

Begoña de Blas, de La Mafia se Sienta a la Mesa

De la cocina de casa a la de La Mafia

Restaurante



Isabel Arriero

El periodo de formación fue básico para De Blas. "Es la principal ventaja de la franquicia, que te enseña a llevar el negocio".

NADA LE HACÍA PRESUPONER A BEGOÑA DE BLAS QUE, DESPUÉS DE MÁS DE UNA DÉCADA FUERA DEL MUNDO LABORAL, SALDRÍA DE DETRÁS DE LAS BAMBALINAS DE LA VIDA FAMILIAR

PARA PONERSE AL FRENTE DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO EN UNA DE LAS PRINCIPALES ARTERIAS ECONÓMICAS DE MADRID.

Pero, al igual que les ocurre a

muchas mujeres, que en un momento determinado optaron por dedicarse a la vida familiar y a la crianza de sus hijos, cuando estos comienzan a valer por sí mismos es cuando se produce la necesidad de recuperar esa actividad laboral que en su día abandonaron.

"Durante muchos años estuve trabajando en una entidad bancaria. Pero, para poder dedicarme a mi familia, lo dejé. Ahora que mis hijos son ya un poco más mayores y no precisan tanta atención, yo tengo más tiempo libre. Por eso empecé a idear de qué manera podría reincorporarme al mundo laboral", explica.

Y así fue como, poco a poco, se fue gestando la idea de montar un negocio propio. Aunque acostumbrada a trabajar por cuenta ajena desde joven, Begoña de Blas no se veía de nuevo como empleada.

El mundo de la restauración era para ella un sector completamente desconocido hasta que decidió incorporarse como franquiciada a La Mafia se Sienta a la Mesa, un concepto

de restauración temática especializado en gastronomía italiana de calidad. "La idea me gustó porque no tenía nada que ver con el estereotipo de comida italiana que normalmente existe. La cocina de La Mafia es una cocina más refinada y con una presentación exquisita", asegura.

Begoña de Blas entró en contacto con La Mafia se Sienta a la Mesa gracias a su marido, un experto consultor que le habló de la marca y de las posibilidades de desarrollar este concepto de negocio fuera de la ciudad donde había surgido, Zaragoza.

Ni corta ni perezosa, De Blas se fue directamente a la capital maña para conocer en persona la enseña y su funcionamiento. La idea acabó por cautivarla definitivamente, y entonces comenzó el proceso negociador.

Puesto que Madrid, para cualquier franquicia que se precie, es una plaza de prestigio, la central vio con buenos ojos la iniciativa de esta emprendedora, y la apoyó con una participación en el 10% del capital invertido. En total, el negocio costó unos 300.000 euros —financiados con recursos propios y endeudamiento, y, en una pequeña parte, a través de proveedores—, además de un fondo de maniobra inicial de 30.000 euros.

Begoña de Blas eligió la fór-