

AL DINING

Grupo Vips cierran un acuerdo de colaboración para la marca h3



Asociación de Asociaciones de Celíacos de España firmado un nuevo acuerdo de colaboración con el para la marca h3. Gracias a este convenio que entró en vigor el mes de febrero, la nueva marca del Grupo, especializada en hamburguesas con un toque gourmet, amplia gama de productos aptos para celíacos en oferta se ha implementado en los dos restaurantes Vips opera a día de hoy en Madrid (h3 C.C. Diversia) y se incluirá sistemáticamente en el resto de establecimientos que abrirá la marca a lo largo del año.

RESTAURACIÓN SOCIAL

Nuevo espacio en exclusiva de Prats en Valencia



Prats, división de catering de Grupo Husa, ha inaugurado un nuevo espacio homologado en régimen de alta cocina: la Pirca Casa Nueva. La Pirca Casa Nueva es un espacio arquitectónico del modernismo valenciano construido en el municipio de Requena, se encuentra rodeado por un jardín de 10 hectáreas.

Javier Floristán

El fundador del concepto La Mafia se sienta a la Mesa está de enhorabuena. Tal y como se expone en el artículo que aparece en esta misma sección, con una dilatada experiencia, la marca se aproxima al objetivo de los cincuenta locales gracias a haberse centrado en la temática de corte italo-mediterráneo. El ritmo de aperturas ha sido el siguiente: nueve locales nuevos el año pasado, ocho en 2010 y siete en el 2009. De esta manera, la cadena se sitúa en 31 locales de los que tan solo tres son propios y veintiocho franquiciados. Si bien el grupo de restauración nace en el 2000, no es hasta 2002 que empiezan a franquiciar, ubicándose la red en la zona centro y noroeste.



CON NOMBRE PROPIO

Alejandro Lecumberri

Lecumberri ha sido nombrado nuevo Franchise Coach de KFC y formará parte del equipo de operaciones liderado por Isabel García. El nuevo director ha desarrollado su carrera profesional a lo largo de los últimos cinco años en empresas multinacionales como Decathlon y Starbucks Coffee, enfocando siempre a la gestión y animación de equipos, y siendo responsable en su última etapa de un área importante de Madrid. La principal misión de Alejandro Lecumberri será aportar a los franquiciados la motivación y el entusiasmo, como complemento a la formación y el entrenamiento que reciben en la etapa de reclutamiento. La incorporación de Alejandro Lecumberri a KFC forma parte de la estrategia de incrementar su capacidad organizativa en España para afrontar los objetivos que se ha planteado para próximos ejercicios, destacando el de convertir a KFC en una marca líder en nuestro país y duplicar la oferta actual de restaurantes operativos hasta alcanzar los 130 unidades.



Victor Manuel Rodrigo

Rodrigo ha resultado vencedor de la gran final de IV Concurso Cocinero del Año. Tras cinco horas de cocina en directo y muchos servicios hasta el momento de la ceremonia final, Martín Berruategui entregó el premio de ganador de IV Concurso Cocinero del Año (CCA) al chef Victor Manuel Rodrigo (Iba 'Samohar', Valencia), ganador de la semifinal perteneciente a la Comunidad Valenciana y Región de Murcia, que se celebró el pasado 17 de noviembre, en Murcia. En segundo lugar se clasificó Juan Carlos Padrón ('El Rincon de Juan Carlos', Los Gigantes, Tenerife) y el tercero fue Javier Estévez (Iba 'Mesón Doña Flo', Colmenar del Arroyo, Madrid). Victor Manuel Rodrigo nació en



SERVICIO RÁPIDO

Camino de convertirse en una Lovemark, La Mafia se sienta a la Mesa no siente la crisis



Inusitado ritmo de aperturas para los tiempos que vivimos. La Mafia se sienta a la Mesa va camino de contar con una red de 50 locales a poco que los vientos le sean favorables. Y es que la experiencia es un grado. Con veinte años de experiencia y después de algunos procesos de ajuste, tras una política multi marca y multi concepto, que les ha llevado a centrarse en la temática de corte italo-mediterráneo, Pablo Martínez Escolar, director de expansión relata a Restauración News, las principales características de esta cadena.



Cuadro directivo de La Mafia Franchises

Director general: Javier Floristán
Directora de Marketing: Itziar Rodríguez
Directora de Operaciones: Noelia Palma
Director de Expansión: Pablo Martínez
Directora Financiera: Loli Riquelme

Con un ritmo de aperturas que le ha llevado a contar con nueve locales nuevos el pasado año, ocho en 2010 y siete en el 2009, la cadena se sitúa en treinta y un locales de los que tan solo tres son propios y veintiocho franquiciados.

Si bien el grupo de restauración nace en el 2000, no es hasta 2002 que empiezan a franquiciar, ubicándose la red en la zona centro y noroeste, ofreciendo una carta que combina idóneamente la cocina italiana (que parte de la compra en origen de las materias primas, salvo un obrador propio de pasta) y la mediterránea por extensión.

Su central de franquicias atiende a los franquiciados (cuyo perfil es el de un gestor-emprendedor que quiera crecer con el franquiciador) bajo la filosofía de una central de compras y servicios; además posee un propia plataforma logística, impartiendo formación al equipo de cada franquiciado, a través de los manuales de operaciones y trainings de dos semanas en la central y otras dos 'in situ', previamente a la inauguración del local. Con los jefes de cocina se celebran tres convenciones al año.

La atención del cliente no sólo pasa por una mejora continua de la carta que se cambia dos veces al año, (el ticket medio se sitúa entre los 18 y 20 euros, concretamente en 17,80 euros) donde los comensales se inclinan por la pizza (20%), la pasta (20%) y las ensaladas (30%) sino también por la ambientación del local, algunos de los cuales cuentan con zona infantil y sala de lactancia. También se ha creado una tarjeta de fidelización,



Pablo Martínez, Javier Floristán y Kike Sánchez.

reforzándose la presencia en las redes sociales, donde se practica un activo marketing viral.

La compañía, actualmente bajo la razón social La Mafia Franchises S.L., que dirige Javier Floristán y que en 2011 facturó 17 millones de euros, se decanta por una definida política de responsabilidad social corporativa con presencia en fundaciones de ayuda al tercer mundo, aldeas infantiles y competiciones con fines solidarios, importante pilar para lograr, tal como señala Martínez Escolar, que cuando se llegue al medio centenar de locales la marca pase a ser una auténtica 'lovemark'. ●

RN

SERVICIO RÁPIDO

Rodilla cambia de imagen

MADRID



El grupo de alimentación y restauración fundado en 1939 modifica su imagen de marca para acercarse aún más a los ciudadanos de hoy sin perder su tradición castiza. La compañía ha inaugurado su nuevo local de la calle Serrano de Madrid con un concurso de moda donde 25 jóvenes alumnos de la prestigiosa escuela de diseño IADE presentaron sus muestras con modelos 'de la calle' elegidos para la ocasión.

