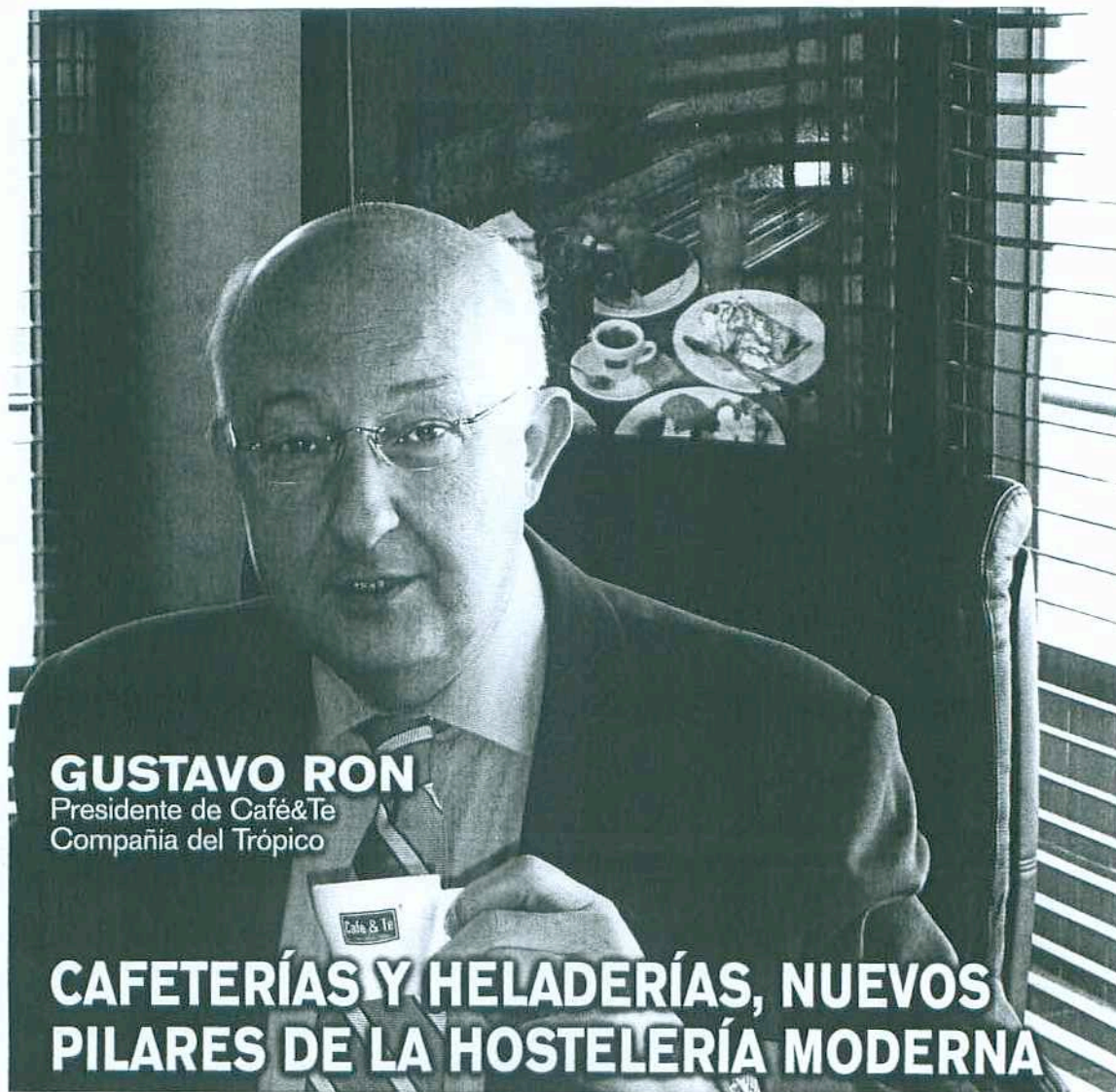


RESTAURACION *news*

Nº 98 / 16-31 Marzo 2009. 7€

www.restauracionnews.com



GUSTAVO RON

Presidente de Café&Te
Compañía del Tópico

CAFETERÍAS Y HELADERÍAS, NUEVOS PILARES DE LA HOSTELERÍA MODERNA

GCA Arquitectos: "Un buen diseño es el que envejece bien" Pág. 54



Helados: Alimento, Placer y Emoción

Los fabricantes marquisas se encargaron de elevar el consumo per capita, las cadenas de heladerías lo llevaron fuera del hogar y ahora los chefs de los restaurantes los firman en sus cartas. **Pág. 44**

Detrás de un buen café, hay una buena cafetera

Son un matrimonio indisoluble. Italia dio la pauta, pero, ahora, en España, también se bebe buen café. **Pág. 32**



Café & Té Compañía del Trópico

Cuando los hosteleros también son cafeteros



Café & Té Compañía del Trópico lleva quince años de constante crecimiento. La apertura del primer local Café & Té se produjo en el año 1994. Hoy, tres lustros más tarde, la firma presidida por Gustavo Ron cuenta con una red de 144 establecimientos de los que 109 son en propiedad, los 35 restantes operan en forma de franquicia.

A comienzos de la década de los noventa surgía una idea. Partía de las bases que Starbucks Coffee había implantado en EEUU, y nacía para hacerse con un nicho de negocio que hasta entonces no había sido explotado —ni siquiera por la propia Starbucks—, o había sido poco explotado en España. Gustavo Ron viajó a EEUU y allí se

introdujo de lleno en el concepto de cafetería que había puesto de moda la cadena americana. Fue entonces cuando comprendió las enormes posibilidades de un negocio basado en el marketing de la venta de café; la calidad de la materia prima; o la marca... y decidió poner en marcha un concepto similar en España, antes de que se produjera el desembarco de los americanos —y no cabía duda de que éste llegaría.

Ron no se equivocaba. Fue el primero en instaurar una marca de coffee shops en Madrid y desde entonces hasta ahora el negocio ha caminado con paso firme. Primero en la capital, luego en todo el territorio español. Primero operando simplemente a través de locales propios; después, abriendo la marca al régimen de la franquicia.

Pero durante aquellos días iniciales, la idea basada en el café y el té, más la bollería, introduciendo pocos elementos salados y muchas menos bebidas, no acabó de cuajar. Hubo que adecuar esta oferta a los gustos de los madrileños, añadiendo la oferta salada, los refrescos, los zumos... y entonces el despegue fue imparable. Actualmente, un 47% del capital social de la empresa está en manos de la compañía de capital riesgo 3i y las ventas de café suponen el 40% de las totales de la firma, que ha superado los 60 millones de euros de facturación en 2008, un 30% más de lo que se obtenía en el mismo periodo del año anterior.

Crecimiento de la red

Según explican desde la cadena, el crecimiento de la red de establecimientos, tanto propios como franquiciados ha sido uno de los factores que han explicado los buenos resultados económicos. Pero aparte, éstos llegan por contar con una novedosa idea muy bien aceptada desde el primer momento, amén de que también, desde el primer momento, la compañía ha contado con su propio Coffeman o persona encargada de



Unas palabras con Gustavo Ron

La crisis, medidas para paliarla dentro del sector hostelero o la posible salida del accionariado de 3i... temas que podrían marcar el desarrollo del año 2009 para Café & Té. He aquí cómo lo ve su fundador.

• **¿Cómo ve el mercado de los coffee shops en España en la actual coyuntura económica? ¿Cómo le está afectando a Café & Té en particular?**

Como en otros sectores, vemos lógico que se produzcan alianzas y adquisiciones entre los diferentes y pocos operadores que quedan en el sector. En Café & Té, nuestra diversificación geográfica y actividad franquiciadora, el conocimiento del funcionamiento de este mercado, y las buenas localizaciones de nuestros establecimientos hacen que estemos manteniendo las previsiones.

• **¿Qué tipo de medidas cree que se podrían tomar desde las distintas Administraciones para mitigar los efectos de la crisis en la hostelería?**

La más importante, sin duda, es la libertad de horarios.

• **Este año es cuando está previsto que 3i deje el accionariado. En su día, usted manifestó que quizá en este momento podría plantearse la venta de la empresa. ¿Sigue en pie esa idea o el momento no lo aconseja?**

Si bien se estableció un horizonte temporal para la venta, no se fijó un plazo estricto. Sí hemos fijado un precio y no venderemos por menos.

• **¿Qué previsiones maneja para 2010?**

Es pronto para poder hacer previsiones a dos años. ● LC.

Café & Té y los helados

En el año 2007 (Restauración News lo adelantó en su momento), Café & Té llegaba a un acuerdo estratégico con la marca Giangrossi para incluir corners dentro de sus cafeterías. Ahora, casi dos años más tarde, la firma presidida por Gustavo Ron ha vuelto a apostar por el producto más veraniego, el helado, con una nueva alianza, esta vez con la firma catalana Ice Cream Valley. Mediante esta alianza, la firma incluirá en sus cafeterías corners y quioscos de Ice Cream Valley, pero la cosa no se quedará ahí. Por otra parte, al cierre de esta edición, desde Café & Té está estudiando varias formas de colaboración con Unilever, que pueden variar desde la elaboración de un producto exclusivo de esta firma para la enseña de Coffee Shops hasta la instalación de corners de sus redes de heladerías, Ben & Jerry's y Carte d'Or. ● I.C.

desplazarse a los países productores, seleccionar las cosechas y supervisar el proceso de molido y tostado del café, garantizando así la calidad del producto que se sirve en los locales; además, esta política ha estado reforzada por una estrategia de formación continua de los trabajadores, así como de compras que ha incluido el hacerse con marcas menores cuyos locales pasaron a engrosar los números de la compañía: Niccola, Kilimarjaro, California, Florida, Café del Mercado, El Tostadero, La Guagua o Kroxan que fue precisamente la enseña que le abrió a Café & Té el camino a la franquicia.



Alberto Cameron

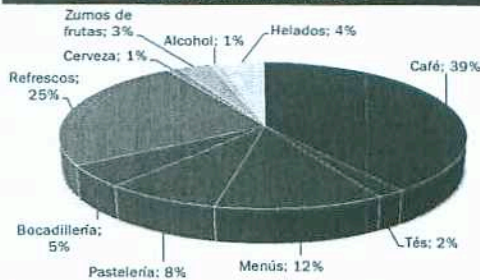
Así, el crecimiento ha sido continuo, como se ha resalta y, dentro de las previsiones para los próximos años, éstas pasan porque este mismo 2009 se proceda a la apertura de once nuevos locales en propiedad y ocho más franquiciados en distintas localidades españolas. Para llevar a cabo dicho plan, la compañía estima que será necesaria una inversión superior a cuatro millones de euros, en los que se incluye también el presupuesto para la renovación de algunos locales ya existentes. De esta forma, la marca espera haber concluido el ejercicio 2010 con una red formada por más de 175 establecimientos de los que aproximadamente un 70% serán locales propios; el resto operarán en régimen de franquicia.

Innovación en franquicia

La introducción de Café & Té en el mundo de la franquicia se produjo a comienzos de 2008 tras la compra de Kroxan, que incorporaba locales que operaban en dicho régimen. Además, tras ésta se superaba la barrera de lo cien establecimientos activos, lo que conllevaba estar en disposición del know how necesario para que tanto los locales propios como los recién incorporados franquiciados –y los que hubieran de llegar– tuvieran la certeza de estar incorporándose a un negocio consolidado que, además, a partir de ese momento añadía un concepto de franquicia con aspectos innovadores en lo que respectaba a la realidad del sector.

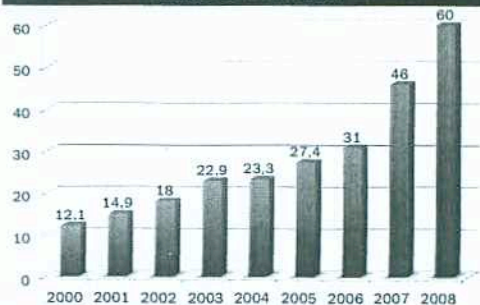
Una de las innovaciones de Café & Té como franquiciador consiste en la opción de 'recompra' que la cadena ofrece al franquiciado por la cual, si pasado un tiempo el franquiciado no desea seguir en el mercado, la compañía le recompra el negocio. Por otra parte, la firma también promueve el 'efecto neutro' para sus colaboradores, ya que el royalty es el 4% de la facturación anual en concepto de imagen y respaldo de marca, porcentaje que será compensado con los descuentos obtenidos por la central de compras de la propia marca. ● Isabel CANO

Facturación por familia de productos



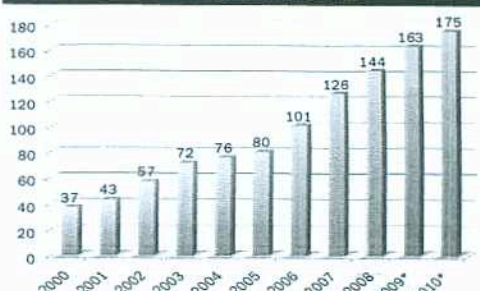
Sobre 60 millones de euros. Fuente: Café & Té Compañía del Trópico

Evolución de la facturación



Datos en millones de euros. Fuente: Café & Té Compañía del Trópico

Evolución del número de locales



*Previsiones. Fuente: Café & Té Compañía del Trópico



Radiografía de

Café & Té

Fecha de Creación: Año 2004
Facturación: 60 millones de euros
Empleados: Aproximadamente 800
Nº de locales: 144 (109 propios y 35 franquiciados)

Cuadro directivo

Gustavo Ron, consejero y accionista fundador
Alberto Cameron, director General
Elsabeth Abelló, responsable de marketing
Ana Casals, directora Financiera

El 47% del capital está en manos del fondo 3i