



Franquicias de España



Domingo, 21 de junio de 2009



Newsletter Contacte RSS

Buscar en Tormo.com

ACTUALIDAD

GUÍA DE FRANQUICIAS

FRANQUICIADORES

INFORMACIÓN

IR A TORMO.TV

Tienda | Foros | APF

Home ▾ Entrevistas Franquicias ▾ Rebeca Establés Ortiz ...

ÚLTIMAS NOTICIAS ▾ Franchise Forum define la h

Noticias
Artículos
Sectores
Tendencias
Entrevistas
Foros de la Franquicia
Blogs
Especiales
Agenda de la Franquicia
Perfiles
Internacional
Resumen de Prensa
Notas de Prensa
Go!Franquicia

Franquicia:

Inversión: Ignorar criterio

Búsqueda alfabética:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0-9



Entrevistas

"De la gastronomía italiana aún queda mucho por hacer llegar al consumidor español"

[Ir a la ficha de Crapa Pelata](#)

[Otras Entrevistas](#) [Imprimir](#)

Franquicias de Exito

Rebeca Establés Ortiz

Directora de desarrollo de proyectos de Crapa Pelata

www.gofranquicia.com

Go FRANQUICIA! .com

Para Conocer y Opinar sobre el sector de la mano de Eduardo Tormo





RECURSOS
Franquicias por Provincias
Nuevas Ubicaciones
ABC de la franquicia
Marco Legal
Foros
Especiales
Ranking
Centros Comerciales
Proveedores
Informes
APF
Registre su Franquicia
Franchise Point
Quién es quién
Cifras 2008
Diccionario

BOLETINES
<input type="checkbox"/> Boletín Diario
<input type="checkbox"/> Boletín Semanal
<input type="checkbox"/> Oportunidades
<input type="checkbox"/> Internacional
<input type="button" value="Inscribirse"/>

Esta enseña, fundada por Andrea Minotto, ha hecho de un producto simple como la pizza un artículo de alta cocina. La responsable de desarrollo de proyectos de esta cadena explica cuál es el secreto del éxito de Crapa Pelata, que ya posee 12 locales en el área de Valencia y tiene previsto abrir seis locales más este año.

¿Cómo fueron los orígenes de esta enseña?

Sus orígenes están muy alejados del mundo de la hostelería y quizá por ello Crapa Pelata no es sólo un restaurante sino un concepto de negocio. Su creador, Andrea Minotto, proviene de una amplia experiencia empresarial dentro del sector de la gran distribución. La idea del Crapa Pelata es consecuencia de dos de sus pasiones: la cocina y la creación. En el 2000 decidió abandonar su país para cubrir un hueco en el mercado español y comenzó desde abajo para “dominar y empaparse de Crapa Pelata”, es decir para conocer todos los aspectos y detalles de un negocio nacido para crecer.

Crapa Pelata se sitúa dentro de los negocios de restauración italiana donde hay una gran competencia, ¿cómo se diferencia del resto de las enseñas del sector?

Ya desde sus orígenes, el creador y padre del Crapa Pelata, Andrea Minotto, observó hace ya años muchas deficiencias en el sector: por un lado los pequeños restaurantes de autor, en los que sí que se podía encontrar producto de calidad, no eran susceptibles de ser reproducidos por ser absolutamente dependientes de la figura del cocinero que en la mayoría de los casos era el propietario del establecimiento y por otro lado las grandes cadenas no se acercaban ni de lejos al concepto de calidad. Dentro de este marco la Crapa Pelata surgió como rebeldía a este dualismo y desde la óptica empresarial de las grandes cadenas se creó un concepto de negocio que ofreciera la calidad y el mimo de la cocina de autor.

¿En qué momento se encuentra el mercado de la restauración italiana en España?

Como ya he comentado existe una dualidad que está intentando ser salvada por varias cadenas que intentan expandir la calidad del pequeño restaurante a la gran cadena aunque desde mi punto de vista siguen siendo conceptos poco simples y por lo tanto difíciles de gestionar y en los que la calidad es costosa de mantener. El mercado italiano es, además, infinitamente más rico de lo que se muestra en España por lo que creo que aquí la restauración italiana está aún en sus comienzos y todavía queda mucho por ver y por hacer llegar al consumidor español.

Buscador de noticias

Últimas Noticias

1. Franchise Forum define la hoja de ruta de la franquicia
2. Franchise Forum desgrana los nuevos retos en franquicia
3. La franquicia confirma su papel de motor económico en Franchise Forum
4. Franquicias Hoy premia a los mejores conceptos de negocio
5. Franchise Forum: un día de reflexión en un año de crisis
6. C&A: 'La crisis no detiene nuestra expansión, sino que la estimula'
7. Los diseños más originales llegan a la franquicia de la mano de Yokana
8. Pollo Campero continúa su implantación en España
9. El 'Home Staging': nueva técnica de venta inmobiliaria
10. Dia gana casi un 60% más en España

Últimos Comentarios

 quisiera saber cuanto de dinero

¿Dónde reside el éxito de Crapa Pelata?

En que se trata de un concepto muy simple basado en algo tan básico como es la calidad entendida en su concepto más amplio: producto, servicio y gestión. Nuestra oferta no es rebuscada, no trata de reinventar algo tan antiguo como la cocina, nació simplemente para ofrecer calidad en un producto considerado tan banal y de baja calidad como la pizza. Si a ello unimos el hecho de que satisfacemos tanto la demanda de restaurante como la de domicilio, el éxito está asegurado.

¿Por qué se decidieron a franquiciar?

Habíamos recibido ya varias ofertas por parte de clientes del local que estaban interesados en duplicar el negocio pero las habíamos rechazado porque considerábamos que antes de duplicar teníamos que consolidar y asentar el local piloto. En el momento en el que estuvimos preparados para dar el paso hacia la expansión del concepto, no tuvimos dudas de que franquiciar, visto el tipo de negocio, era la forma más adecuada de expansión ya que había sido creado precisamente desde esa óptica empresarial de concepto fácilmente reproducible y con garantías de éxito en diferentes localizaciones. Nosotros entendemos que una franquicia nace como consecuencia de la unión entre una persona que tiene una buena idea de negocio que funciona y que puede ser reproducida, y otra que no tiene la idea pero sí los medios para ponerla en práctica, por ello no dudamos sobre el tipo de expansión que queríamos proponer a las personas interesadas en duplicar.

El hecho de contar con varios modelos de negocio, ¿supone una ventaja para el franquiciado?

Sí, porque da mucha más flexibilidad a la hora de adaptarse a diferentes localizaciones y posibilidades económicas. Desde nuestro punto de vista la flexibilidad es básica en cualquier tipo de negocio y hay que partir de la base adaptándose al entorno ya que difícilmente éste se adaptará a ti.

Además, la enseña cuenta con servicio a domicilio, ¿han notado un aumento en este tipo de servicios debido a la actual coyuntura económica?

Absolutamente sí. De hecho, la tendencia actual del consumidor es hacia una "europeización", esto es, salidas al restaurante el fin de semana, preferentemente los Sábados, y entre semana contención a la hora de cenar fuera. Sin embargo, el ritmo de vida actual no nos deja tiempo -ni ganas- para cocinar por lo que la demanda a domicilio va en aumento.

debo de invertir para poner una guarderia
hayde ignacio peralta
 19/06/2009 2:55:34

quisiera colocar una tienda en colombia,la franquisi de estradivarius necesitaria ponerme en conctat...
carolina
 18/06/2009 17:26:48

noticia interesante
francisco
 18/06/2009 14:05:25

me inreteresa trabaar y para quien mejoque para mi me gustriaobtener mas infrmacion .gracias
ana maria ruiz ruiz
 18/06/2009 11:23:51

[Listado completo](#)

¿Cuál es el funcionamiento de la central con sus franquiciados?

De contacto y apoyo constante en todos los aspectos operativos del negocio. Además del día a día a nuestros franquiciados les ofrecemos una garantía de calidad de producto e innovación constante para ir siempre por delante de la competencia tanto a nivel de producto como de gestión (sistema informático, distribución, métodos de control, sistemas de búsqueda de personal efectivos, etc.) Luchamos para garantizar que los proveedores con los que se trabaja ofrezcan los mejores precios y servicio. Buscamos nuevas vías de distribución. Estamos totalmente abiertos a nuevas propuestas por parte de todos los integrantes de la cadena y las valoramos todas individualmente. En definitiva, sabemos que nuestro trabajo es cuidar del franquiciado atendiendo todas sus necesidades ya que quien escoge una franquicia es porque quiere (y tiene derecho a) ser mimado.

¿Qué perfil debe tener un franquiciado?


A los franquiciados les pedimos una serie de características que según nuestro criterio son básicas para el éxito tanto de su local como de la cadena: Se les pide entusiasmo por el producto: es básico para no desvirtuar con el tiempo la idea de mejora constante de la calidad. La “calidad sostenida” no es fácil de mantener, es cara e implica esfuerzos y visión a largo plazo por lo que si no se tiene claro que la diferenciación de un Crapa Pelata se basa en la calidad, difícilmente se puede mejorar. Les pedimos también fidelidad a la franquicia: en una franquicia todos debemos remar en la misma dirección, bajo un mismo timonel. Desde la central escuchamos y tenemos en cuenta las ideas y propuestas de todos los franquiciados pero cualquier iniciativa debe ser tomada por y desde la central, nunca de forma independiente. Les pedimos además un mínimo de dedicación. No es necesario que los franquiciados estén constantemente en sus locales, se puede siempre delegar, pero no hay que dejar jamás incontrolado un negocio. La experiencia nos dice que aquellos franquiciados que se han preocupado por su local (sin necesidad de estar presentes constantemente), han tenido mejores resultados que aquellos que no quieren saber nada del negocio aparte de los números finales.

¿Cuáles es su plan de expansión?

En la actualidad contamos con 12 locales en el área de Valencia y exceptuando una zona del centro de la capital con un grandísimo potencial que queda aún libre –ya que damos exclusividad de zona– nuestros planes se centran en la expansión a nivel nacional. Para este año, la previsión de aperturas

es de seis locales aunque nuestra actitud ante las previsiones ha sido siempre desde una óptica pesimista.

 [Otras Entrevistas](#)  [Imprimir](#)

[Contacte](#) | [Tarifas](#) | [Boletines](#) | [Registre su franquicia](#) 
[Guía on line](#) | [Emprendedores](#) | [Nuevos Franquiciadores](#) | [Franquiciadores](#) | [Tienda](#) | [Foros](#) | [Mujer en Franquicia](#) | [Formacion](#) | [APF](#)
Tormo.com en [España](#) | [México](#) | [Colombia](#) | [Venezuela](#) | [Argentina](#) | [Chile](#) | [Portugal](#) | [Peru](#) | [Brasil](#)
[Tormo.tv](#) | [Mil Franquicias](#) | [Franchise Forum](#) | [Franquiciashoy.es](#) | [Tormo & Asociados](#)

Copyright © 2009 Tormo & Asociados S.L. Reservados todos los derechos.
Prohibida la reproducción total o parcial en cualquier formato sin previa autorización.