



hearty • healthy • happy

*Circular de oferta  
de franquicia*

# *Acerca de...*

## ***Saralina Dauhajre***

En mi niñez y adolescencia viví retos con mi alimentación. Luego de visitar numerosos nutricionistas aprendí lo importante del balance, de nutrir mi cuerpo desde el amor y no la carencia.

De ese aprendizaje, en el 2013, nace Wholesome. Inicié este proyecto como un hobby que poco tiempo después se convirtió en misión de vida.

En estos últimos años hemos tenido la oportunidad de abrir varios puntos de venta. Actualmente contamos con dos tiendas en Santo Domingo y una en Punta Cana. Distribuimos también algunos de nuestros productos en otras tiendas y mini markets de Santo Domingo.

Una importante línea de negocio para Wholesome es el *Delivery*, siendo esta línea la de más alto crecimiento económico en los últimos años. Actualmente manejamos *Delivery* con plataformas como Pedidos Ya y Hugo App, manejando márgenes preferenciales con ambos.





hearty • healthy • happy

# La franquicia

Se basa en tiendas especializadas en comida saludable y nutritiva, donde se ofrecen diversidad de menús fijos de desayunos, almuerzos y cenas que varían mensualmente, además de bebidas y snacks saludables. Así mismo, se comercializan productos elaborados por emprendedores que son evaluados y aprobados previamente.

Las personas pueden pedir el menú, comprarlo y llevarlo o consumirlo dentro del local, que está limitado a un pequeño número de mesas. También disponemos del servicio *Delivery*.

En el mismo local contamos con un área de cocina para la producción de los menús y platos que se distribuyen a los diferentes puntos de venta.

En Wholesome somos creativos, apasionados por el bienestar integral, co-creando con nuestros clientes The Wholesome Lifestyle. Nuestras comidas permiten continuar con la rutina del día llenos de energía y satisfechos.

Tenemos a disposición una amplia variedad de comidas ricas, frescas y balanceadas, listas para llevar o para consumir en nuestras tiendas, con platos que se adaptan a diferentes estilos de alimentación y alergias, por ejemplo: platos sin gluten, sin lácteos, keto, vegetarianos, veganos, entre otros.



Ofrecemos menús fijos para llevar, de desayuno, almuerzo y cena, en conjunto con la oferta de productos de diversos proveedores y de nuevos emprendedores.

# Wholesome Lunches

## MEAL PLANS



### MONDAY

Mediterranean Quinoa Platter [GF,DF,Vegan]  
Cal 415 (F: 17.1G, NetCarbs: 49.6G P: 14.2G)



### TUESDAY

Ceviche de Camarones [GF,DF,Keto]  
Cal 276 (F: 10.6G, NetCarbs: 5.3G P: 35.9G)



### WEDNESDAY

Arroz de Coliflor & Salmón [GF,DF,Keto]  
Cal 298 (F: 15.9G, NetCarbs: 6.6G P: 27.1G)



### THURSDAY

Chicken Caesar Wrap  
Cal 310 (F: 11.4G, NetCarbs: 23.4G P: 32.6G)



### FRIDAY

Pita Pizza de Maíz, Puerro & Queso de Cabra [Vegetarian]  
Cal 412 (F: 17.2G, NetCarbs: 43.7G P: 19.2G)





hearty • healthy • happy

*Nuestra visión en Wholesome es ser influencia de celebrar,  
disfrutar y honrar más tu salud.*

*Queremos crear vínculos de confianza y de valor con nuestros franquiciados.*

*Crecer juntos, siendo flexibles adaptándonos a los cambios que traerá esta  
década, sin perder el enfoque en nuestro objetivo principal  
de brindar a nuestros equipos de trabajos y  
a nuestros clientes bienestar integral.*



hearty • healthy • happy

## *Nuestros Valores*

- ✓ AMOR
- ✓ CALIDAD
- ✓ GRATITUD
- ✓ COMPROMISO
- ✓ CRECIMIENTO
- ✓ COLABORACIÓN
- ✓ ARMONÍA



# Ventajas del Concepto

- Marca solida y respetada en nuestro país. Contamos con una amplia Base de Datos de clientes y seguidores.
- Excelente calidad en los productos, desde su preparación y presentación combinado con un servicio diferenciador. Somos uno de los primeros *Healthy-Fast-Casual take-out* restaurantes en la República Dominicana.
- Contamos con alianzas estratégicas con las compañías de *Delivery* más importantes del país.
- Proveduría centralizada de los productos clave (para las tiendas en República Dominicana).
- Estructura de soporte operativo, administrativo y de capacitación a las tiendas.
- Capacitación documentada en manual de operación.
- Diseño y adecuación del local a la atractiva imagen corporativa de SARALINA WHOLESOME KITCHEN.
- Oportunidad de tener un negocio propio de inversión y rentabilidad atractiva.
- Exclusividad de zona para el franquiciado.
- Asistencia y apoyo permanente.



# Perfil del franquiciado

El franquiciado ideal debe cumplir con las siguientes competencias objetivas:

- Vinculado con la operación, aunque no esté involucrado en el día a día del negocio.
- Residente de la ciudad donde colocará el negocio.
- Profesional con conocimientos básicos administrativos, financieros 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 gerencial en negocios previos ( no necesariamente en el sector restaurantes), abierto al aprendizaje.
- Con liderazgo, manejo de equipos de trabajo, proactivo y dinámico.
- Comprometido con la marca, y que su imagen sea coherente con la orientación a la comida saludable, imagen de la tienda y sus productos.
- Compartir los valores familiares, éticos y morales de **SARALINA WHOLESOME KITCHEN**



# Ficha Inmobiliaria



Área del local: 50-60 m<sup>2</sup>

Ubicado en locales a pie de calle (free standing), *Strip Mall* en zonas comerciales, de oficina, negocios.

Que tenga visibilidad, facilidad de acceso, disponibilidad de parqueo y/o valet parking y área para gestión de *delivery*.

Disponibilidad para toma de agua, , conexiones eléctricas (110V-120V), internet, wifi  
Segmento A, B.



Pared nevera y snacks



hearty • healthy • happy



# Capacitaciones



hearty • healthy • happy

## **Capacitación Preapertura**

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 SARALINA WHOLESOME KITCHEN, sus características y preparación, 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 y se deberá estimar el tiempo que se requerirá para dicha capacitación.

## **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, personal de Casa Matriz se trasladará a dicha localidad días antes de la apertura y permanecerá un tiempo a determinar después de la apertura, durante el cual se podrá verificar la dinámica del local y realizar los ajustes pertinentes. El costo por pasaje, estadía y viáticos de esta asistencia por parte de personal de la empresa franquiciante será también costado por el franquiciado.

## **Proceso de Apoyo y Supervisión**

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 y no programadas, pautadas según la necesidad de cada franquicia.



# Publicidad



hearty • healthy • happy

## **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.

## **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. SARALINA WHOLESOME KITCHEN establecerá en el contrato de franquicia una inversión mínima mensual de un porcentaje de la facturación del local destinada a este concepto.

## **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. Si el material va a ser producido localmente, el franquiciado deberá enviar una muestra a Casa Matriz para su aprobación antes de la producción.

## **Redes Sociales**

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 de tiendas, tanto propias como franquiciadas. En ocasiones especiales, se podrá promover la realización de publicaciones que beneficien a una unidad específica (por ejemplo, en caso de aniversario, apertura, promociones, etc.), pero cuidando siempre que se mantenga un sano balance de impacto a todas las unidades.