspecto de restaurante de comida rápida. Y la funcionalidad de los paneles y las zonas de mesas es realmente buena".

### El traslado deslumbra a los clientes de un franquiciado de Québec

"Nuestros clientes habituales se dieron cuenta al instante de la nueva decoración y estamos recibiendo muy buenas opiniones". De esta manera



explica el franquiciado Daniel Schoolcraft su reciente cambio a la decoración toscana.

"La nueva decoración invita a la gente a quedarse en el local y descansar". Daniel se decidió por la decoración toscana cuando cambió la ubicación de uno de sus ocho restaurantes. Lo trasladó de una zona comercial a un local unitario. "Los clientes realmente aprecian el entorno tan cálido y acogedor que ofrece. La gente afirma que la nueva decoración hace que sea más restaurante y no tanto una tienda".



# Siguientes pasos

Siga esta sencilla guía para que conozcamos su interés.

## Paso 1: solicitud

Sólo tiene que completar la solicitud adjunta y enviarla por correo en el sobre proporcionado al respecto. Recibirá un documento explicativo con más información sobre el franquiciador. Para acelerar el proceso, también puede completar la solicitud en la siguiente dirección de Internet: **www.subway.com/apply**

## Paso 2: investigación

Charle con los franquiciados para obtener más información sobre nuestro grupo. Pregúnteles las razones por las que eligieron la franquicia SUBWAY®. Conozca los restaurantes, pruebe nuestra magnífica comida e imagínesse la vida formando parte de nuestro valioso equipo

## Paso 3: formar parte del equipo

Es muy sencillo. Sólo tiene que esperar a finalizar la investigación y disponer de la autorización necesaria para convertirse en dueño de una franquicia SUBWAY®. En cuanto tome la decisión, habrá millones de oportunidades al alcance de su mano. Estamos deseando tener noticias de usted en el menor tiempo posible.

# ¿Preguntas?

Si tiene alguna duda, póngase en contacto con nosotros en estos números de teléfono :

### Llamadas gratuitas

<b>Brazil</b>	<b>01-800-891-7082</b>
<b>Chile</b>	<b>01-800-223-100</b>
<b>Colombia</b>	<b>01-800-919-1164</b>
<b>Costa Rica</b>	<b>01-800-015-0342</b>
<b>Mexico</b>	<b>001-800-514-1164</b>
<b>Puerto Rico</b>	<b>1-866-303-1164</b>
<b>US VI</b>	<b>1-866-303-1164</b>
<b>Venezuela</b>	<b>01-800-100-4873</b>

Correo electrónico: [wesby\\_j@subway.com](mailto:wesby_j@subway.com)

[www.subway.com](http://www.subway.com)