Publicado en Madrid el 19/09/2019

Grupo Dihme comparte con emprendedores e inversores su nuevo modelo de franquicias de restauración

Daniel Sala, CEO de la cadena, participa en las jornadas 'Emprendedores en Franquicia', foro de debate sobre las claves y estrategias para conseguir y fidelizar clientes

El grupo Dihme, firma española dedicada a la gestión y desarrollo de franquicias de restauración y ocio, ha detallado a emprendedores e inversores las singularidades de su modelo de franquicia dentro del sector de la restauración organizada, en el marco de las jornadas 'Emprendedores en Franquicia' celebradas en Madrid.

El proyecto de Dihme contempla la apertura por toda la geografía española de 60 restaurantes de las enseñas Blue Moon TapHouse y La Sagrada Fábrica, con una inversión total aproximada de 20 millones de euros durante los próximos cuatro años. Su modelo de negocio se basa, en palabras de Daniel Sala, CEO de Dihme, en crear una propuesta de afterwork única, "donde el cliente quiera estar y disfrutar con una oferta cervecera y gastronómica de gran calidad y en un entorno diferente y sugerente, más allá de los estándares de la restauración española".

Sala ha aportado su visión sobre el estado del sector de la restauración, señalando el interés del sector por desarrollar fórmulas más creativas para satisfacer las exigencias de los consumidores. "Se están explorando conceptos con más sentido, con una historia detrás que contar y compartir, centrados en ofrecer una experiencia premium al cliente y apoyados en tecnología, formación y experiencia en gestión empresarial", ha comentado Sala durante su participación en la mesa redonda 'Retos y tendencias en un sector con un menú irresistible de oportunidades'.

Las jornadas, organizadas por la revista Emprendedores, han contado con cuatro mesas temáticas dirigidas principalmente a inversores que buscan diversificar sus opciones, bien entrando en el modelo de franquicia o con modelos multisectoriales. En ellas se ha debatido sobre asuntos tales como contratación de personal, el delivery y la eventual saturación del sector de la restauración y así como la importancia del uso de las RRSS para dar a conocer y potenciar los negocios.

Hostelería y restauración es uno de los sectores más prolíficos y donde mayor número de franquicias existen. Daniel Sala ha destacado que el sector se está reinventando continuamente y, en el área de franquicias "hay muy buenos profesionales que detectan las oportunidades que nos está dando el consumer, construyendo e inventando nuevos conceptos y, lo que es más importante, sabiendo rentabilizarlos".

Sobre las nuevas tendencias, especialmente el delivery, Sala ha señalado que los consumidores están "ampliando sus horizontes hasta límites insospechados". Esta nueva manera de consumir, que

consiste en llevar el restaurante a casa de los consumidores está creciendo de manera exponencial y cada vez son más los establecimientos que implantan este sistema o que se adhieren a las plataformas de reparto.

La jornada ha estado patrocinada por Grupo Cooperativo Cajamar, Carmila, Grupo Eroski y Grupo Dihme y en ella han participado los CEOs y fundadores de algunas de las franquicias más importantes de nuestro país. Entre ellos, Felix Revuelta, fundador de Naturhouse, Juan Pablo Nebrera, CEO de los gimnasios Brooklyn Fitboxing, Javier Carabot, director de Expansión de Grupo Rodilla, o Eduardo Zamácola, CEO de Neck & Neck, entre otros. Todos ellos han coincidido en destacar el potencial que tiene la franquicia dentro de los diferentes sectores económicos y han participado de forma activa en la sesión de networking, donde los asistentes han podido pedirles consejo y asesoramiento sobre las opciones más adecuadas a su experiencia y perfil inversor.

Esta tercera edición de debate sobre franquicias ha puesto especial énfasis en el uso de la tecnología como elemento clave a la hora de ampliar la cartera de clientes. Además, como novedad este año se ha celebrado una mesa redonda específica para analizar las nuevas tendencias en el mundo de la hostelería y la restauración, donde se han abordado asuntos sobre el momento en el que se encuentra el sector, las nuevas tendencias de los clientes, el uso del Big Data y blockchain o la búsqueda de los valores de cada compañía para desmarcarse de sus competidores.

Tras el evento se sirvió un aperitivo acompañado de cervezas La Sagra Premium y Blue Moon Belgian White, dos de los productos estrella de Blue Moon TapHouse y La Sagrada Fábrica, las nuevas redes de franquicia de Grupo Dihme.

Datos de contacto:
Círculo de Comunicación
910001948

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Franquicias Finanzas Gastronomía Madrid Emprendedores Logística Restauración Consumo

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es