

## noticias

**EL ÁRBOL**, cadena de supermercados que adquirió el pasado año a Galerías Primero, ha iniciado una campaña de productos de Aragón en colaboración con el Ejecutivo regional. La selección de alimentos estará en todos los establecimientos Árbol/Primero en la comunidad hasta el próximo 28 de abril.

**LA MAFIA SE SIENTA A LA MESA**, cadena de restaurantes zaragozana, ha abierto su primera franquicia en Andalucía, en la ciudad de Sevilla. La firma de comida italiana cuenta con 25 establecimientos en España y mantiene su objetivo de estar presente en las principales capitales españolas.



**TOP TEN BUSINESS EXPERTS** e Ibercide (Centro Ibercaja de desarrollo empresarial) celebraron esta semana en el Patio de La Infanta el primero de una serie de encuentros que reúnen a expertos en pensamiento empresarial. El ciclo 'TopTen en Portada' empezó con el Libro 'Héroes Cotidianos' de Pilar Jericó.

## el exprés



# Los Porches del Audiorama

**La firma Aguirre Newman se hace con la gestión del centro comercial zaragozano y nombra gerente a Javier Cuevas**

**XV AÑOS.** Coincidiendo con su 15 aniversario, el centro comercial zaragozano **Los Porches del Audiorama** inicia una nueva etapa con un nuevo gestor. El socio mayoritario del inmueble ubicado en la Romareda, la sociedad **AMIC (Asociación Mutualista de Ingeniería Civil)**, ha decidido contratar para la función gerencial a la firma **Aguirre Newman**, especializada en consultoría inmobiliaria, que ha nombrado como responsable de la tarea a **Javier Cuevas**. Este profesional turiasonense,



El legado de A. A.

■ **Los 'Arturos'.** Un libro escrito por Carmelo Canales y Francisco López explica las formas de trabajar de la extinta firma Arthur Andersen. Ex socios de la misma, los autores contaron con la colaboración de zaragozanos.



■ **'El despertador'.** Punto Radio Aragón trae mañana a desayunar a Zaragoza a Cristóbal Montoro, portavoz del PP en temas económicos y

# En Franquicia

SECTORES • NEGOCIOS OPORTUNIDADES • IDEAS

**Informe 101** MARCAS QUE BUSCAN ASOCIADOS **págs. 35-93**

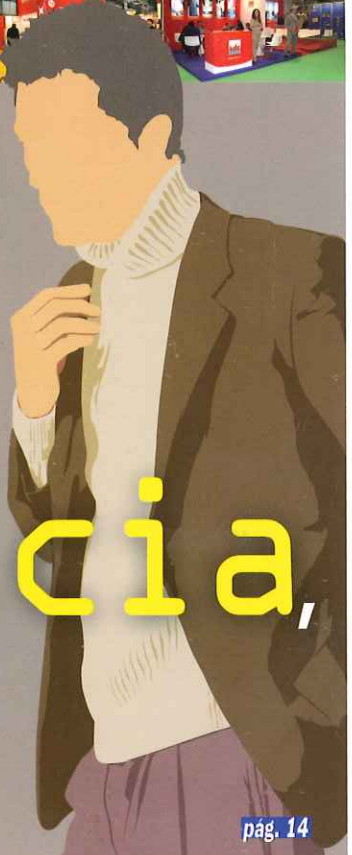


ALIMENTACIÓN • BOCADILLERÍAS • CHOCOLATERÍAS • COMIDA RÁPIDA • HELADERÍAS  
PANADERÍAS • PIZZERÍAS • SUPERMERCADOS • TIENDAS-DEGUSTACIÓN

Pros y contras de comprar un negocio en un certamen sectorial



## Las ferias de franquicia, a examen



pág. 14

**Estrategias**

Francesc González, consejero delegado

pág. 30

### La nueva vida de la segunda mano

**Troc.com**

pág. 30

### Un menú que no se puede rechazar

pág. 28

### La Mafia se Sienta a La Mesa

Javier Floristán, gerente

**Entrevista**

### MANEL ECHEVARRÍA TALAYERO

DIRECTOR GENERAL DE SWAROVSKI IBÉRICA **pág. 32**

### El precio, en las marcas de lujo, no es tan importante

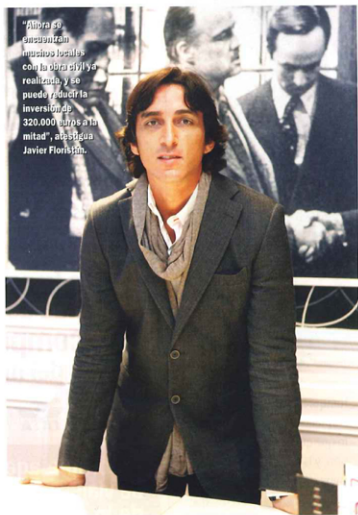
LA MAFIA SE SIENTA A LA MESA

# Un menú que no se puede rechazar

*Los 25 restaurantes de la enseña zaragozana, que este año celebra su décimo aniversario, cautivan a todo tipo de público con una carta asequible que aún la comida típica italiana con otros platos como crepes, ensaladas o carnes*

Vito Corleone, Calogero Vizzini, Genco Russo, Lucky Luciano... Si cualquiera de estos "padrinos" hubiese querido obsequiar a sus "hombres de honor" con un buen banquete de comida italiana en España, no habría tenido muchos restaurantes entre los que elegir. "Cuando comenzamos nuestra andadura en el 2000", cuenta Javier Floristán, gerente de La Mafia se Sienta a La Mesa, "apenas existían franquicias dedicadas a pasta y pizza en el mercado". "A partir de ese año, la restauración italiana experimentó un auge, similar al que ahora comienza en la gastronomía oriental, y la competencia ha sido tan dura que muchas cadenas se han quedado en el camino y a otras les ha sido imposible realizar la expansión prevista", añade.

La sólida historia de La Mafia se Sienta a La Mesa va asociada a los nombres de Javier Floristán y Pablo Mariñosa, que, con 24 y 22 años respectivamente, decidieron abrir una cafetería-restaurante en Zaragoza en 1998, a la que sumaron un restaurante de nivel alto en 1999. "Aunque teníamos muy buena clientela, la complicada gestión de un local de lujo nos



"Ahora se encuentran muchos locales con la obra civil ya realizada, y se puede reducir la inversión de 320.000 euros a la mitad", asegura Javier Floristán.

convertimos el otro establecimiento en la primera Mafia", explica Floristán.

Con el concepto ya claro, los fundadores inauguraron una segunda unidad propia en 2001 y empezaron a conceder licencias en 2002, tras haber dado entrada a nuevos socios capitalistas para poder proporcionar soporte a una red de franquicias. Desde entonces, la marca mafia, que este año celebra su décimo aniversario, ha ido engordando hasta alcanzar 25 restaurantes (23 franquicias) repartidos por Aragón, Navarra, La Rioja, Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Andalucía.

En ellos, el cliente encuentra, junto a una "cuidada decoración" que recrea los años de esplendor de la mafia siciliana, una carta italo-mediterránea compuesta de pastas y salsas que permiten más de 100 combinaciones, pizzas, ensaladas, entrantes, crepes, carnes y postres. "Aprovechamos nuestra experiencia en el restaurante de alto nivel para completar la oferta típica italiana con otros platos de calidad que satisficieran a todo tipo de público,

Laura Martínez Lombardi

hizo buscar nuevos formatos. Viajamos a Sicilia para conocer a fondo la cultura gastronómica italiana y, a la vuelta, en mayo de 2000, vendimos la cafetería y, con el beneficio obtenido, re-

aunque siempre manteniendo un precio medio de 18 euros. De hecho, a diferencia de otras cadenas de este segmento, un 50% de nuestras ventas proviene de la pasta y la pizza, mientras que el 50% sobrante corresponde al resto de productos", indica.

El ejecutivo subraya, además, la inversión constante en I+D+i y el control total del proceso de producción y distribución de los alimentos. Desde 2006, la enseña cuenta con un obrador en Rincón de Soto (La Rioja) con capacidad para abastecer a más de 50 unidades operativas, desde el que importa la materia prima con la que se elaboran la pasta y las pizzas, las focacce (panes italianos), los quesos y los vinos. "En enero de 2009 pusimos en funcionamiento una plataforma logística, en la que centralizamos los productos preparados en nuestra fábrica y las compras realizadas a distribuidores nacionales, para servir una vez a la semana a todos los franquiciados", agrega.

### Récord de aperturas

2009 fue un año honorable para La Mafia en cuanto a aperturas. Floristán declara que la enseña batió su récord con la incorporación de 8 franquiciados e insiste en que este rólulo quedó fuera del concurso de acreedores voluntario que el Grupo Re-Imagina presentó en abril de 2009 y que logró levantar el pasado marzo. "Presumimos de pertenecer a ese 3% de empre-



sas que superan esta prueba. El grupo nació en 2006 de nuestra voluntad de diversificar, con la creación de La Barbacoa, La Croqueta y Mostaza, y el concurso solo afectó a esas marcas, cuya expansión está totalmente aparçada".

Los planes de La Mafia se sienta a La Mesa pasan por inaugurar unos 6 establecimientos a lo largo de 2010 y llegar a 2015 con 50 unidades. "Acabamos de abrir en Sevilla, donde los franquiciados tienen la intención de sumar 3 o 4 restaurantes, y estamos buscando locales en Granada y Málaga, por lo que esperamos hacernos fuertes en esta zona próximamente. Además, queremos potenciar el crecimiento en Madrid y Barcelona", determina Floristán, que, una vez alcanzado el objetivo nacional, se planteará el desarrollo en el extranjero, donde actualmente gestiona 1 punto de venta en Portugal.

El concepto, que "encaja muy bien en ciudades medianas", funciona en poblaciones a partir de 70.000 habitantes. Para unirse a la red, la central selecciona a gestores involucra-

dos en la marcha del negocio, aunque no es necesario que tengan experiencia en el sector. "Buscamos potenciar la figura del multifranquiciado. Actualmente tenemos 4, y el número sería mayor si no hubiese arreciado la crisis".

Los establecimientos de la marca, de los menos 250 metros cuadrados, deben contar con chimenea y estar ubicados en calles de zonas céntricas o con oficinas alrededor. Floristán expone que un local en bruto exige una inversión aproximada de 320.000 euros, de los que 24.000 más IVA corresponden al derecho de entrada, 150.000 a la obra civil, y el resto a maquinaria, decoración, utensilios e informática. "No obstante, ahora se encuentran muchos lo-



cales provenientes de negocios cerrados con las obras ya realizadas, y, en ese caso, el montante puede reducirse, incluso, a la mitad", matiza.

El asociado tendrá que pagar un canon del 5% sobre facturación -4% si tiene más de un local-. La central calcula que el margen de beneficio de explotación que le dejará el negocio será del 70%.

Rebeca Martínez Jiménez



**Más información:** Javier Floristán. Paseo Independencia, 24-26, local 22. 50004 Zaragoza. Tno.: 976 79 46 75. Correo: franquicias@lamafia.es. Web: www.lamafia.es.

## En continua comunicación

La Mafia cuida de la "familia" con esmero para que a ningún miembro le falte asistencia técnica ni información. Además de los cursos de formación inicial que imparte a los asociados -15 días en la central de Zaragoza y 15 en su local-, los empresarios que necesiten potenciar algún aspecto del negocio pueden acudir en todo momento a cualquiera de los dos establecimientos propios de la enseña. Igualmente, la marca presume de tener una red comunicativa en la que cuenta la



opinión de todos los "parientes". Los franquiciados reciben la visita mensual de los jefes de área y cada tres meses completan una encuesta por correo electrónico en la que juzgan aspectos como la atención profesada o el producto. "Asimismo, los responsables de cocina y de sala de todos los centros se reúnen tres veces al año para cambiar impresiones, y celebramos una convención anual para presentar la nueva carta, que cada ejercicio cambia de imagen y contenido", destaca Javier Floristán.