



# Dossier de prensa

2018



# **Grupo Vips**

**Un grupo multimarca  
con más de 50 años de  
experiencia en la restauración  
y el comercio en España**

# Índice



## 1. Grupo Vips:

- 1.1 Datos clave
- 1.2 Misión y principios
- 1.3 Plan de transformación
- 1.4 Trayectoria

## 2. Claves de éxito:

- 2.1 Nuestro equipo
- 2.2 Club VIPS
- 2.3 Innovación y transformación digital
- 2.4 Compromiso social
- 2.5 Calidad e I+D+i

## 3. Marcas de Grupo Vips

- 3.1 Casual dining: Vips, Ginos, Fridays y wagamama
- 3.2 Fast casual: Vips Smart
- 3.3 Coffee Shop: Starbucks
- 3.4 Fabricación y distribución de alimentos preparados: British Sandwich Factory (BSF)

## 4. Franquicias

- 4.1 Vips
- 4.2 Vips Smart
- 4.3 Ginos

## 5. Directivos

## 6. Premios y reconocimientos

## 7. Contacto para prensa

## 1. Grupo Vips

### 1.1. Datos clave

Grupo Vips es uno de los grupos multimarca y multiformato líderes del sector de la restauración organizada en España. La compañía gestiona en propiedad o bajo el régimen de franquicia un total de seis reconocidas marcas: **VIPS, VIPS Smart, GINOS, Fridays, Starbucks y wagamama**. Además, Grupo Vips cuenta con una fábrica de sándwiches "Premium", ensaladas y productos para llevar, **BSF**. La empresa suma **más de 450 establecimientos** que atienden a más de 120.000 clientes diarios.

Posee un programa de fidelización pionero y líder en el sector de la restauración, **Club VIPS, con más de 1.300.000** de socios en toda España y cuya App, única en el mercado y lanzada a finales de abril 2015, cuenta ya con **más de 1 millón de descargas**.

Grupo Vips es una compañía de capital privado fundada en 1969. El accionariado de Grupo Vips está compuesto en un 70% por los socios mayoritarios y fundadores, liderados por la familia Arango, y en un 30% por el fondo ProA Capital.

Grupo Vips da empleo a más de 9.600 personas y cerró el ejercicio 2017 con 415 millones de euros de facturación. Por segundo año consecutivo, Grupo Vips figura en el ranking de las compañías con mejor reputación en España, según el RepTrak® España 2018, siendo la única empresa de hostelería destacada en dicho listado.

Más información en: [www.grupovips.com](http://www.grupovips.com)





## 1. Grupo Vips

### 1.2. Misión y principios

Desde sus comienzos, Grupo Vips ha tratado de desarrollar su actividad manteniéndose fiel a un compromiso clave, compartido y asumido por cada uno de sus empleados: **hacer negocio de forma rentable y responsable.**

Grupo Vips es, desde su creación, **un reflejo de esta visión que se ha formalizado en su misión y principios.**

Para lograr el éxito, todas las personas que componen Grupo Vips tienen presente en su labor esta misión: **“Ejercer un liderazgo basado en la excelencia profesional y en la confianza del consumidor”**; y los principios de la compañía:

- Respetar a las personas valorando su diversidad.
- Entender el éxito asociado al trabajo en equipo.
- Conseguir la máxima satisfacción de los clientes.
- Comprender que la rentabilidad es esencial para el presente y para el éxito futuro.
- Contribuir positivamente a la sociedad.

Los valores de Grupo Vips guían el comportamiento de los equipos cada día, en cada decisión, en cada objetivo y en cada relación que se establece.

- Empatía
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Integridad
- Orientación al cliente
- Liderazgo
- Profesionalidad
- Responsabilidad



## 1. Grupo Vips

### 1.3 Plan de Transformación

A finales del año 2009, Grupo Vips inició su **Proyecto de Transformación** con el fin de aprovechar la crisis para reinventarse, ser más competitiva y tener mayor capacidad de crecimiento en los próximos años. Para ello, diseñó un plan articulado en tres pilares:

- Acometer **cambios de tipo organizativo y de eficiencia operativa.**
- Renovar el talento de sus equipos para mejorar la calidad del servicio mediante una **inversión en formación sin precedentes en la historia del grupo.**
- Revisar en profundidad su portfolio de enseñas, combinando la **renovación de algunas de sus marcas con el lanzamiento de nuevos conceptos.**

La empresa asumió, desde el inicio de su Proyecto de Transformación, la necesidad de sacrificar resultados a corto plazo a cambio de establecer unos sólidos cimientos de cara al futuro. Grupo Vips aceleró también la racionalización de su portfolio, incluyendo el cierre de restaurantes no rentables, así como la aceleración de los periodos de amortización y el saneamiento de ciertos activos intangibles.

Por otro lado, el proyecto incluyó **la revisión integral de la propuesta de valor de las cadenas Vips y Ginos.**

La significativa mejora de resultados y de la posición financiera de la compañía confirman lo acertado del Plan de Transformación, a la vez que premia los esfuerzos y sacrificios de los empleados en estos últimos años.



# 1. Grupo Vips

## 1.4. Trayectoria de Grupo Vips

Grupo Vips cuenta con casi cinco décadas de historia en el sector de la restauración y el comercio en España. Una historia de emprendimiento, de innovación y de transformación constantes.

**1969:** Grupo Vips comienza su andadura con la apertura en Madrid de su primer establecimiento, un **Vips**, la marca origen y la que da nombre a la compañía.

**1973:** Grupo Vips entra en el segmento fine dining con la inauguración de la trattoria **Rugantino “Casa Tua”** en Madrid.

**1975:** Tras el éxito de Rugantino “Casa Tua”, Grupo Vips abre una segunda trattoria, **Tattaglia**.

**1982:** Inicio de la **expansión del grupo a nivel nacional** con aperturas de cafetería-restaurante y tienda Vips en Barcelona, Sevilla, Valencia y Zaragoza. En paralelo, la empresa sigue ampliando su portfolio de fine dining con la compra y reapertura del restaurante madrileño de cinco tenedores **El Bodegón**.

**1986:** Creación y apertura de la trattoria **Lucca**. Situado en pleno barrio de Salamanca, el restaurante se convierte rápidamente en un referente de la cocina clásica italiana.

**1987:** Grupo Vips diversifica su portfolio de marcas con el lanzamiento de su cadena de restaurantes italianos **Ginos**. Una fórmula que combina auténtica cocina italiana a un precio asequible y que en seguida alcanza un gran éxito.

**1990:** Apertura del restaurante **Teatríz** en el espacio del antiguo Teatro Beatriz. Diseñado por el prestigioso Philippe Starck, pronto se convierte en un referente de la alta cocina internacional y un símbolo del Madrid moderno.

**1992:** Apertura del primer restaurante **Fridays** en España, en el Centro Comercial la Esquina del Bernabéu, en Madrid, tras un acuerdo de master franquicia con la cadena de origen americano. Con esta apertura, Grupo Vips trae a Madrid la auténtica cocina americana tex-mex así como la coctelería acrobática en un ambiente informal y donde reina la diversión.

**1996:** Creación de **Club VIPs**, el programa de fidelización de Grupo Vips cuyo objetivo principal es premiar y agradecer la fidelidad de todos sus clientes. Club VIPs fue una de las primeras tarjetas de fidelización del cliente creadas en España y pionera en el sector hostelero.

**2001:** En el 2001, el grupo sigue apostando por el desarrollo de su línea de fine dining con la apertura de dos nuevos establecimientos en Madrid. Por un lado, **Iroco**, ubicado en el barrio de Salamanca y especializado en cocina internacional de fusión, se hace rápidamente famoso por su espectacular terraza-jardín. Por otro, **Bice**, ubicado en la Calle Génova, un restaurante de alta cocina italiana con toques milaneses.

**2002:** Apertura de los dos primeros **Starbucks** en España, en la Plaza de Neptuno y en Ortega y Gasset, ambos en Madrid. Llegan de la mano de Grupo Vips mediante un acuerdo de joint-venture al 50% con Starbucks Coffee International.

**2004:** Apertura del **primer Starbucks en Francia**, en Avenue de l’Opéra, París, también de la mano de Grupo Vips y mediante acuerdo de joint-venture.

## 1. Grupo Vips

**2005:** Grupo Vips compra The Wok y desarrolla la cadena en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla.

Este mismo año, **Plácido Arango García-Urtiaga es nombrado Presidente y Consejero Delegado de Grupo Vips y sucede a su padre, Plácido Arango Arias, el fundador de la compañía.**

**2006:** Grupo Vips, hasta ahora gestionado al 100% por la familia Arango, abre su capital a **Goldman Sachs Capital Partners** – filial de inversión privada de Goldman Sachs –, que adquiere el 30% de la empresa.

**2008:** Entrada en el mercado luso del grupo con el lanzamiento del primer **Starbucks en Portugal**, en la ciudad de Lisboa.

Este mismo año, el grupo inaugura la **British Sandwich Factory (BSF)**, su propia fábrica premium de sándwiches, ensaladas y productos para llevar.

**2009:** Grupo Vips **adquiere el 100% de Starbucks en España y Portugal** y se convierte en socio licenciatario exclusivo; y vende su participación en Francia.

Este mismo año, abre su **primera franquicia Ginos** en la calle O'Donnell de Madrid. Esta cadena, hasta entonces exclusivamente desarrollada en propiedad por parte del grupo, se convierte en la marca elegida por la empresa para iniciarse en el mundo de la franquicia.

A finales de 2009 la empresa inicia su **Proyecto de Transformación** con el fin de reinventarse, ser más competitiva y tener mayor capacidad de crecimiento en los próximos años. El proyecto incluye la revisión integral de la propuesta de valor de las cadenas Vips y Ginos.

**2010:** Apertura del primer **Vips Smart**, la adaptación “fast casual” de Vips, que ofrece una selección de los platos más icónicos de Vips en un entorno rápido.

Este año también se inaugura **Manzoni**, nuevo “restaurante singular” de alta cocina italiana del grupo, que conjuga lo mejor de la gastronomía del país transalpino con un diseño de vanguardia.

**2011:** Grupo Vips se convierte en el franquiciado exclusivo de la cadena de origen portugués **h3**, un novedoso concepto de hamburgueserías “fast food gourmet”.

También este año, se abre **LAH!**, restaurante especializado en cocina del sudeste asiático, y se reinaugura el restaurante **Teatríz** con motivo de su 20º aniversario, convertido en un multiespacio gastronómico y social.

**2012:** Firma de convenio de colaboración con el **Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA)** con el objetivo de promocionar el conocimiento, la innovación y el uso de los alimentos de la Comunidad de Madrid en sus restaurantes.

**2013:** **Impulso y ampliación del proyecto franquicias** – iniciado en 2010 con su marca Ginos– con la incorporación al mismo de la enseña de mayor notoriedad, Vips Cafetería – Restaurante, así como de su versión Vips Smart.



## 1. Grupo Vips

**2014: Grupo Vips centra su estrategia de negocio en los segmentos de casual dining y fast casual** impulsando el crecimiento de sus cadenas Vips, Vips Smart, Ginos, Starbucks, Fridays y The Wok.

En esta línea, decide cerrar la mayoría de sus restaurantes de "Fine Dining" como LAH, Teatríz, El Bodegón, Bice y Manzoni.

**2015: Grupo Vips continúa con su estrategia de crecimiento vía franquicias** con sus tres marcas Vips, Vips Smart y Ginos.

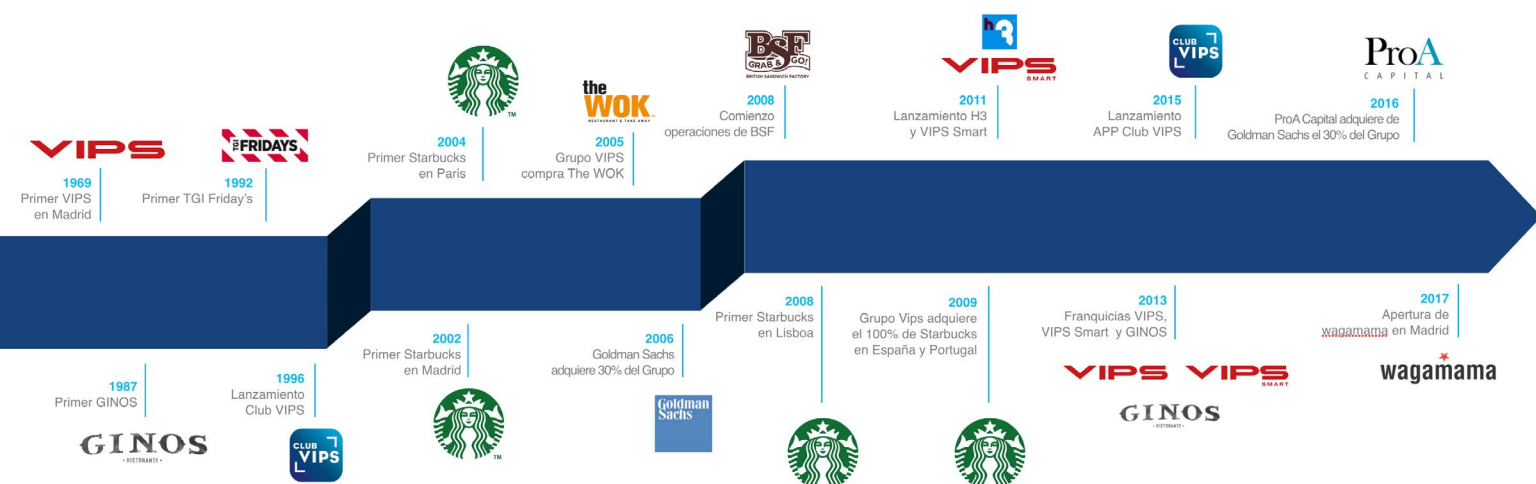
En abril, Club VIPS, el programa de fidelización de Grupo Vips, cumple 18 años y para celebrarlo, la compañía presenta el **nuevo Club VIPS**, con el lanzamiento de una APP innovadora, gratuita y multimarca que busca sustituir a la tradicional tarjeta de Club VIPS. Única en el sector, supera ya las 700.000 descargas.

Continuando con su estrategia de priorizar el desarrollo de sus cadenas, Grupo Vips traspasa su restaurante Iroco.

**2016: Grupo Vips abre el primer Starbucks de Andorra.**

Este mismo año, **ProA Capital adquiere el 30% del accionariado de Grupo Vips**, hasta entonces en manos de Goldman Sachs Capital Partners. Adicionalmente, se anuncia una ampliación de capital de 41,5 millones de euros, de ellos 12,5 como aportación dineraria, para potenciar el crecimiento de Grupo Vips y sus marcas.

**2017: Grupo Vips abre el primer wagamama de España.**





## Claves del éxito

Las señas de identidad de Grupo Vips son su equipo humano, el mayor activo de la compañía; Club VIPS, el primer club de fidelización del sector; la apuesta del grupo por la innovación, la transformación digital, la calidad y el I+D+i, y el histórico compromiso de la compañía con la sociedad

## 2. Claves del éxito

### 2.1. Nuestro equipo

El equipo humano es el mayor activo de Grupo Vips. Para la compañía, es prioritario ofrecer a sus empleados oportunidades de desarrollo personal y profesional, cuidar de su seguridad y generar compromisos entre todos. Para ello, enfoca su relación en varias dimensiones:

- **Conciliación:** Con medidas como el trabajo a la carta (elegir cuándo, cuánto y dónde trabajar), posibilidad de hacer horas complementarias y disfrutar de un amplio plan de compensación flexible y un programa de descuentos especiales.
- **Integración socio laboral y generación de empleo:** uno de los ejes fundamentales de la Responsabilidad Corporativa de Grupo Vips. Desarrollado en programas de formación con compromiso de contratación, de inserción laboral de personas desempleadas, de integración laboral dirigida a personas en situación de riesgo social y de programas de prácticas.
- **Formación y desarrollo de talento:** Grupo Vips ofrece itinerarios formativos vinculados con las necesidades individuales de desarrollo y crecimiento de cada persona. Para ello, cuenta con planes de promoción interna y un centro propio de formación.
- **Comunicación:** La comunicación fluida y accesible entre todos los empleados es un valor que se fomenta generando canales de comunicación bidireccionales que promuevan y faciliten el diálogo entre todos. Entre estos canales, en 2013 se lanzó el Club del Empleado, un canal interno a través del cual el empleado tiene acceso de manera transparente a todas las políticas y comunicaciones relevantes de la empresa, noticias, aplicaciones de uso propio, planificación y relación administrativa con la empresa.
- **Seguridad del empleado:** Proporcionar entornos y procesos de trabajo libres de riesgos, es fundamental. Para ello, en 2014 se actualizaron todas las políticas de actuación, normas y procedimientos encaminados a integrar de modo efectivo la prevención de riesgos laborales en todas las áreas de la compañía.





## 2. Claves del éxito



### 2.2. Club VIPS

La tarjeta de Club VIPS nació en 1996, siendo **una de las primeras tarjetas de fidelización del cliente creadas en España**. Tuvo desde el primer momento como objetivo principal premiar y agradecer la fidelidad de todos los clientes del grupo. Hoy, Club VIPS cuenta con **más de 1.300.000 de socios activos** procedentes de todas las provincias españolas.

En 2015 con motivo del 18 aniversario de Club VIPS, y en su continua apuesta por la innovación y la tecnología, Grupo Vips lanzó un renovado programa de fidelización mucho más moderno, cercano y diferencial, con más ventajas y nuevos beneficios para sus socios.

De esta forma, Club VIPS se sumó a la era de la movilidad y puso en el centro de su estrategia una innovadora herramienta dentro del sector de la restauración y de los programas de fidelización, una **App gratuita y multimarca que ya cuenta con más de 1 millón de descargas**.

Al descargarse la App, el socio puede seguir disfrutando de las **promociones y beneficios** tradicionales de Club VIPS. Además, y como gran novedad, ofrece **servicios exclusivos** como EuroVips y promociones en el móvil, geolocalización, botón Wi-Fi para navegar gratis en los más de 450 restaurantes de Grupo Vips, monedero Club VIPS, que permite tener siempre disponible dinero y recargar a otras personas, o la posibilidad de hacer pedidos desde el móvil y pagar de forma más rápida con un solo click.

La App Club VIPS es gratuita, desarrollada para smartphones y disponible en App Store para iOS y en Google Play para Android. Aglutina a todas las marcas que componen Grupo Vips y su uso es válido en toda España.

## Club VIPS

El programa de fidelización pionero y líder del sector



## 2. Claves del éxito

### 2.3. Innovación y transformación digital

**La innovación en Grupo Vips es transversal, multifuncional y está profundamente integrada en la estrategia de negocio de todas las marcas.**

Todas las áreas del grupo han sido sometidas a un **proceso de digitalización continuado**, parcial o completo, poniendo al cliente permanentemente en el centro de las decisiones. El punto de venta y los departamentos de operaciones, marketing, RRHH, calidad, finanzas, tesorería, administración, compras y logística; son algunas de las áreas que han apostado en firme por su digitalización.

Grupo Vips entiende que la digitalización de la empresa es una necesidad y condición clave para poder seguir siendo un actor de peso en el mercado. El proceso de digitalización es esencial para estrechar la relación y la comunicación directa con los clientes y palanca para contribuir a la mejora de la experiencia en cada enseña. Ya que el cliente (externo o interno) está siempre al centro de esta transformación, hacerle la experiencia lo más simple, relevante y satisfactoria posible está en el corazón del objetivo de la digitalización global.

La **digitalización en el punto de venta** se materializa mediante la implantación de infraestructuras de POS. Unas herramientas que, entre otras funcionalidades, permiten al cliente el pago vía móvil o contactless, y ofrecen servicio de wifi gratuito al que el usuario se puede conectar vía tres tipologías de acceso distintas (ticket, Facebook ID o Club VIPS), teniendo los socios conexión ilimitada.

Así mismo, el **departamento de RRHH** ha realizado una profunda digitalización en los últimos años con potentes activos digitales para enriquecer su labor más tradicional. Así, el área de Selección cuenta con un canal de empleo digital mediante el cual se recluta casi el 100% de los puestos para la Operación, apoyándose en un potente TRM diseñado ad hoc para filtrar a los candidatos en función de una serie de capacidades y competencias afines con el puesto.

Por otro lado, la presencia de la mayoría de las marcas de la compañía en **redes sociales** es un activo clave de la digitalización en el ámbito del marketing. Las redes sociales son el eje fundamental de la nueva tipología de relación que se ha establecido entre marca y cliente. **Grupo Vips suma más de 4.000.000 usuarios en redes**, con los que mantiene una relación directa e inmediata, totalmente bidireccional, que supone la prolongación y amplificación de las interacciones que ocurren a diario en los puntos de venta.





## 2. Claves del éxito

### 2.4. Responsabilidad corporativa

El objetivo de la Responsabilidad Corporativa en el grupo es la creación de **valor sostenible y rentable**: aportar soluciones a problemas sociales a través de estrategias integradas con el negocio, de forma que la generación de valor de la empresa se oriente hacia la sociedad. Para ello, Grupo Vips se involucra en los entornos en los que opera, evolucionando de la acción social a la participación en la comunidad, formando parte de esta.

Con la experiencia y aprendizaje de los últimos años, se ha diseñado un nuevo Plan Director 2015 – 2017 con el objetivo de cumplir los compromisos a largo plazo con todos los grupos de interés.

**Los objetivos de este nuevo Plan Director se centran en:**

- Crear valor para los trabajadores de Grupo Vips, desarrollando sus competencias, su potencial y compromiso
- Seguir aportando soluciones prácticas a necesidades concretas del entorno, logrando una mayor involucración de todos los grupos de interés
- Consolidar e impulsar sinergias entre los diversos programas de formación y acceso al empleo
- Avanzar en los procesos de respuesta a las necesidades del cliente, logrando la excelencia en la calidad

**Estos objetivos se articulan en torno a cuatro ejes de actuación:**

- **Oportunidades de empleo:** Uno de los objetivos principales de Grupo Vips es contribuir a mejorar la empleabilidad de personas con dificultades de acceso al mundo laboral, así como generar oportunidades reales de empleo e inserción de la mano de la experiencia de los equipos y colaboradores del grupo.
- **Hacer comunidad:** Los programas de voluntariado corporativo de Grupo Vips buscan impactar y ofrecer soluciones concretas en los lugares donde se encuentran los restaurantes y tiendas, detectando necesidades y estableciendo proyectos con entidades sociales del entorno.
- **Alimentación saludable:** Grupo Vips participa en el fomento de una alimentación y hábitos saludables, trabajando de manera permanente en su oferta gastronómica, los ingredientes y los procedimientos de elaboración, ofreciendo alternativas de elección a cada cliente.
- **Impacto medioambiental:** Grupo Vips fomenta un comportamiento eficiente y respetuoso con el medio ambiente en las actividades desarrolladas en sus restaurantes, tiendas y en la British Sandwich Factory.

Compromiso	Resultados	2017	2016	2015
Aumentar la involucración y participación de los equipos en sus comunidades	Horas de voluntariado	3.027	2.665	1.327
	Personas voluntarias	851	606	361
	Donaciones por venta de productos solidarios	117.294 €	138.862 €	76.262 €
Continuar con el compromiso de integración socio - laboral de personas en riesgo de exclusión	Personas en riesgo contratadas	317	393	260
	Compras a CEE	5.031.660,35 €	4.753.081 €	4.626.492 €
Implementar un programa integrado para mejorar la formación y la empleabilidad de los jóvenes	Jóvenes en formación o prácticas	823	447	413
	Sesiones de orientación	34	41	20
Disminución del impacto medioambiental y mejora de la eficiencia energética	Gwh consumidos a unidades comparables	44 Gwh.	45 Gwh.	47 Gwh.
	Ahorro peso envases	375,4 Kgs.	3,6 T.	1,6 T.
	Aceite reciclado	139.200 l.	135.915 l.	152.710 l.

## 2. Claves del éxito

### 2.5. Calidad e I+D+i

Grupo Vips cuenta con un equipo multidisciplinar de **Calidad, Investigación y Desarrollo** de Producto, que participa en todos los procesos de creación de los nuevos platos. La excelencia en los estándares de calidad y seguridad alimentaria está garantizada gracias a un **sistema pionero en España de auditoría**, que combina tanto procesos propios como certificaciones externas.

En colaboración con el departamento de I+D, cada una de las marcas de Grupo Vips cuenta con un equipo propio de innovación que investiga y desarrolla constantemente nuevas recetas, siempre conectados con las últimas tendencias culinarias en todo el mundo.

Las claves de la calidad y en I+D+i son:

- **Investigación constante:** de nuevos productos, nuevos equipamientos y tecnologías disponibles, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.
- **Desarrollo:** el equipo de I+D trabaja mano a mano con los chefs propios de cada marca para desarrollar los nuevos platos de forma eficiente, garantizando la máxima calidad y seguridad.
- **Seguridad y calidad alimentaria:** Grupo Vips supervisa cada ingrediente, “de la granja a la mesa” de sus clientes. Audita y evalúa a todos sus proveedores, que deben seguir los procesos internos de calidad y formación marcados por el grupo.
- **Innovación:** eje fundamental de cada una de las marcas de Grupo Vips. Cada año, los chefs ejecutivos prueban y evalúan cientos de recetas en la cocina experimental de Grupo Vips.

## Cocina Experimental

El centro de innovación hostelera de Grupo Vips es el lugar desde el que los chefs ejecutivos de cada marca elaboran cientos de recetas cada año y donde los equipos de calidad e I+D+i investigan nuevos productos, equipamientos y tecnologías



## Marcas de Grupo Vips

La variedad de la oferta de Grupo Vips es un factor clave de su éxito. Casi cinco décadas dedicadas al sector de la restauración y el comercio, marcadas por el dinamismo, la pasión y la ambición de superar día tras día las expectativas de sus clientes.

The logo for VIPS, featuring the word "VIPS" in a bold, white, sans-serif font centered on a solid red rectangular background.The logo for GINOS, featuring the word "GINOS" in a large, black, serif font, with "•RISTORANTE•" in a smaller, black, sans-serif font centered below it, all on a light beige background.The logo for wagamama, featuring the word "wagamama" in a white, lowercase, sans-serif font, with a small red star above the letter 'a', all on a solid black background.

### 3. Marcas de Grupo Vips

#### Distribución del portfolio por segmento

**Grupo Vips se caracteriza por la variedad de su oferta**, que incluye propuestas de restauración fast casual y casual dining.

Repartidas por todo el territorio nacional, y en el caso de la cadena Starbucks Coffee también en Portugal y Andorra, estas enseñas están reconocidas por su buena relación calidad-precio y ofrecen a los clientes un gran abanico de posibilidades de consumo afín a sus necesidades, bolsillos y gustos.



### 3. Marcas de Grupo Vips

#### Portfolio de marcas y número de locales por marca

UNIDADES PROPIAS	2017	2016	2015
VIPS	83	81	83
VIPS SMART	11	3	3
GINOS	84	75	75
FRIDAYS	15	13	12
TIENDAS VIPS	9	25	25
STARBUCKS ESPAÑA	104	89	80
STARBUCKS PORTUGAL	12	9	9
WAGAMAMA	4	0	0
THE WOK	0	6	6
FINE DINING	0	2	3
<b>TOTAL PROPIAS</b>	<b>322</b>	<b>304</b>	<b>296</b>
FRANQUICIAS			
FRANQUICIAS VIPS	15	14	13
FRANQUICIAS VIPS SMART	18	18	14
FRANQUICIAS GINOS	31	21	19
FRANQUICIAS STARBUCKS ESPAÑA	19	12	10
FRANQUICIAS STARBUCKS PORTUGAL	2	2	2
<b>TOTAL FRANQUICIAS</b>	<b>85</b>	<b>67</b>	<b>58</b>
<b>TOTAL</b>	<b>407</b>	<b>371</b>	<b>354</b>



## 3. Marcas de Grupo Vips



### 3.1. Casual Dining

#### Vips

Vips es una marca de restauración de origen español perteneciente a Grupo Vips que propone una amplia variedad de platos de **cocina internacional para todos los gustos**, con un **amplio horario de atención al público** los 365 días al año.

En 2014, Vips llevó a cabo una **reforma integral**, fruto de un proceso de transformación que acomete con el objetivo de evolucionar, modernizar y potenciar su imagen y atributos diferenciales. Así, se renovó tanto la **imagen e interiorismo** de los restaurantes, que vuelven al rojo característico de la marca, como la **oferta** de su carta, la **calidad** de su materia prima y el **estilo de servicio**.

Con una trayectoria de más de **45 años** y más de un centenar de restaurantes-café distribuidos en toda España, VIPS es una **referencia en el sector** de la restauración en nuestro país.

Vips es, desde 2016, proveedor oficial de la **Federación Española de Baloncesto (FEB)** y colabora con el proyecto Universo Mujer, programa integral liderado por FEB en colaboración con el Consejo Superior de Deportes, para la promoción del deporte femenino y de los valores que éste transmite como herramienta de mejora y transformación social.

**Nº de establecimientos:** 98 a cierre de 2017 (83 en propiedad y 15 franquicias)  
Más información en: [www.vips.es](http://www.vips.es)

# VIPS

Buque insignia de Grupo Vips y referente del comercio y la hostelería en España



### 3. Marcas de Grupo Vips

**GINOS**  
•RISTORANTE•

#### 3.1. Casual Dining

##### Ginos

Ginos es una cadena de restaurantes especializada en **auténtica gastronomía italiana** de calidad a un precio muy asequible. Se caracteriza por su cocina hecha en el momento, de sabores intensos, generosa y artesana servida en un ambiente informal y confortable. Su carta ofrece una extensa variedad de platos con excelente relación calidad-precio. La cadena, creada a finales de los años 80 por Grupo Vips, se ha convertido en un referente del sector.

Exclusivamente desarrollada en propiedad por parte del grupo hasta ese momento, Ginos fue la marca elegida por la empresa para iniciarse en el mundo de la franquicia. El primer Ginos franquiciado se inauguró en septiembre de 2009 en Madrid.

En 2012, Ginos inicia la **transformación de sus locales**, implementando un nuevo interiorismo moderno y urbano, inspirado en el espíritu cosmopolita de las ciudades más vanguardistas como Londres o Nueva York, y más alejado de las clásicas trattorias italianas, sin renunciar por ello al **espíritu acogedor y cálido** que siempre ha caracterizado a esta cadena especializada en gastronomía italiana de calidad de Grupo Vips.

Este diseño integra, como gran novedad, un **horno a la vista y una barra en su entrada**, donde los clientes pueden tomar el aperitivo o comer y cenar de forma informal. Esto permite crear un Ginos más versátil y con dos ambientes. La decoración está inspirada en la cocina italiana como lugar de reunión, y ha sido desarrollada por ILMIODESIGN.

**Nº de establecimientos:** 115 a cierre de 2017 (84 en propiedad y 31 franquicias)

[www.ginos.es](http://www.ginos.es)

**GINOS**

**Auténtica comida italo-  
mediterránea en un  
ambiente agradable,  
moderno y cosmopolita**



### 3. Marcas de Grupo Vips



#### 3.1. Casual Dining

##### Fridays

Fridays es la **primera marca de restauración de comida americana del mundo**, con más de 1000 restaurantes en más de 20 países. Presente en España desde 1992 de la mano de Grupo Vips, Fridays es el lugar en el que **“todos los días son viernes”**. Ofrece diversión asegurada y sus míticos platos cocinados al momento con nombre y apellidos, como sus **Ribs con salsa Jack Daniel’s**, sus auténticas hamburguesas americanas al grill con pisos de sabores y un gran surtido de cocktails.

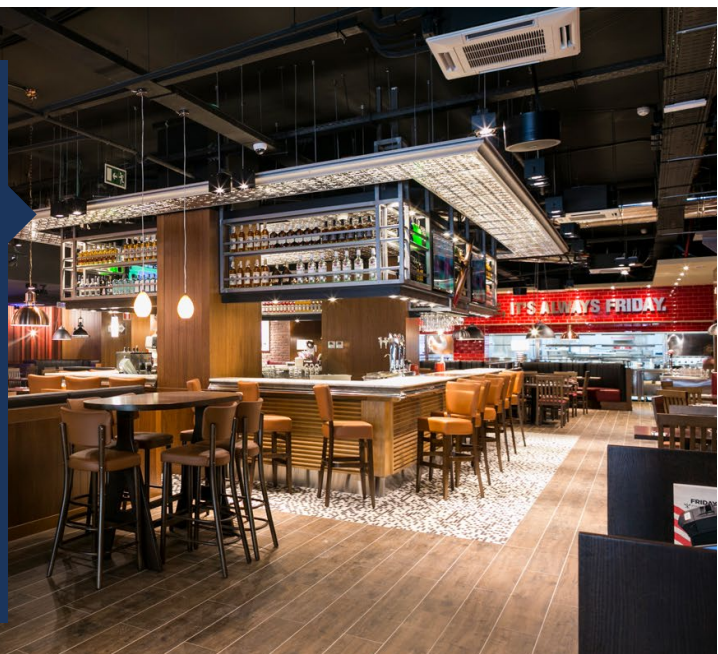
Con un amplio horario con cocina ininterrumpida hasta la madrugada, es además uno de los **Sports Bars** preferidos de los seguidores de los grandes encuentros deportivos, como la NFL, la NBA o la Champions.

**Nº de establecimientos en España:** 15 a cierre de 2017

[www.tgifridays.es](http://www.tgifridays.es) - [www.fridays.com](http://www.fridays.com)

# FRIDAYS

El mejor día de la  
semana es un lugar



### 3. Marcas de Grupo Vips



#### 3.1. Casual Dining

##### wagamama

wagamama es la cadena internacional **líder en el segmento del “Casual Dining” pan-asiático**. Fundada en 1992, opera un total de 158 establecimientos en 18 países y se encuentra en plena fase de expansión tras la firma de acuerdos en Francia, España, Portugal e Italia. wagamama **llega a España por primera vez en abril de 2017** de la mano de Grupo Vips.

wagamama es un concepto de restauración asiático moderno, saludable, en el que cada plato es cocinado a la vista, con una propuesta de **calidad innovadora** y en un **ambiente muy cosmopolita**. El concepto de decoración y atmósfera está inspirado en las tabernas japonesas y su oferta es de las más recomendadas por los amantes del ramen y los noodles.

**Nº de establecimientos en España:** 4 a cierre de 2017

[www.wagamama.es](http://www.wagamama.es) - [www.wagamama.com](http://www.wagamama.com)





### 3. Marcas de Grupo Vips



#### 3.2. Cadenas de “Fast Casual”

##### Vips Smart

A finales del año 2010, Grupo Vips apuesta por una nueva línea de negocio con la creación de Vips Smart, la adaptación del concepto Vips al segmento del **Fast Casual**. En 2013, Vips Smart se incorpora al proyecto de franquicias de Grupo Vips, siendo actualmente el principal modelo de expansión de la marca.

VIPS Smart ofrece una **selección de los platos más icónicos** de la conocida marca de restauración VIPS en formato “Smart”, es decir, servidos directamente en mostrador.

Su amplia variedad de oferta incluye desde platos de tendencia como la hamburguesa veggie, hasta clásicos de la marca como su **Sándwich VIPS Club**, sus famosas **tortitas y batidos** o sus sabrosas **hamburguesas personalizables** con millones de combinaciones.

VIPS Smart se presenta como la opción ideal tanto para los que quieren hacer un rápido descanso, como para aquellos que quieran disfrutar con calma de sus platos favoritos en un **entorno moderno y acogedor**, con refill gratuito de refrescos, wi-fi de alta velocidad y mesas con conectividad para poder cargar los dispositivos móviles.

**Nº de establecimientos:** 29 a cierre de 2017 (11 propios y 18 franquicias)

[www.vips.es/vips-smart](http://www.vips.es/vips-smart)





## 3. Marcas de Grupo Vips



### 3.3. Coffee Shop

#### STARBUCKS

Con tiendas en todo el mundo, Starbucks Coffee Company es el **primer tostador y distribuidor de café en el mundo**. Starbucks Coffee Company ha estado comprometida desde su fundación en 1971 con trabajar con el abastecimiento de materia prima de un modo ético y la producción del mejor café arábica del mundo.

Sus tiendas ofrecen un ambiente relajado en el que disfrutar de sus más de 86.000 variedades de bebidas distintas, preparadas artesanalmente al momento. Un **“third place”** entre el trabajo y el hogar para quedar con amigos, comer o trabajar en un entorno relajado.

De la mano de Grupo Vips, Starbucks llegó por primera vez a España en 2002, a Portugal en 2008 y a Andorra en 2016. Gracias a su excelente acogida y la fidelidad de sus clientes, cuenta hoy con un centenar de locales.

En abril de 2016, Starbucks trae por primera vez a España Reserve, una experiencia nueva y exclusiva que ofrece a los clientes una colección de cafés arábigos únicos, entre los más exóticos del mundo. Pequeños lotes tostados cuidadosamente en **Starbucks Reserve®** Roastery & Tasting Room en Seattle y que sólo están disponibles en tiendas seleccionadas y en ediciones limitadas. En España, Starbucks Reserve está disponible en la tienda Starbucks de Beatriz, en Ortega y Gasset 29.

**Nº de establecimientos ESP:** 115 a cierre de 2017 (104 propios y 11 franquicias)

[www.starbucks.es](http://www.starbucks.es) - [www.starbucks.com](http://www.starbucks.com)

# STARBUCKS

Una experiencia única  
para cada persona



### 3. Marcas de Grupo Vips



#### 3.4. British Sandwich Factory (BSF)

##### Fábrica de sándwiches, ensaladas y productos para llevar de última generación

British Sandwich Factory (BSF) es la **fábrica premium de sándwiches, ensaladas y productos para llevar** de Grupo Vips. Inaugurada en febrero de 2008 en San Agustín de Guadalix (Madrid), combina en cada uno de los procesos de elaboración de sus productos lo mejor de la tradición artesanal con la tecnología más avanzada, manteniendo un compromiso firme y permanente por la innovación y la calidad.

En la actualidad, BSF proporciona sus productos y servicios a **más de 60 clientes profesionales**, con servicio diario a más de 400 puntos de venta entre los que se encuentran empresas líderes en los diferentes canales de distribución, como Travel Channel, Retail, Colectividades, Horeca o Food Service.

El producto BSF destaca por su **carácter fresco, variado, saludable y artesanal**. Su gran capacidad de personalización permite soluciones a medida para cada cliente, además, su permanente innovación (I+D+I) garantiza calidad y novedad a partes iguales, contando siempre con la entrega en 24h.

BSF ofrece también una línea de **productos congelados Premium** que conservan la misma tipología, materias primas de calidad y sello de identidad de la marca.

Para más información sobre BSF: [www.britishsandwichfactory.com](http://www.britishsandwichfactory.com)

# BSF

Especializados en  
la fabricación de  
sándwiches y  
ensaladas premium



## 4. Nuestras franquicias

**VIPS****VIPS**  
SMART**GINOS**  
•RISTORANTE•

### Franquicias Grupo Vips: una oportunidad de negocio

Después de haber crecido durante décadas operando en propio, hasta gestionar una red de más de 400 establecimientos, Grupo Vips decidió en marzo de 2013 impulsar su proyecto de franquicias (iniciado en 2010 con su marca Ginos), incorporando su enseña de mayor notoriedad, Vips Cafetería-Restaurante, así como su versión Vips Smart.

Durante estos últimos años, Grupo Vips ha trabajado en adaptar estas tres exitosas marcas (Vips, Vips Smart y Ginos) de creación propia, al formato de la franquicia. En este sentido, se ha simplificado la operativa, reforzado sus ventajas competitivas mediante la innovación y mejorado su propuesta de valor, renovando la imagen, oferta de producto, ambientación y estilo de servicio de cada una.

Grupo Vips ofrece a sus franquiciados una o varias de sus marcas, diferentes entre sí tanto a nivel de inversión como de concepto y público objetivo. De este modo, se pueden operar un portfolio de enseñas complementarias, sin riesgo de canibalización.

Grupo Vips entiende la franquicia como un modelo dinamizador del espíritu emprendedor y considera que el franquiciado aporta valor añadido a la empresa, enriqueciéndola con su visión de negocio. El franquiciado de Grupo Vips es para la compañía un socio que, además de tener capacidad inversora, se implica en el negocio, es buen gestor y tiene verdadero espíritu emprendedor.

Más información sobre las franquicias de Grupo Vips en: [www.grupovips.com/franquicias-grupo-vips](http://www.grupovips.com/franquicias-grupo-vips).

## FRANQUICIAS

Trayectoria de éxito  
y una propuesta de  
valor optimizada





## 4. Nuestras franquicias

### Datos de la franquicia:

#### VIPS

**Duración del contrato:**

15 años, contados desde la apertura del restaurante

**Canon de entrada:**

30.000 €

**Inversión acondicionamiento local:**

A partir de 600.000 €

**Royalty por uso de la marca Vips:**

5% sobre ventas

**Aportaciones al fondo de Marketing:**

2% sobre ventas



#### VIPS SMART

**Duración del contrato:**

15 años, contados desde la apertura del restaurante

**Canon de entrada:**

25.000 €

**Inversión acondicionamiento local:**

A partir de 450.000 €

**Royalty por uso de la marca Vips Smart:**

5% sobre ventas

**Aportaciones al fondo de Marketing:**

2% sobre ventas

#### GINOS • RISTORANTE •

**Duración del contrato:**

15 años, contados desde la apertura del restaurante

**Canon de entrada:**

30.000 €

**Inversión acondicionamiento local:**

A partir de 500.000 €

**Royalty por uso de la marca Ginos:**

5% sobre ventas

**Aportaciones al fondo de Marketing:**

2% sobre ventas



## 5. Directivos



### PRESIDENTE

#### PLÁCIDO ARANGO

Nieto de inmigrantes españoles, nació y pasó su infancia en México, donde su familia fundó Cifra, empresa que más tarde se convertiría en Wal-Mart México. Estudió en las universidades de Tufts (Boston) y Tübingen (Alemania).

Después de trabajar algunos años en el extranjero, se incorpora al Grupo en 1984, del cual es nombrado Consejero Delegado en 1997 y Presidente en 2005.



### CONSEJERO DELEGADO

#### ENRIQUE FRANCIA

Enrique Francia es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid y diplomado en dirección de empresas (PDD y PADE) por el IESE.

Se incorporó a Grupo Vips en 2008 como vicepresidente económico-financiero y fue nombrado consejero delegado en 2010, cargo que ocupa en la actualidad.

Anteriormente, Enrique trabajó en Grupo Prisa durante 9 años, en donde ocupó diversos puestos de dirección dentro del grupo.

Inició su carrera profesional en Arthur Andersen, donde trabajó durante 10 años especializándose en Consultoría Estratégica y Corporate Finance en el sector de servicios públicos.



## 5. Directivos

**El equipo directivo de Grupo Vips está compuesto por:**

**PRESIDENTE:**

Plácido Arango

**CONSEJERO DELEGADO:**

Enrique Francia

**CONSEJERO:**

Alberto Menéndez

**DIRECTOR GENERAL DE RECURSOS HUMANOS:**

Miguel Ángel García Andrés

**DIRECTOR GENERAL FINANCIERO, DE SISTEMAS Y SUPPLY CHAIN:**

Jesús Soto

**DIRECTORA GENERAL DE VIPS Y VIPS SMART:**

María Jesús García

**DIRECTOR GENERAL DE GINOS:**

Alberto Chamorro

**DIRECTOR GENERAL DE STARBUCKS ESPAÑA Y PORTUGAL, FRIDAYS Y WAGAMAMA:**

Álvaro Salafranca

**DIRECTOR GENERAL REAL ESTATE, FRANQUICIAS, BSF Y TIENDA VIPS:**

Fernando Sánchez

**DIRECTOR COMERCIAL Y CLUB VIPS:**

Carlos Menéndez

**DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL:**

Camille Cochy de Moncan

## 6. Premios y reconocimientos

A lo largo de los años, Grupo Vips ha sido premiada en diferentes ocasiones gracias a su labor comercial y social:

**Año 2018:** El ranking **RepTrak® 2018**, elaborado por la consultora Reputation Institute, destaca a Grupo Vips **entre las 10** de empresas españolas con mejor reputación, la única perteneciente al sector de la restauración.

Starbucks, gana el reconocimiento a la **mejor gestión digital** del sector en los premios **TheBestDigitalRestaurants de Diego Coquillat** en Expo HIP. Fridays, Ginos y Vips también obtuvieron nominación en la categoría de restauración organizada.

**Año 2017:** El programa “**Camino al empleo**” de Grupo Vips es reconocido por Actualidad Económica como una de las **100 mejores ideas empresariales**.

Además, la **Fundación Secretariado Gitano**, dota a Grupo Vips de Mención Especial en su acción de integración laboral de personas gitanas.

Y por último, Grupo Vips es premiado en la **III Edición de los Premios de Restauración Organizada** que entrega Marcas de Restauración, en la categoría Excelencia y Sostenibilidad por su **proyecto sin gluten**.

**Año 2016:** Grupo Vips y sus marcas Vips, Ginos y Fridays, es galardonado con el primer premio de la categoría “Mejor cadena de restauración para celiacos” en la VI edición de los Premios otorgados por la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE). Este premio reconoce el compromiso de Grupo Vips con el colectivo celiaco y la nueva oferta sin gluten presentada en 2016.

Grupo Vips obtiene el premio a la Innovación por su APP Club VIPS en los Premios Nacionales de Hostelería otorgados por la Federación Española de Hostelería (FEHR), que premian a las empresas “consideradas un ejemplo para el sector por su contribución a engrandecer la hostelería y aportar buenos modelos a seguir”.

También este año, la Fundación Randstad premia a Grupo Vips en la categoría de Empresa por su programa integral de acceso al empleo, gracias al cual 260 profesionales en riesgo de exclusión han obtenido un puesto de trabajo.

Además, la Comunidad de Madrid premia a Grupo Vips por su labor como Empresa Socialmente Responsable por el programa “**Camino al Empleo**”.

**Año 2015:** La APP de Club VIPS es reconocida como una de las **50 Mejores Ideas Digitales** por el diario Expansión, es galardonada como la Mejor App Móvil por ‘Marcas de Restauración’ (antes FEHRCAREM) y es incluida en el top ten de m-commerce por The APP Date.

**Nuestro compromiso social ha venido siendo reconocido desde hace más de una década, también por otras prestigiosas entidades e instituciones como como la Comisión Europea, el Gobierno de Colombia, la FEHR, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, la Comunidad de Madrid, Actualidad Económica o la Fundación Bip Bip.**

## 7. Contacto para prensa



### Departamento de comunicación externa de Grupo Vips

Paula Pérez-Gándaras [pperez@grupovips.com](mailto:pperez@grupovips.com)  
Esther Sánchez González [esanchez@grupovips.com](mailto:esanchez@grupovips.com)

[comunicacion@grupovips.com](mailto:comunicacion@grupovips.com)

Teléfono: 91 275 82 00



# **Dossier de prensa**

2018