



Gloria Jean's™ COFFEES



Mercado

“Como franquicia en el mercado del café tenemos mucha competencia, pero en el producto somos únicos”: Alan Tawil, Director de Franquicias.

Gloria Jean's Coffees (“GJC”) a nivel mundial ha sabido siempre estar presente con cada tendencia que marca el mercado exigente del café gourmet. Es por eso que se mantiene en la constante búsqueda de sabores e ingredientes que logren captar a cada perfil de consumidor.

Historia

GJC inicia en 1979 cuando Gloria Jean Kvetco y su esposo Ed crean el concepto de vender café gourmet, en su pequeña tienda de regalos en Chicago. A los tres

años la pareja decide franquiciar este exitoso concepto para llegar a más gente y en 1991 ganan el premio por ser la empresa con mayores ventas en el país, siendo pioneros en este concepto de cafeterías. Nabi Saleh y Peter Irvine compran los derechos de Franquicia Maestra para Australia y a nueve años de haber abierto la primera cafetería en Australia, Nabi decide comprar los derechos mundiales, convirtiéndose en una franquicia 100 por ciento australiana, con un éxito inesperado que después se expande como una gran familia global a través de los cinco continentes - África, Asia, Europa, Norte y Sudamérica, y Oceanía.

Durante un viaje a Australia, Alan Tawil, actualmente director de Franquicias de Gloria Jean's Coffees México, descubrió esta marca como un gran éxito. Él y su padre Moisés Tawil, un empresario con 28 años de experiencia franquiciando marcas extranjeras como *Halston*, *Lamborghini* y *Baby Phat*, no dudaron en traerla al país, después de conocer el sólido y prometedor sistema de franquicias de esta marca a nivel mundial con presencia en 43 países, casi 500 franquicias en Australia y más de mil 500 en el resto del mundo, donde los socios-franquiciarios cuentan con un fuerte sistema de asesoramiento operativo-directivo para desarrollar y garantizar el apoyo permanente, a fin de lograr objetivos y metas establecidas.

De regreso, se enteraron del concurso de licitación de la marca GJC para México, del que finalmente resultan ganadores entre un grupo importante de participantes, y obtienen la *Master Franchise*, abriendo la primera cafetería en 2007 y contando con la invitada de honor, su fundadora Gloria Jean. Desde entonces, no han hecho otra cosa que replicar esta fórmula empresarial exitosa de la mano de sus socios franquiciatarios.

En México, la firma franquiciante desarrolló una estructura para transmitir todo el *know-how* a cada franquicia, para garantizar el éxito desde la apertura de la cafetería manteniendo un firme crecimiento en el mediano y largo plazo. “Nosotros somos de las únicas marcas en el país en contar con ese soporte, la empresa está completamente consolidada y nos dedicamos a apoyar a nuestros socios”, agrega Alan Tawil.



“Es un café *gourmet*, pero va más allá de un excelente producto, nosotros damos a cada invitado una enriquecedora y única experiencia. Eso fue lo que nos interesó del negocio”, dice Moisés Tawil.

Producto

Esta fórmula empresarial no sería exitosa si no contara con el mejor café del mundo y con el toque innovador en su preparación: el arte *latte*.

Todos los procesos son realizados por baristas capacitados profesionalmente, nuestra pasión es el café y un producto como el que tenemos debe ser tratado en su elaboración con los estándares más altos de calidad; por lo mismo usamos la cafetera que llaman la *Rolls Royce* de las máquinas de espresso. Cada parte del proceso está medido bajo estándares de tiempo para lograr el shot perfecto, siempre buscando y logrando consistencia en cada producto; la texturización de la leche es manual para lograr una crema espesa con cuerpo y sedosidad. Es un trabajo artesanal hecho con pasión. Este es nuestro distintivo.

Cabe destacar que Gloria Jean's a nivel mundial tiene un departamento responsable de la selección del café. Un equipo de expertos que viajan a las mejores regiones cafetaleras del mundo, seleccionan de manera minuciosa los granos que son 100 por ciento arábica, compran las cosechas en verde y las envían a las dos tostadoras ubicadas en Australia y Estados Unidos. De ahí se empaca y sale a todas las cafeterías de la marca en los 43 países.





Como franquicia en el mercado del café tienen mucha competencia, pero en el producto se consideran únicos, ya que hacen arte *latte* y tienen un soporte como franquicia que ninguna otra marca tiene en México ni en el mundo.

Logros

GJC está presente en el territorio mexicano con 30 tiendas, en los estados de Puebla, Morelos, Tabasco, Yucatán, Chiapas, Tamaulipas, Estado de México, Baja California Sur y la Ciudad de México.

El plan de expansión nacional para los próximos meses contempla nuevas aperturas en el DF, en la colonia Del Valle, Pedregal y Santa Fe así como la cuarta sucursal en Villahermosa, la tercer de Mérida y San Luis Potosí.

La proyección de la marca para México tiene como objetivo primordial abrir por lo menos 50 cafeterías en los próximos dos años.

Este crecimiento llevó a GJC México a convertirse en anfitrión de la próxima convención anual de Gloria Jean's Coffees Internacional en 2014.

La convención mundial es un evento de la marca que se realiza cada dos años donde se abordan todos los temas relacionados con el café y la red de franquicias. La próxima reunión se realizará en 2014 en Cancún, Quintana Roo, y se dará la bienvenida a los representantes de los 43 países de Gloria Jean's Coffees.

Con un *background*, un *know-how* muy completo y una escuela especializada de baristas, nuestra fórmula empresarial garantiza el éxito.

Desarrollos Recientes

Como directores de Gloria Jean's Coffees México, Moisés y Alan Tawil han enfrentado el reto de crear una estructura para el soporte de apertura y crecimiento de la red de franquicias.

Empezaron con el diseño de los diferentes formatos de franquicia, el comisariato y su red de proveedores, así como la creación de una estructura organizacional enfocada a dar certidumbre al inversionista, alcanzar los estándares óptimos para la apertura de las unidades y lograr un crecimiento constante en el largo plazo.

México cuenta con su propia escuela de baristas para formar a los empleados de las cafeterías, cuyo profesionalismo le fue reconocido con el segundo lugar a nivel mundial en un concurso que realiza Gloria Jean's Coffees al mejor barista. La capacitación que se brinda a los baristas está perfectamente diseñada para que sirvan café de la más alta calidad, dando un servicio excepcional.

Los franquiciatarios tienen acceso a una página web de entrenamiento continuo con cursos diseñados por Gloria Jean's Coffees mundial para reforzar, actualizar y mejorar los roles desempeñados por socios, gerentes, supervisores y baristas de la cafetería. Todo esto para poder brindar al invitado un servicio de la mejor calidad.

Asimismo, dos veces al año directivos de la marca a nivel internacional viajan a México para revisar las

tiendas y los productos con el objetivo de alcanzar los niveles óptimos de estandarización para que en cualquier país del mundo se sirva el mismo producto bajo el mismo concepto.

Por todo esto, Gloria Jean's Coffees es un innovador sistema de franquicias, cuyo modelo de negocio ofrece el diseño del local, proyecto, sistemas operativos, capacitación, marketing, asesoramiento y monitoreo periódico; en sí da todo el apoyo para la formación de la cafetería.

Todo este soporte, local e internacional, nulifica el riesgo de la inversión, y ha dado como resultado que el retorno de la misma se obtenga de 24 a 36 meses aproximadamente, aseguran los empresarios.

Promoción

Cada tres meses se lanzan campañas promocionales en donde los sabores de temporada envuelven a los invitados. Con estas herramientas se logra un excelente acercamiento con el mercado.

En GJC México están conscientes de que las expectativas del mercado son cada vez más exigentes, es por eso que se interesan en escuchar a sus consumidores. A través de diferentes herramientas obtienen las sugerencias para lograr un mejor servicio e ideas para perfeccionar el producto.

La empresa cuenta con una *puerta* abierta hacia el consumidor para cualquier duda, comentario o sugerencia, ya sea a través de correo electrónico, redes sociales, teléfono o incluso directamente en tienda.



Para GJC lo más valioso es la retroalimentación de sus propios clientes, ya que de esto aprenden para optimizar la marca. La mejor forma de comprobar que existe una buena comunicación con el cliente, es cuando éste regresa todos los días por su café favorito.

Valores

Basados en la integridad, confianza, excelencia y la innovación. Una cultura de alegría y de pasión, el creer en la gente y promover un cambio para vivir mejor. Por lo anterior, en GJC se han preocupado por ser una empresa socialmente responsable. La marca contribuye a un fondo de beneficencia mundial; un porcentaje de la venta de cada café se va a apoyar a niños en pobreza extrema. Además cuentan con un sello y certificación *Rain Forest Alliance* que protege al ambiente, la fauna y da un precio justo a las comunidades cafetaleras para que cada vez sea mayor el aprovechamiento del café en todo el mundo.



Cosas que usted no sabía sobre Gloria Jean's Coffees

- Todas las bebidas de GJC, tanto frías como calientes, son hechas a base de espresso y para ellas se utiliza la mezcla de la casa, Gloria Jean's Special Espresso Blend.
- La mezcla de la casa se conforma de tres granos: dos sudamericanos y uno indonés. Su tostado oscuro le da un cuerpo completo y sabor predominante.