





**Tele Chef es la cadena de restaurantes,
líder en comida variada a domicilio.**

" El restaurante en casa "



La Marca

Aspectos más destacables

➤ Personalidad del logotipo

- Color amarillo identificativo de marca
- Término "CHEF" se asocia con calidad de producto
- Gorro de cocinero otorga "humanidad" al logo

➤ El claim "el restaurante en casa":

- Acorde con la variedad de productos que ofrece a los consumidores
- Cumple la función de satisfacer a todo tipo de público
- Connotaciones de comida casera (buena, habitual).

➤ Marca internacionalizable



El Producto

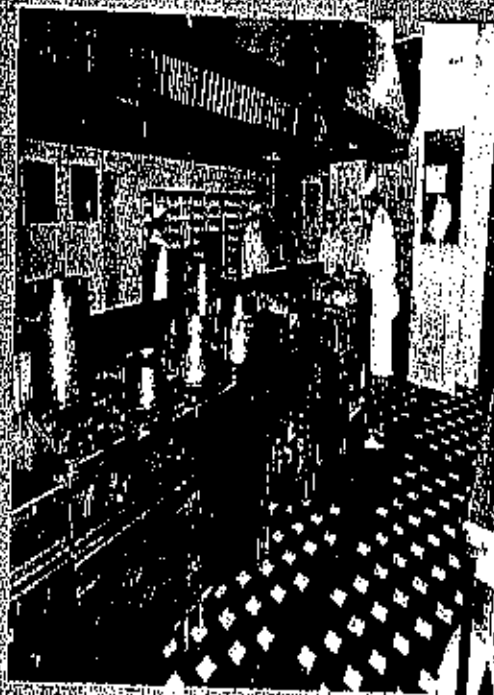
Para todos los gustos y para todos los bolsillos

- Hamburguesas
- Pizzas
- Sandwiches
- Bocadillos
- Ensaladas
- Postres y bebidas
- Platos al grill
- Tex-Mex
- Comida Oriental
- Pollo
- Complementos

Además, disponemos de nuestras especialidades del Chef, menús caseros, platos ligeros y Menú Infantil (Peke Pack).



Las Etapas del Producto



PRODUCCIÓN en Cocina Central



DISTRIBUCIÓN en vehículos propios



REGENERACIÓN en Tienda



SERVICIO AL CLIENTE

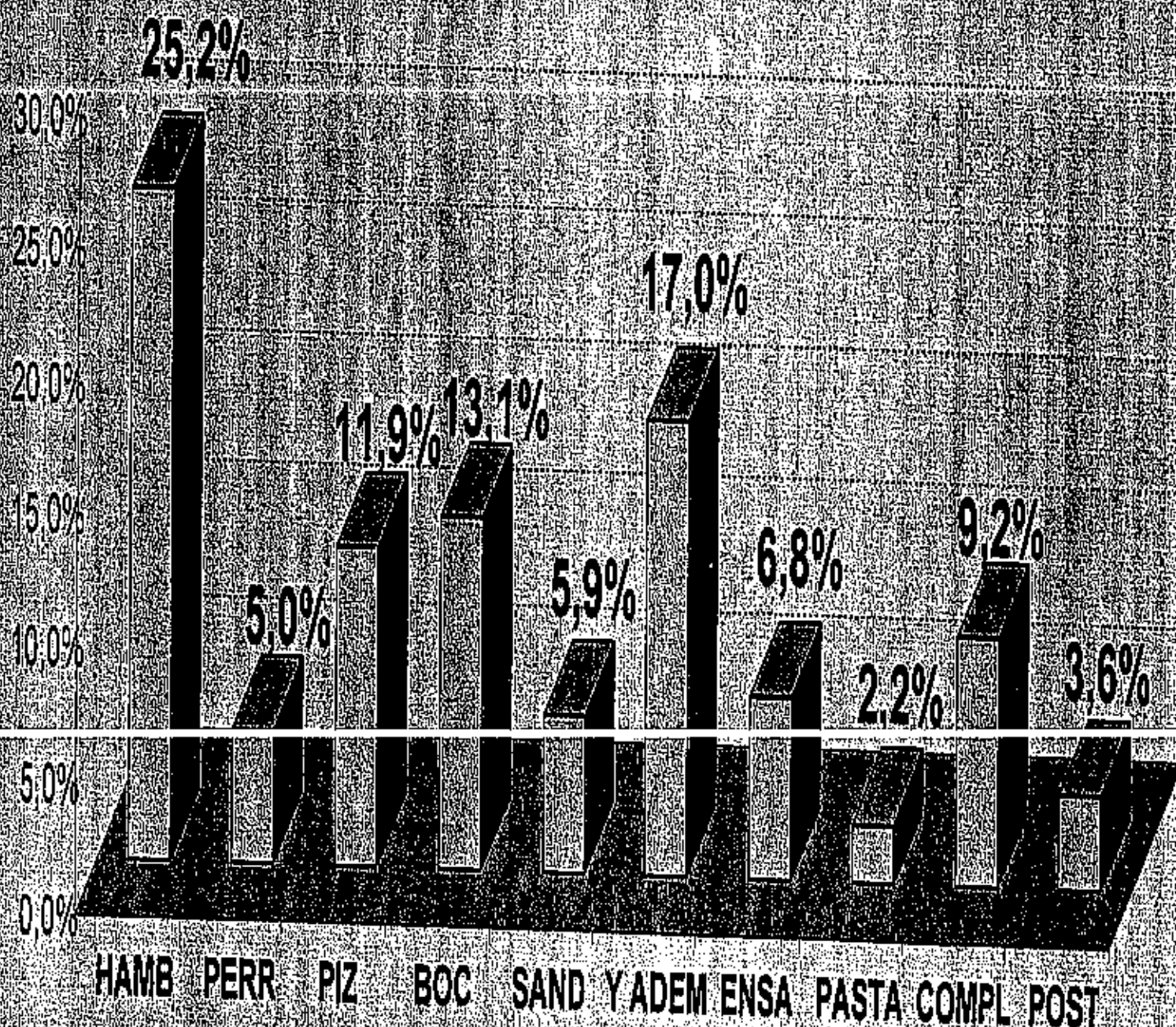




Reparto de producto por familias

Producto

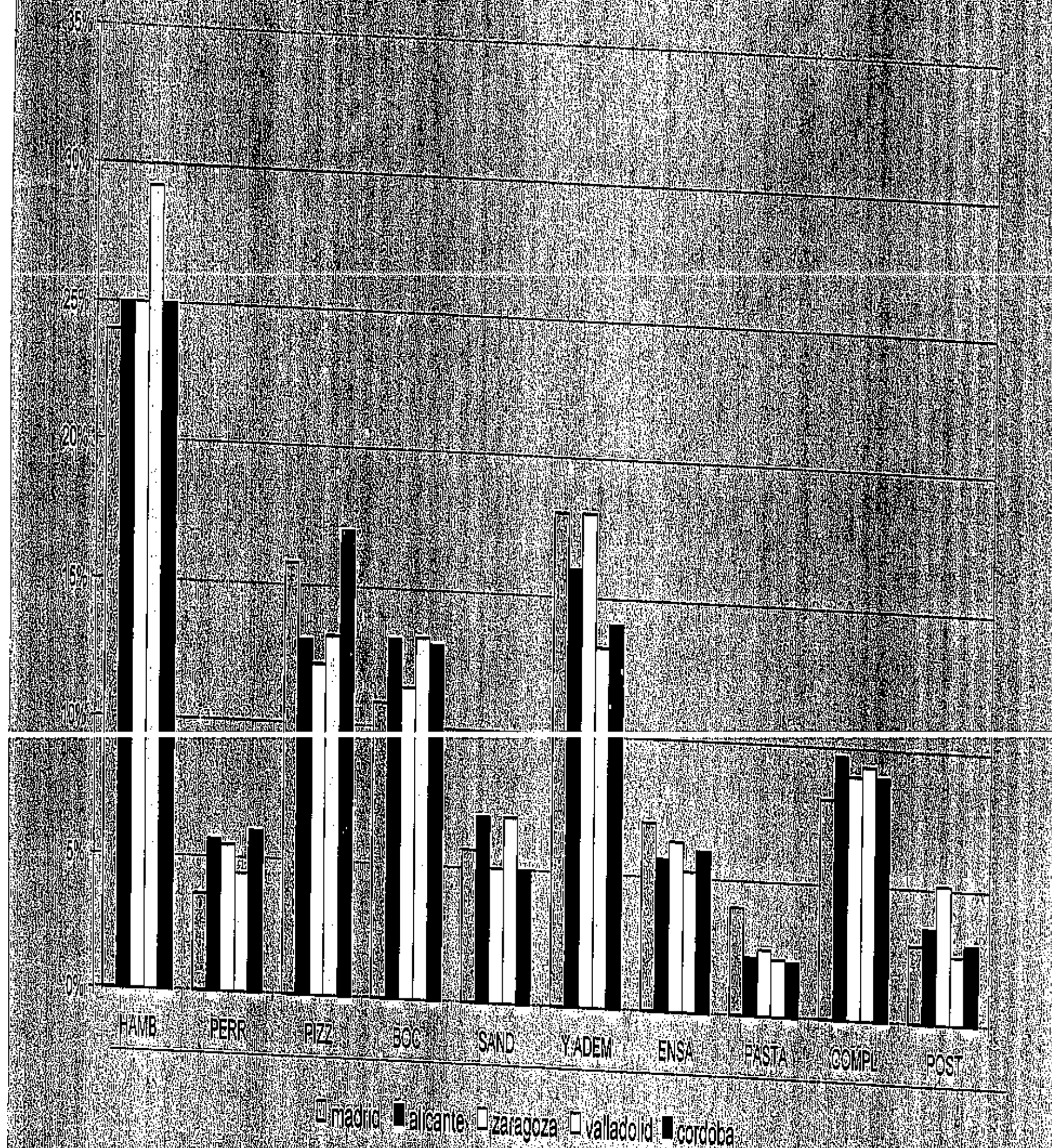
Reparto de producto mensual (% ptas.)





Reparto de producto por provincias

Producto



Estrategia desarrollada durante 1998 vs 1999



1998

1999

Estrategia de Aperturas *Madrid*

Apertura de nuevos mercados en todo el territorio nacional

Tiendas

Localizaciones

Secundarias

Principales

Superficie

100 a 150 m²

200 a 250 m²

Viviendas Atendidas

<=50.000

>100.000

Gestión

Centralizada

Descentralizada en las tiendas (autogestión)

Producción

En Tienda

En Fábrica

Oferta de Producto

Carta de 100 platos

Carta de 40 platos

Logística

Descentralizada

Centralizada desde la fábrica

Control de Gestión

Mensual

Diario en Ventas

Semanal en principales partidas de gasto

Estrategia futuro

Primeras estimaciones

Plan de negocio a 10 años

Sistema de Control de Tiendas



➤ Análisis de la cuenta de resultados de tienda

➤ Venta bruta (sin IVA)

Incluye promociones y descuentos

➤ Venta neta (sin IVA)

No incluye promociones y descuentos

➤ Gastos variables

Dependen directamente de la venta

➤ Gastos fijos

No dependen de la venta

➤ Gastos controlables

Afectados por la gestión del equipo gerente de la tienda

➤ Gastos no controlables

No afectados

➤ Este desglose permite la autogestión por parte del equipo gerente de la tienda, de su propia cuenta de resultados en cuanto a las partidas que controlan de una manera directa (venta y gastos controlables)

➤ La tienda, de esta forma, se hace responsable de los siguientes aspectos:

➤ Nivel de venta

➤ Selección y contratación del personal auxiliar y repartidores

➤ Control de cuponeo

➤ Control de coste de producto y mano de obra variable

➤ Restos de gastos controlables (combustible, uniformes, suministros, etc.)

Plan de incentivos para equipos gerentes



Objetivos:

Ventas: Cumplimiento del presupuesto mensual

Costes: Cumplimiento de los teóricos de:

Producto: Comida + Bebida + Envases

Personal: M.O.V. (auxiliares, repartidores y cuponeadores)

Cantidad destinada a incentivos: 2% venta neta

Condiciones eliminatorias:

Ventas: No alcanzar el 97% del presupuesto

Costes: Desviación superior al 5% sobre los teóricos



Restaurantes en España

1.- Madrid (22 restaurantes)

2.- Valladolid

3.- Bilbao

4.- Barcelona (4 restaurantes)

5.- Valencia (2 restaurantes)

6.- Sevilla (2 restaurantes)

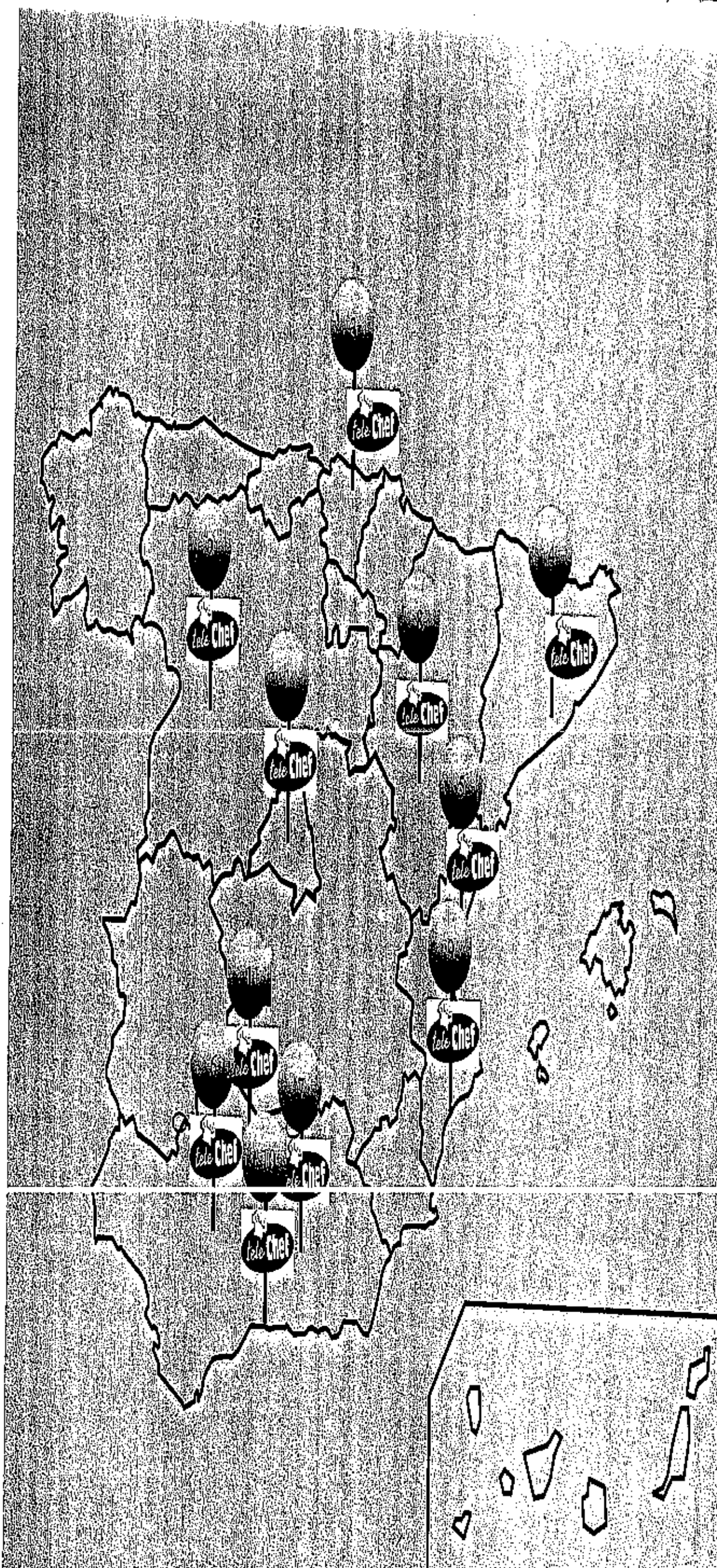
7.- Granada

8.- Zaragoza

9.- Alicante

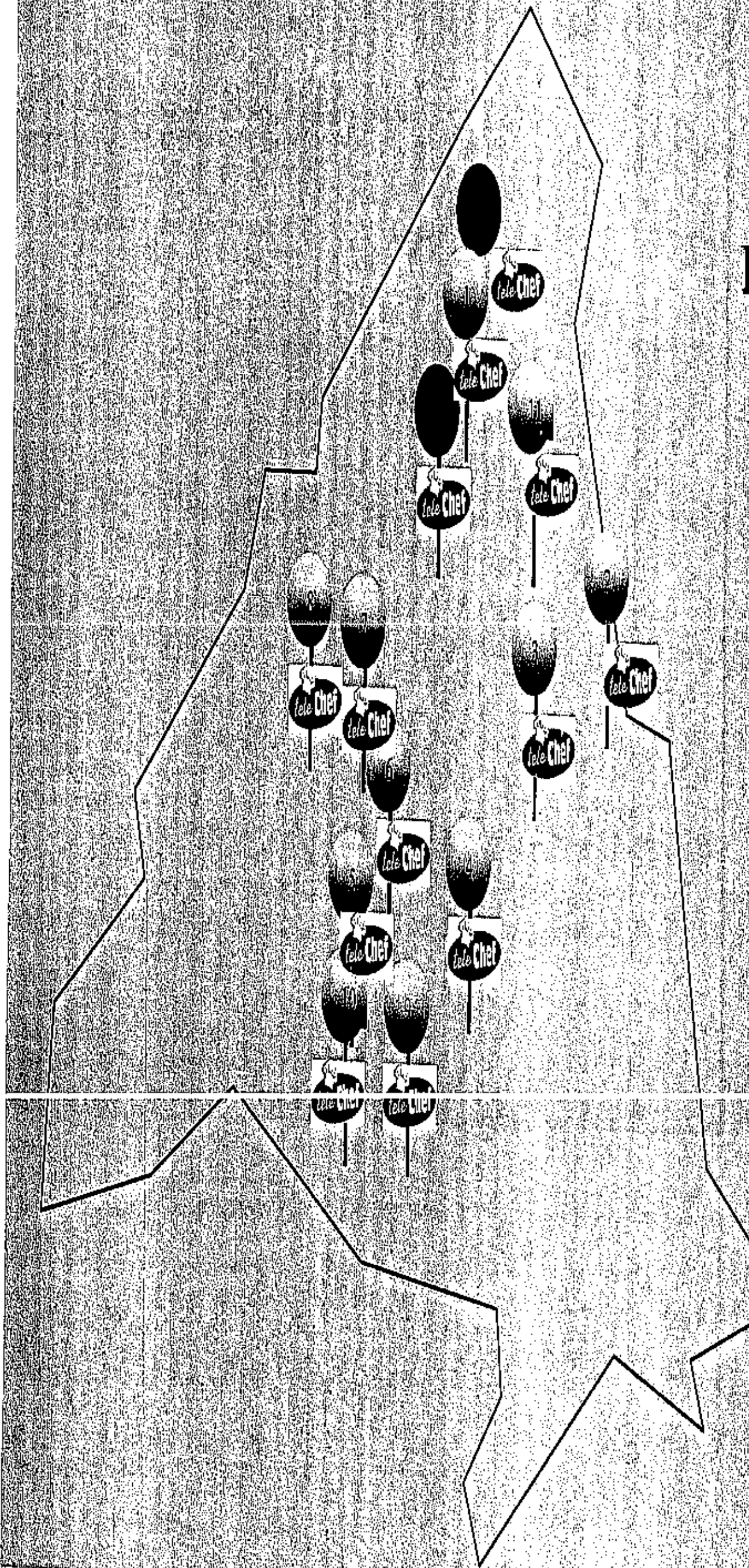
10.- Málaga

11.- Córdoba





Restaurantes en Madrid



1. Alcobendas

2. Alcalá de Henares

3. Coslada

4. Fuenlabrada

5. Móstoles

6. Alcorcón

7. Pozuelo

8. Majadahonda

9. Leganés

10. Getafe

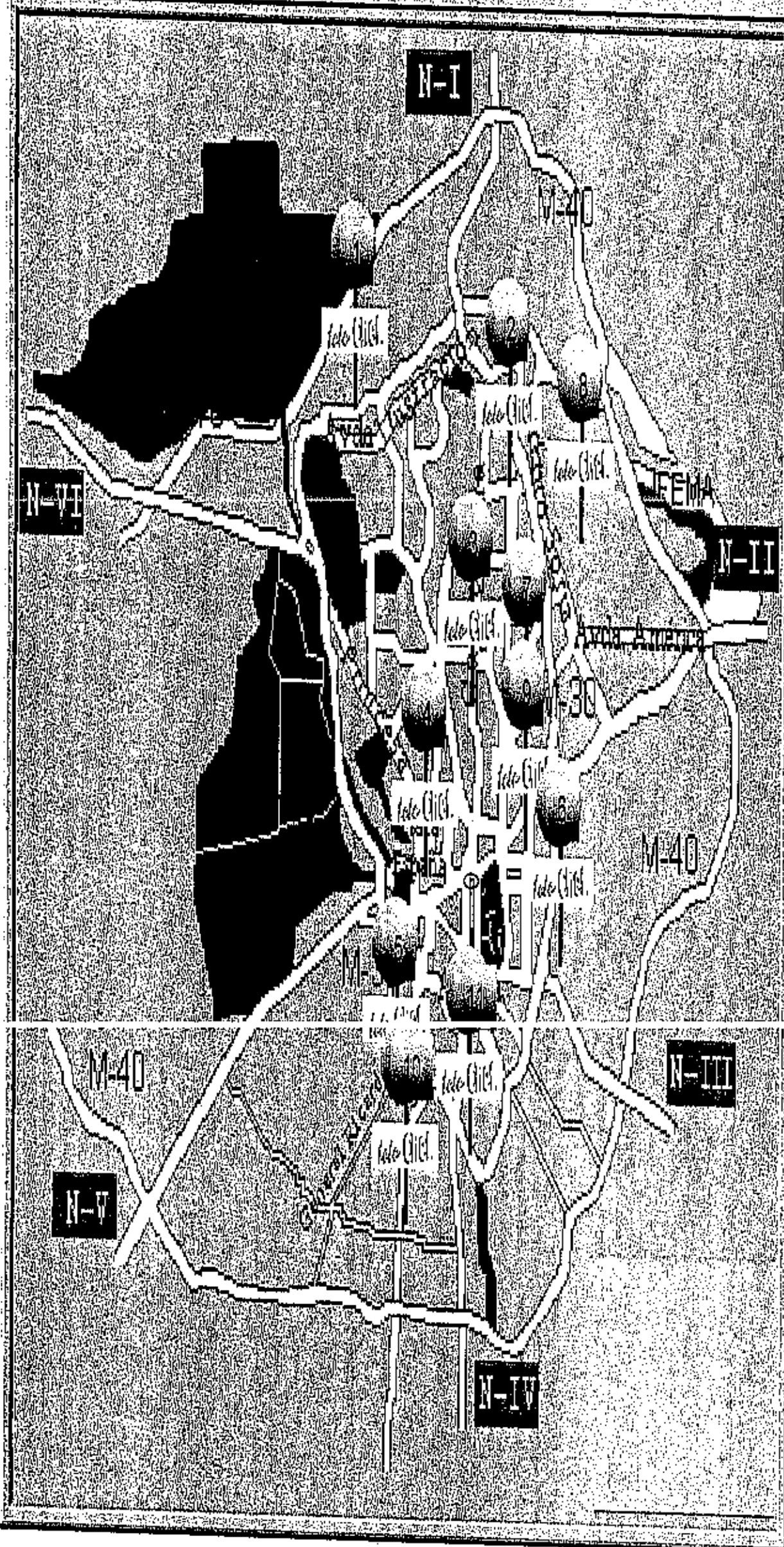
11. Torrejón

Oficinas Centrales

Cocina Central



Restaurantes en Madrid



1- Vaguada

2- Rafael Herrera

3- Windsor

4- Jacomefrezo

5- Carabanchel

6- Vallegas

7- San Blas

8- Hortaleza

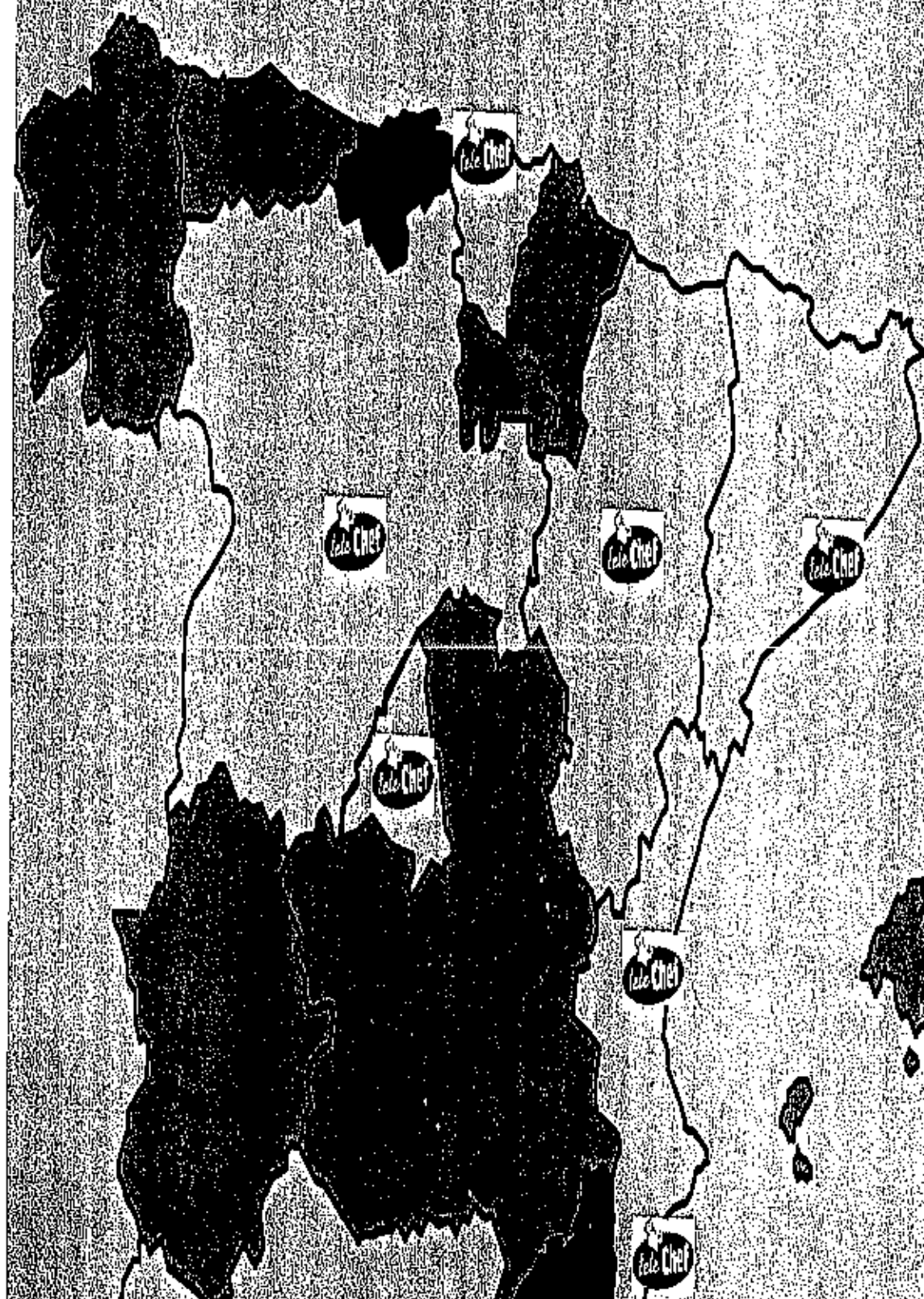
9- Feline II

10- Villaverde

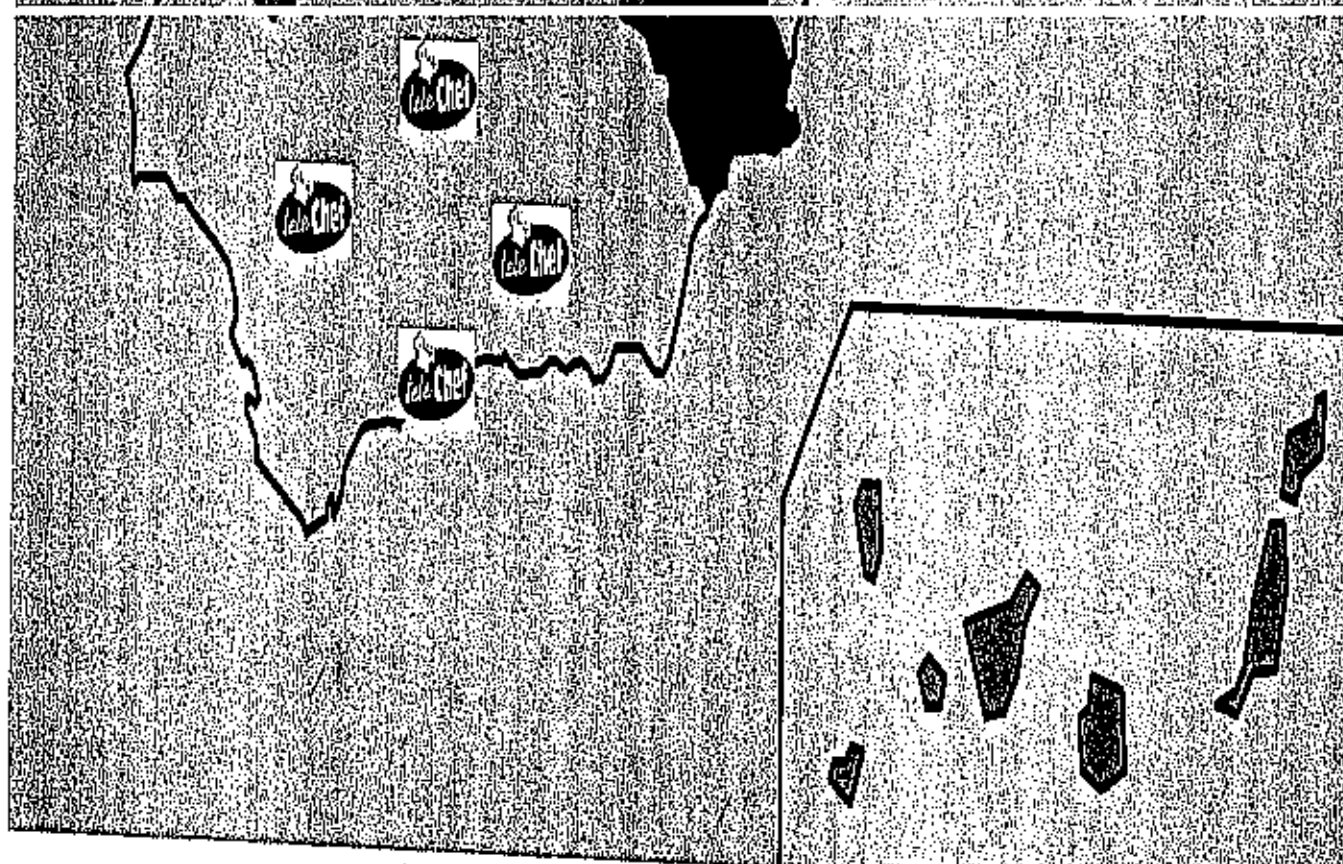
11- Aluche



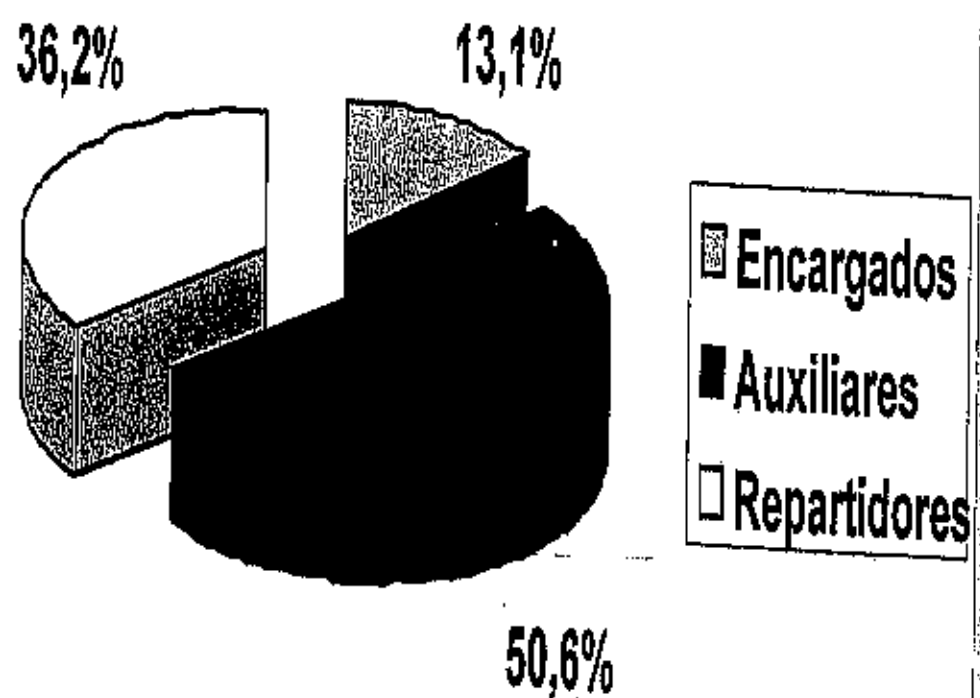
Año 1999



-  Tele Chef actualmente
-  Tele Chef May-Dic '99
-  Ciudades donde está presente Tele Chef

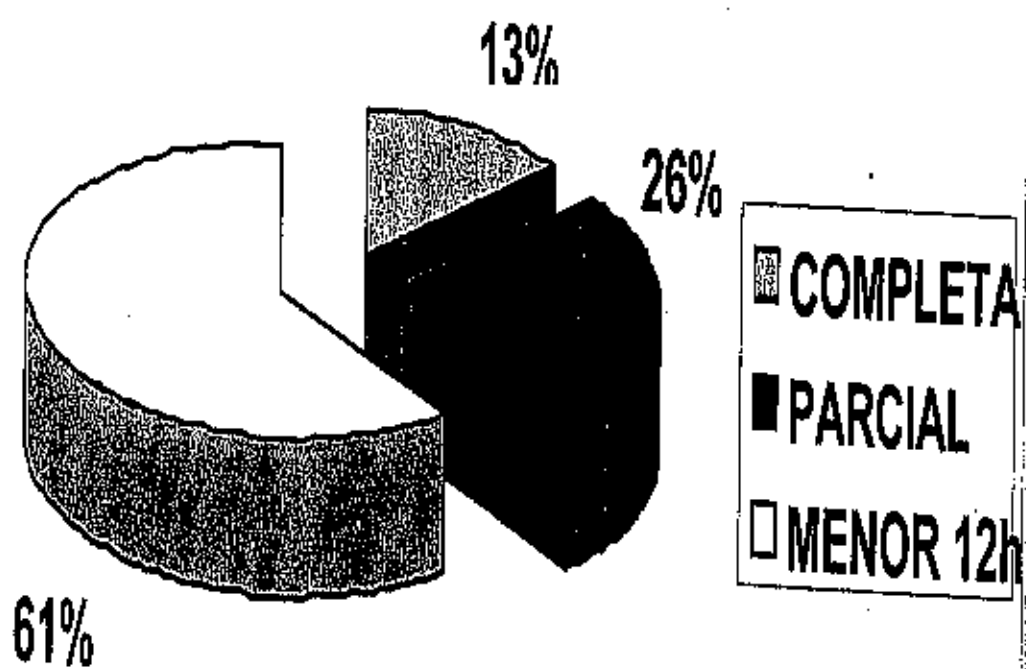


DISTRIBUCION POR PUESTOS



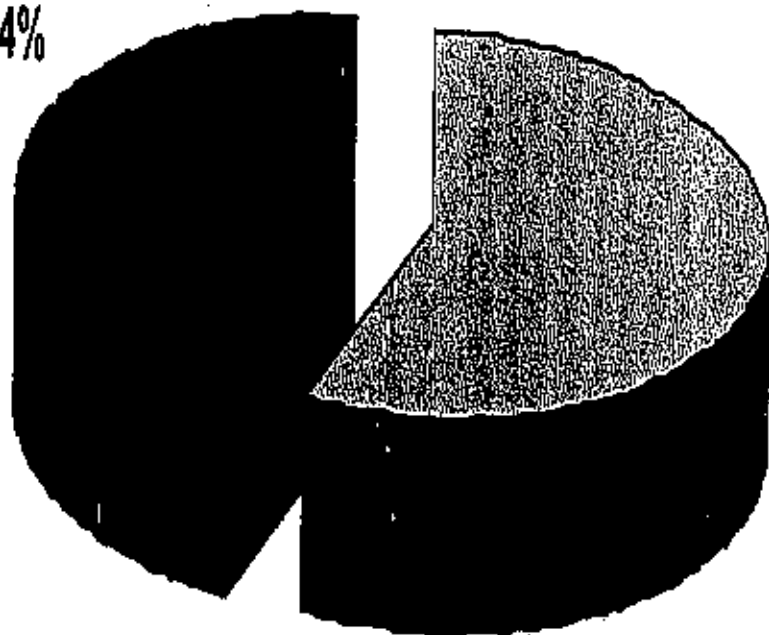
Recursos Humanos

DISTRIBUCION POR TIPO DE JORNADA



DISTRIBUCION POR SEXOS

MUJERES
44%

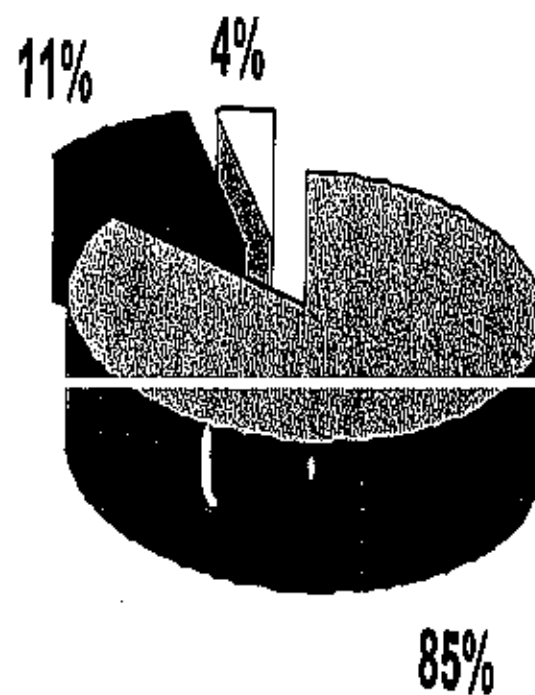


HOMBRES
56%



Recursos Humanos

DISTRIBUCION POR EDADES

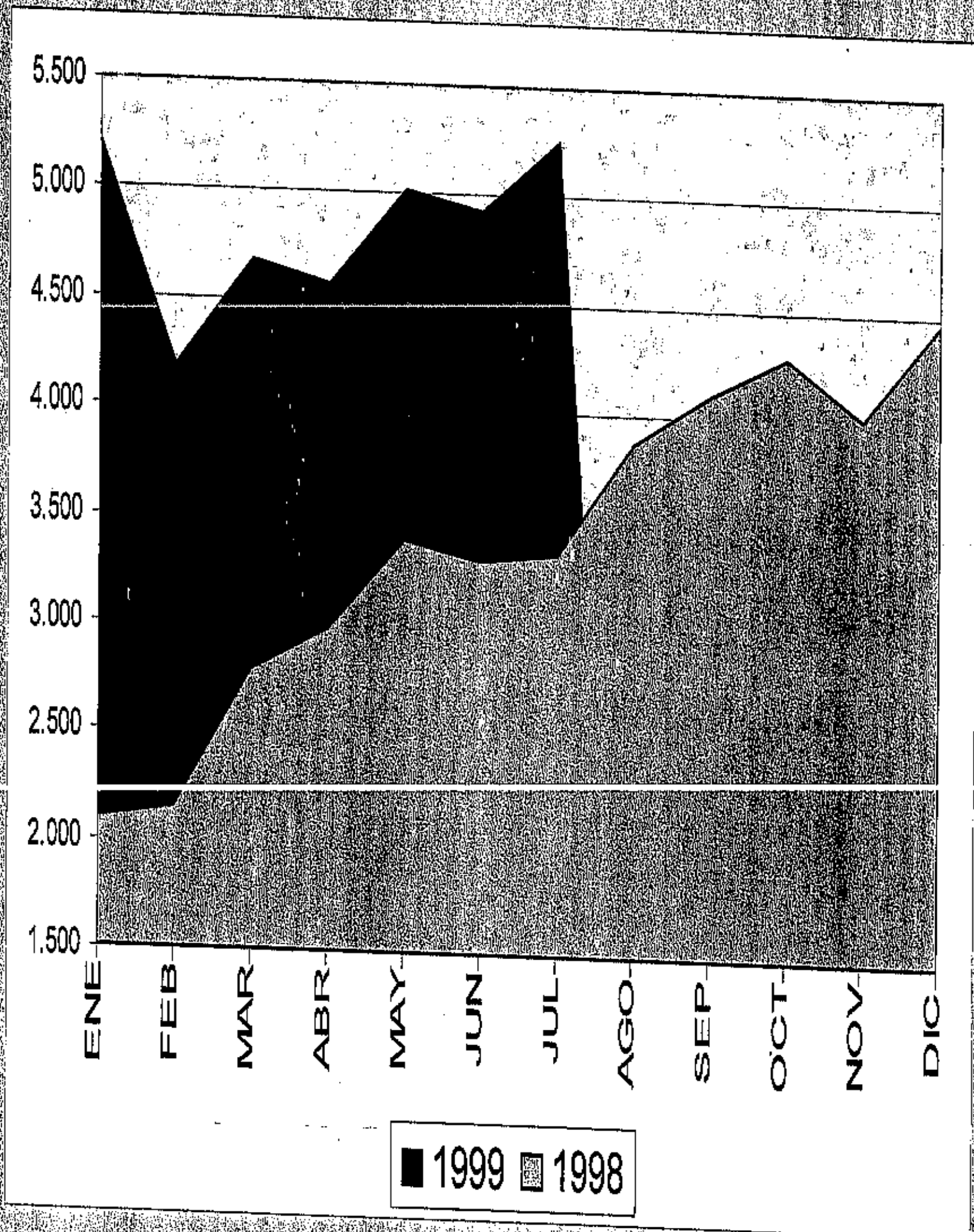


■ < 25 AÑOS ■ > 25 < 30 AÑOS □ > 30 AÑOS



Venta media por tienda en miles de pesetas

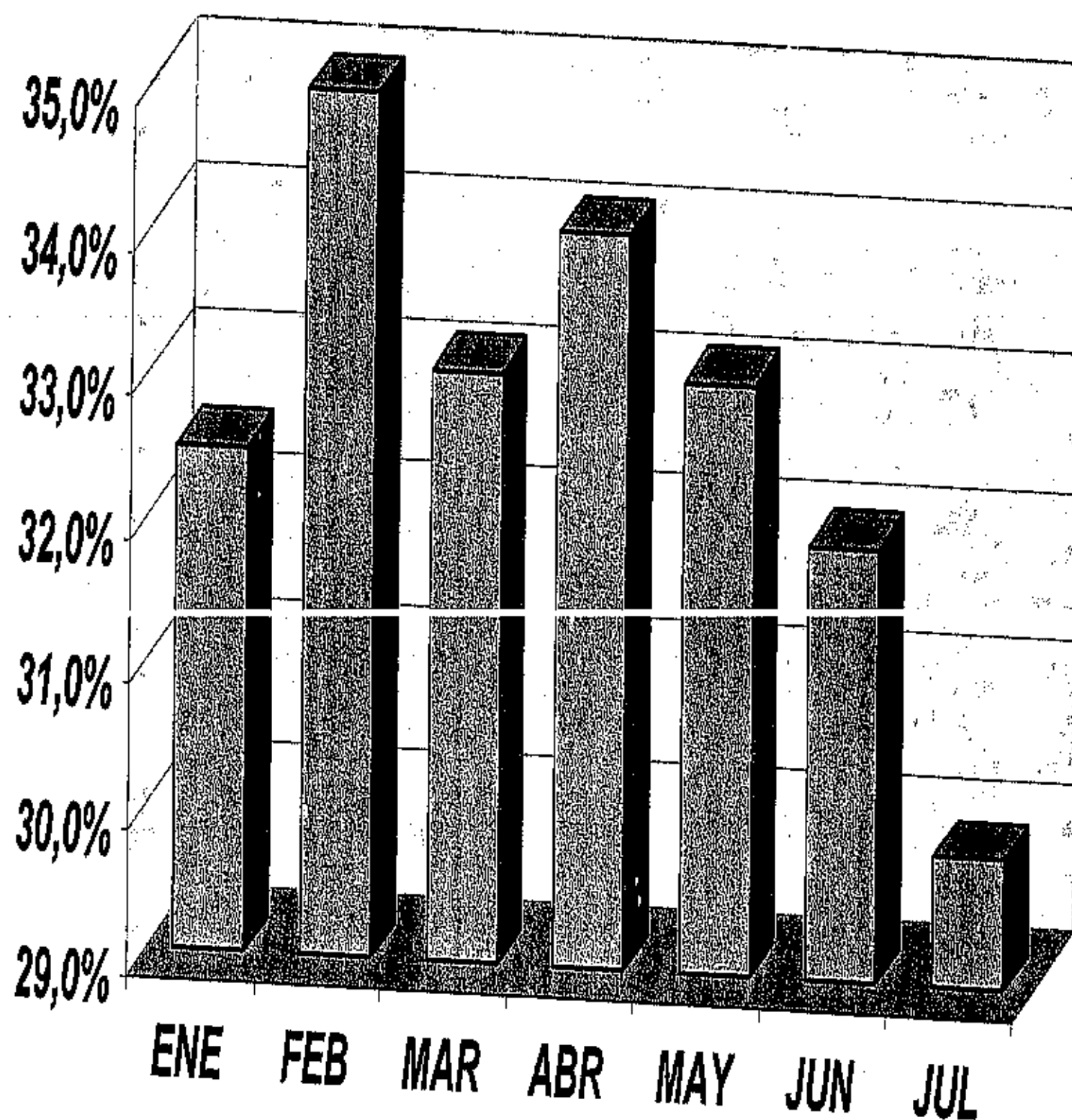
Tiendas





Tiendas

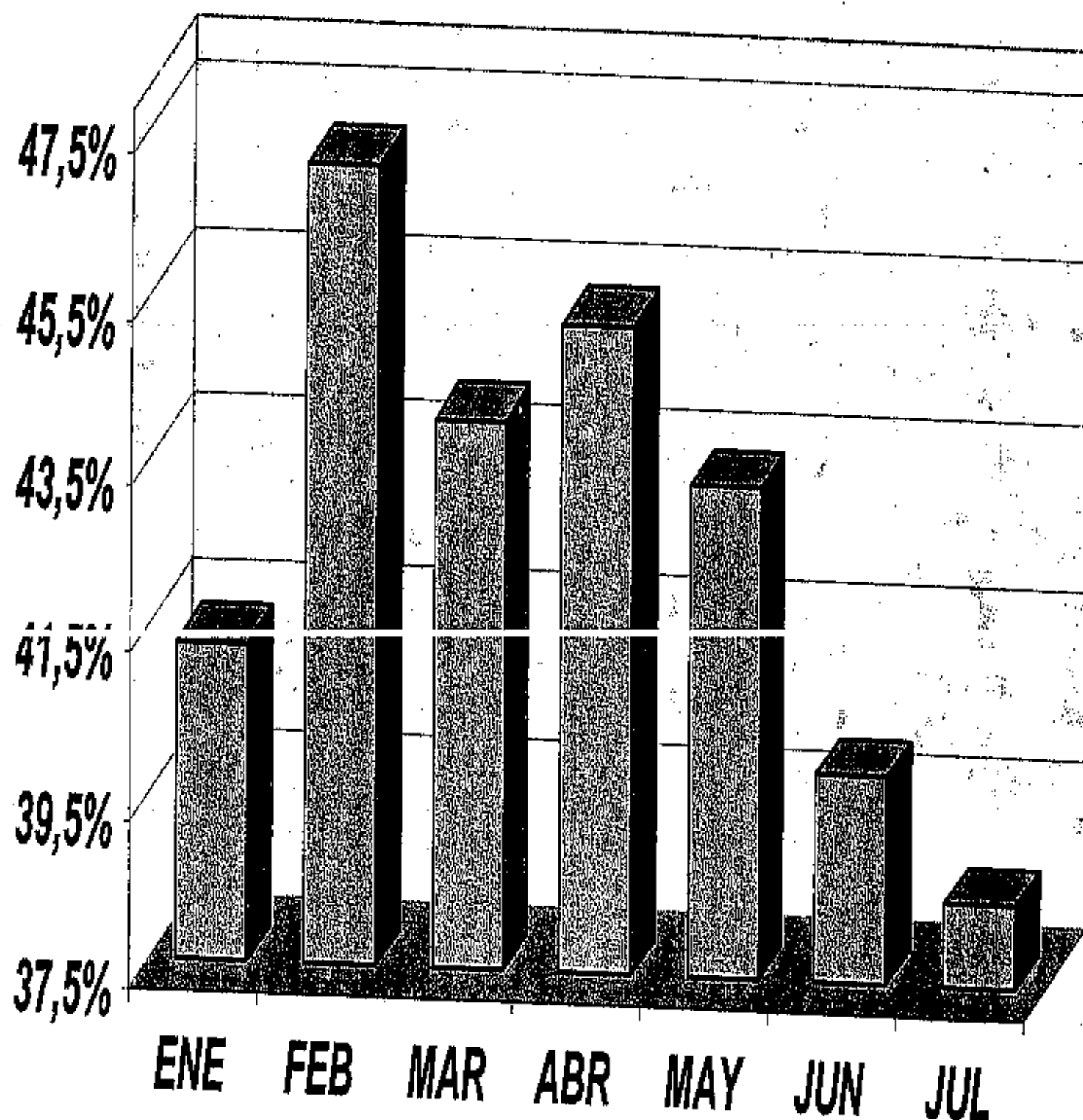
EVOLUCION COSTE DE PRODUCTO % 1999





Tiendas

EVOLUCION COSTE DE M.O.V. % 1999





Fábrica

- Inicio de la actividad: Septiembre de 1998
- Desarrollo tecnológico propio con la supervisión de I+D del grupo CAMPOFRIO
- Encargada de preelaborar los productos para su posterior regeneración en tiendas permite un importante ahorro de tiempo al convertir la cocina de las tiendas en una cocina de montaje (disminución de un 72% en las operaciones de manipulación)
Permite, de igual modo, reducir el desperdicio en tiendas
- Encargada de centralizar el aprovisionamiento por parte de proveedores y la producción permite homogeneizar la oferta de productos que recibe el cliente

➤ Características de la nueva central de aprovisionamientos

Ubicación: Alcobendas (Madrid)

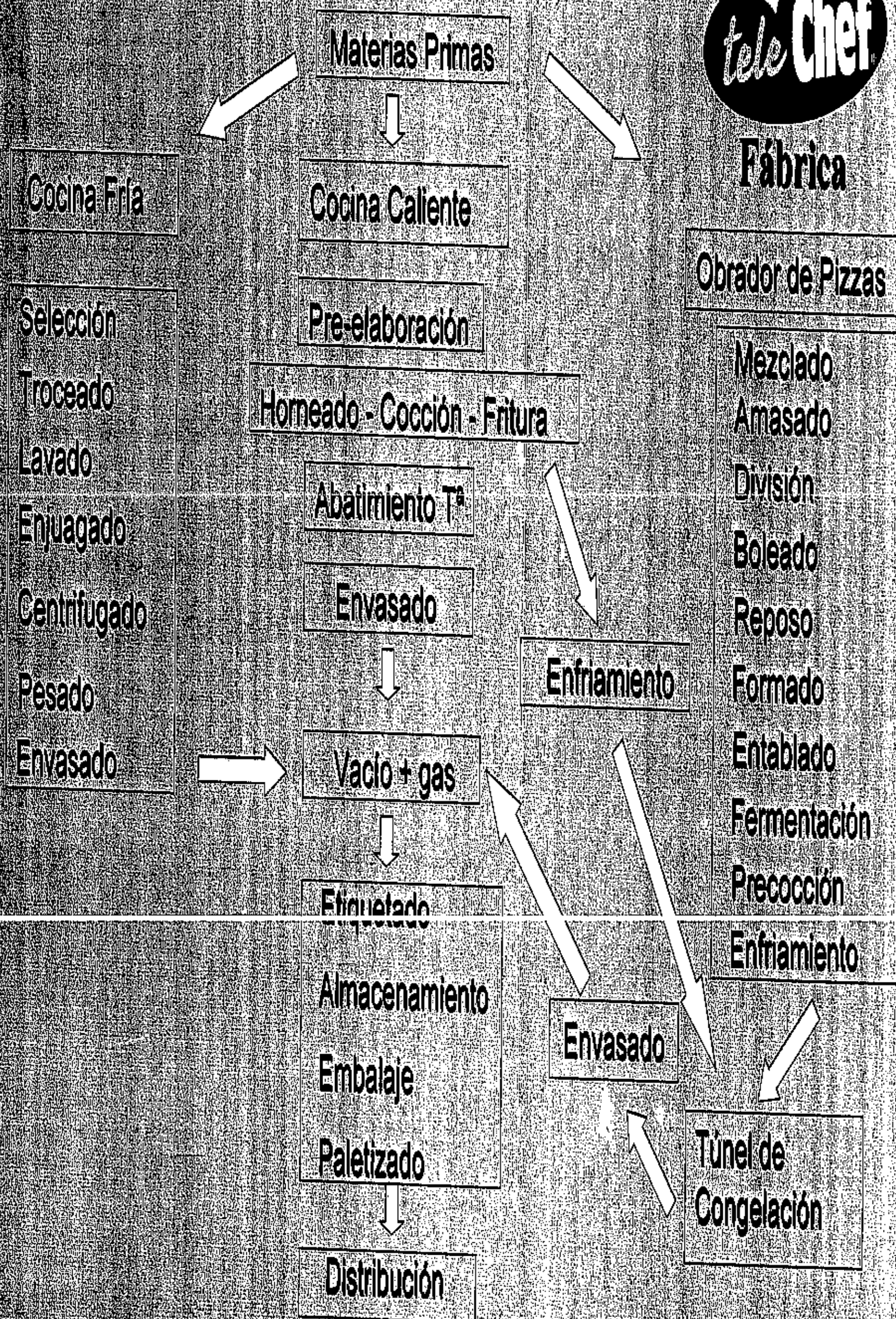
Superficie: 1.300 m²

Producción: 20%

Almacén: 70%

Otros (limpieza, laboratorio, oficina y vestuarios): 10%

Capacidad máxima de producción: capacidad para atender 100 tiendas





Calidad

En la actualidad estamos desarrollando todos los procesos de producción de acuerdo con la normativa UNE-EN-ISO9002 con el fin de obtener la certificación correspondiente en el presente año, asegurando la calidad de todos y cada uno de nuestros productos.

Trabajos iniciados hace dos años y retrasados por los cambios en los procesos de producción.



Nueva Fábrica

Acuerdo con MERCAMADRID:

Concesión por 30 años

Solar de 10.000 metros cuadrados

Fábrica y Oficinas Centrales

Superficie edificable: 5.000 metros cuadrados

Inversión estimada 450 millones de pesetas



Estructura

- Dimensionada para acometer el plan de expansión.
- Mas de 30 profesionales desarrollando su actividad en las siguientes áreas:

Operaciones

Administración

Informática

Calidad

Compras

Producción

Recursos Humanos

Producto

Marketing

Atención al Cliente

Formación

Técnico



CHAMPION

Otras Actividades

- Proveedor de platos preparados para los "puntos calientes" dentro de los supermercados de la marca CHAMPION.
- Actualmente se están atendiendo 45 puntos en otros tantos supermercados de la marca y se espera alcanzar la cifra de 80 en el plazo de 2 años.
- Asesoramiento por parte de Tele Chef, tanto en la imagen del punto de venta como en cualquier otro aspecto operativo:
 - Servicio
 - Formación del personal
 - Captación de nuevos clientes y fidelización
 - Promociones
 - Producto Libre Servicio (P.L.S.)
 - Servicios especiales (campana de Navidad, etc.)
 - Y, en general, servicio de supervisión de todos los puntos operativos.



Otras Actividades

RESTAURANTES GOFY-NOSTRUS (CONTINENTE)

- El próximo mes de Octubre comenzaremos a operar como proveedores de platos semielaborados para la cadena de restaurantes GOFY-NOSTRUS.
- Comenzará con una prueba en el centro CONTINENTE ubicado en San Blas (Madrid) para más adelante hacerlo extensivo al resto de centros en todo el territorio nacional (50 establecimientos).

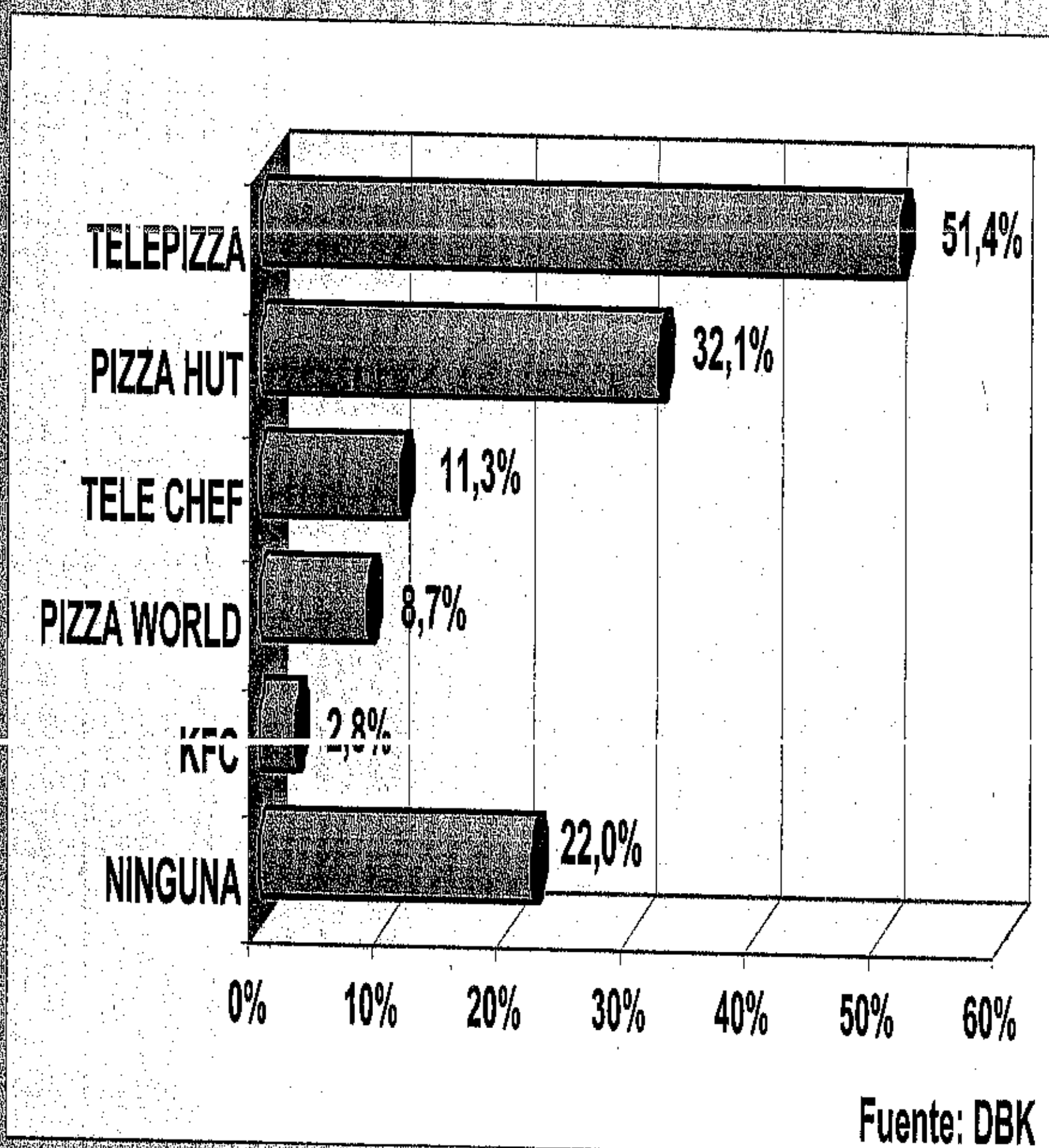
CATERING

- Nuestro departamento de catering realiza, bajo pedido, servicios de cocktails, comidas especiales y cualquier otro servicio de restauración colectiva.



Marketing

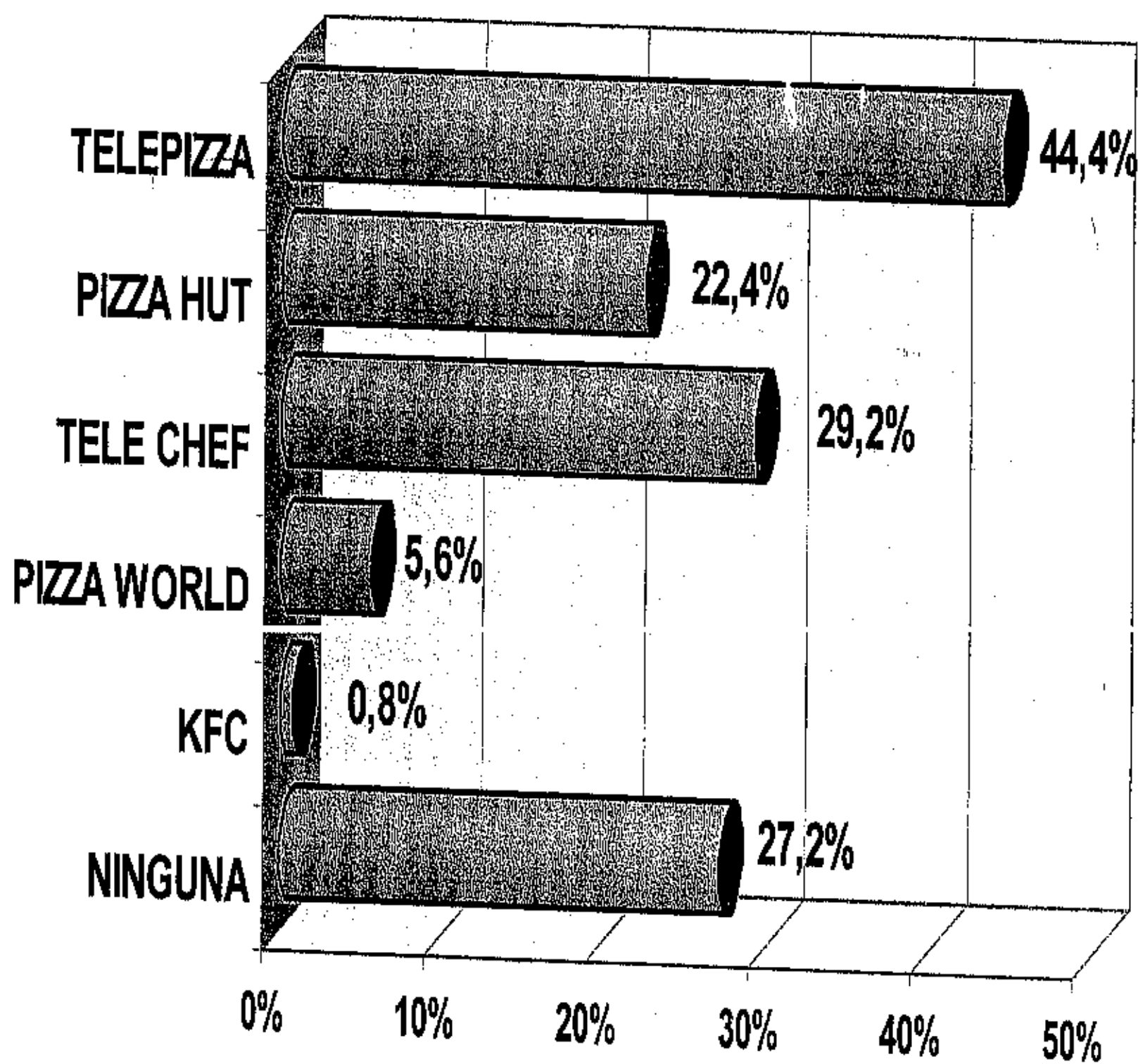
Conocimiento de marca espontáneo





Marketing

Conocimiento de marca espontáneo (Ambito Madrid)

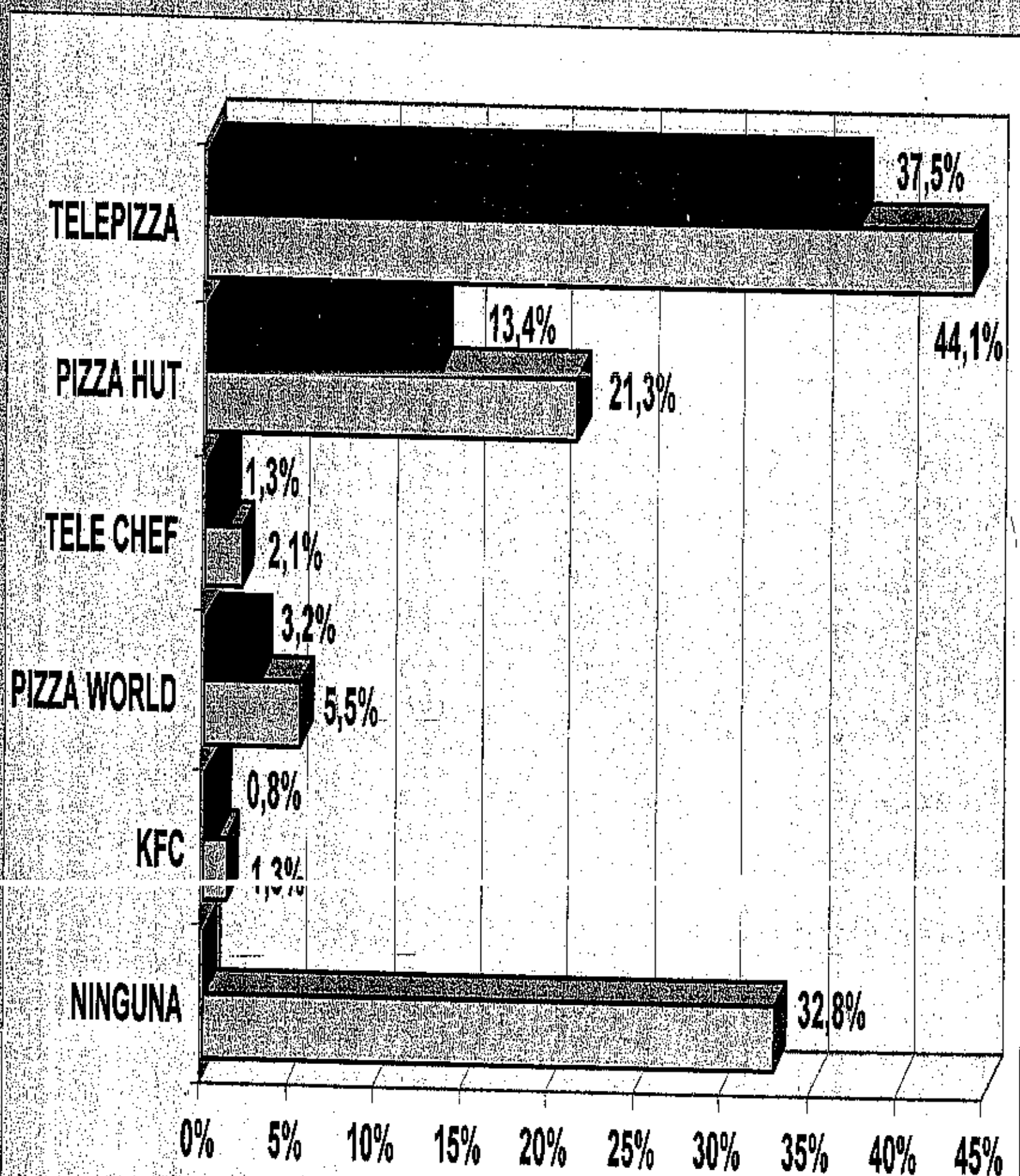


Fuente: DBK



Grado de fidelización

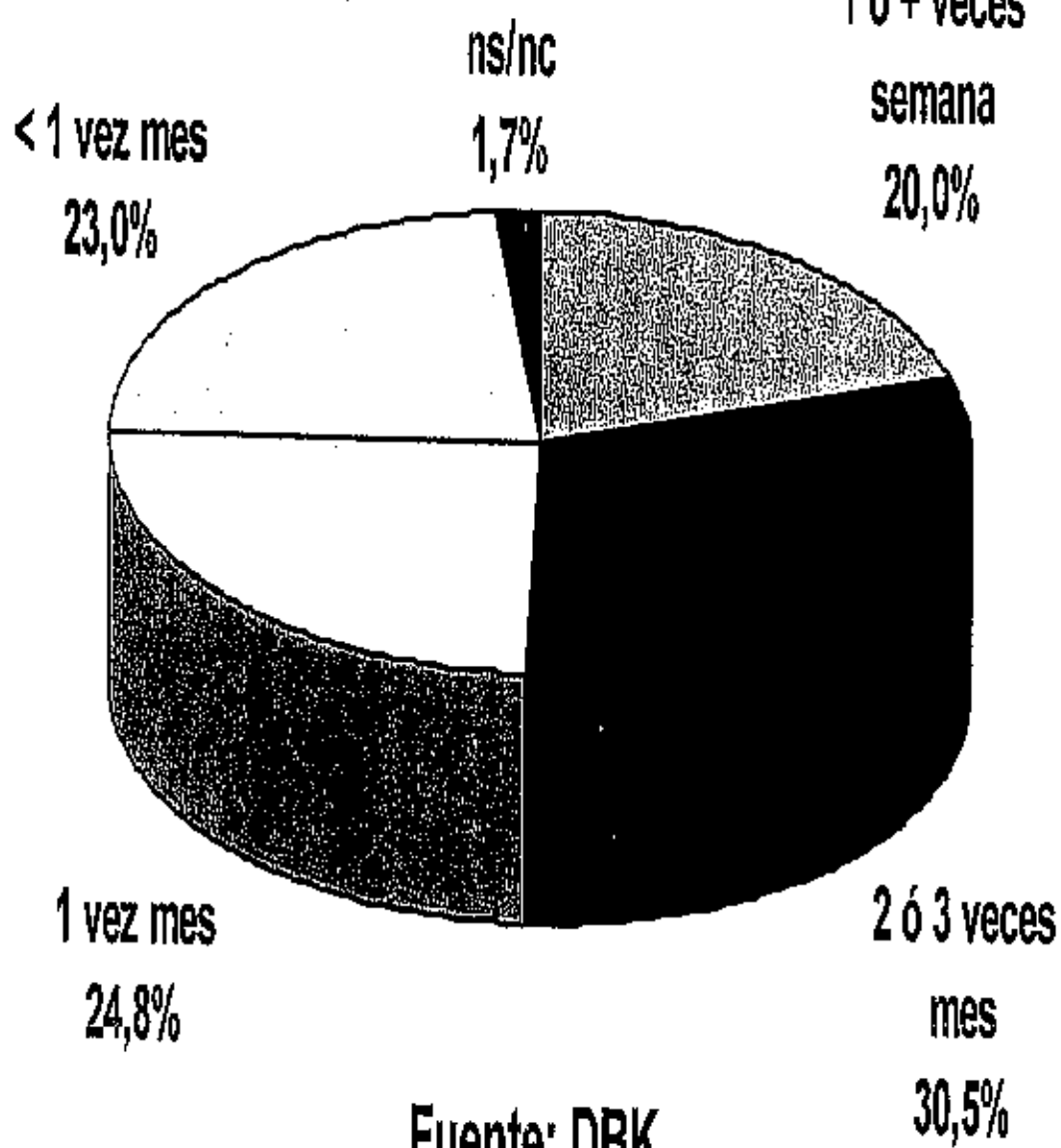
Marketing



■ Penetración como cadena principal
□ Penetración total

Fuente: DBK

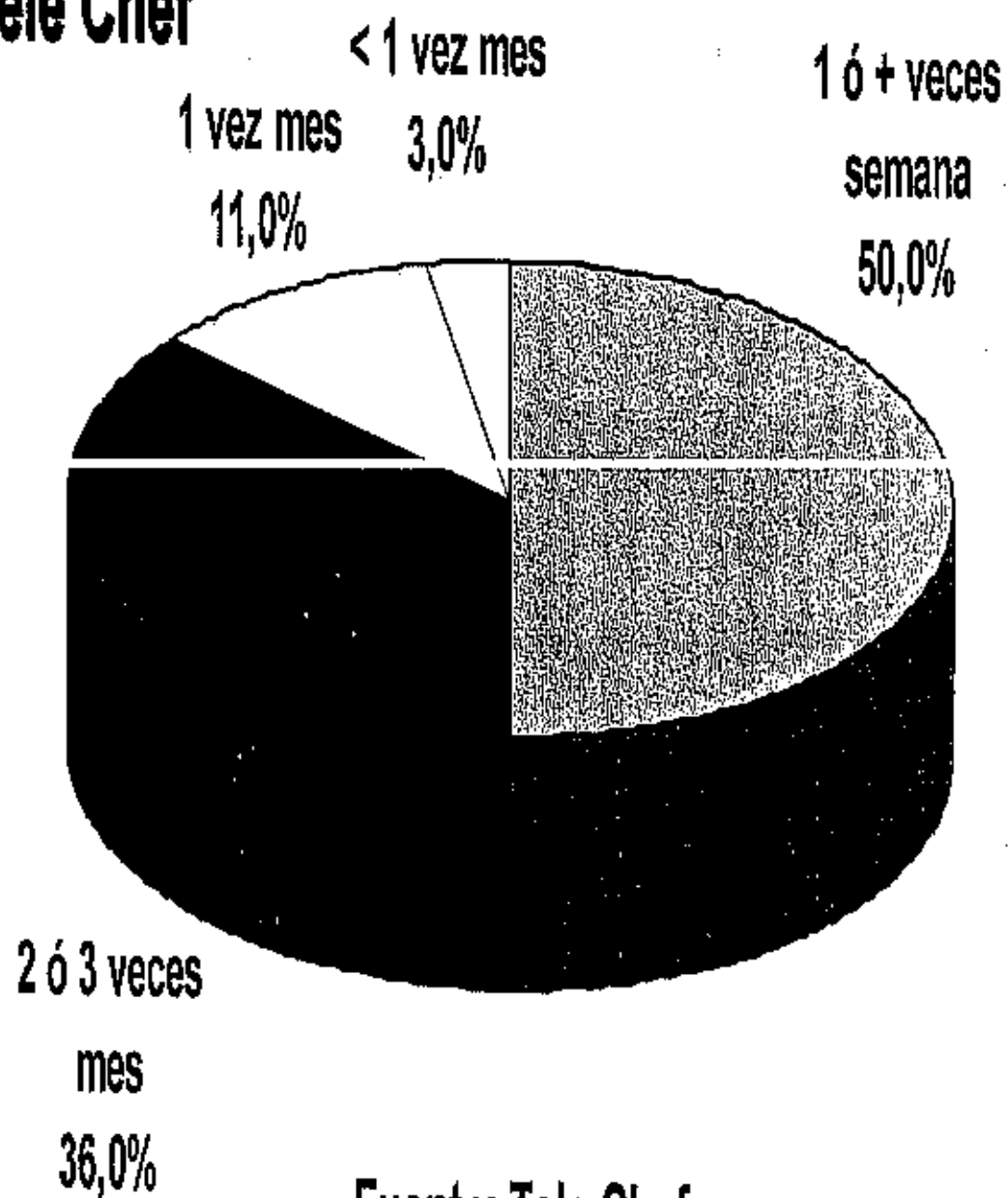
Total mercado



Marketing

FRECUENCIA DE CONSUMO

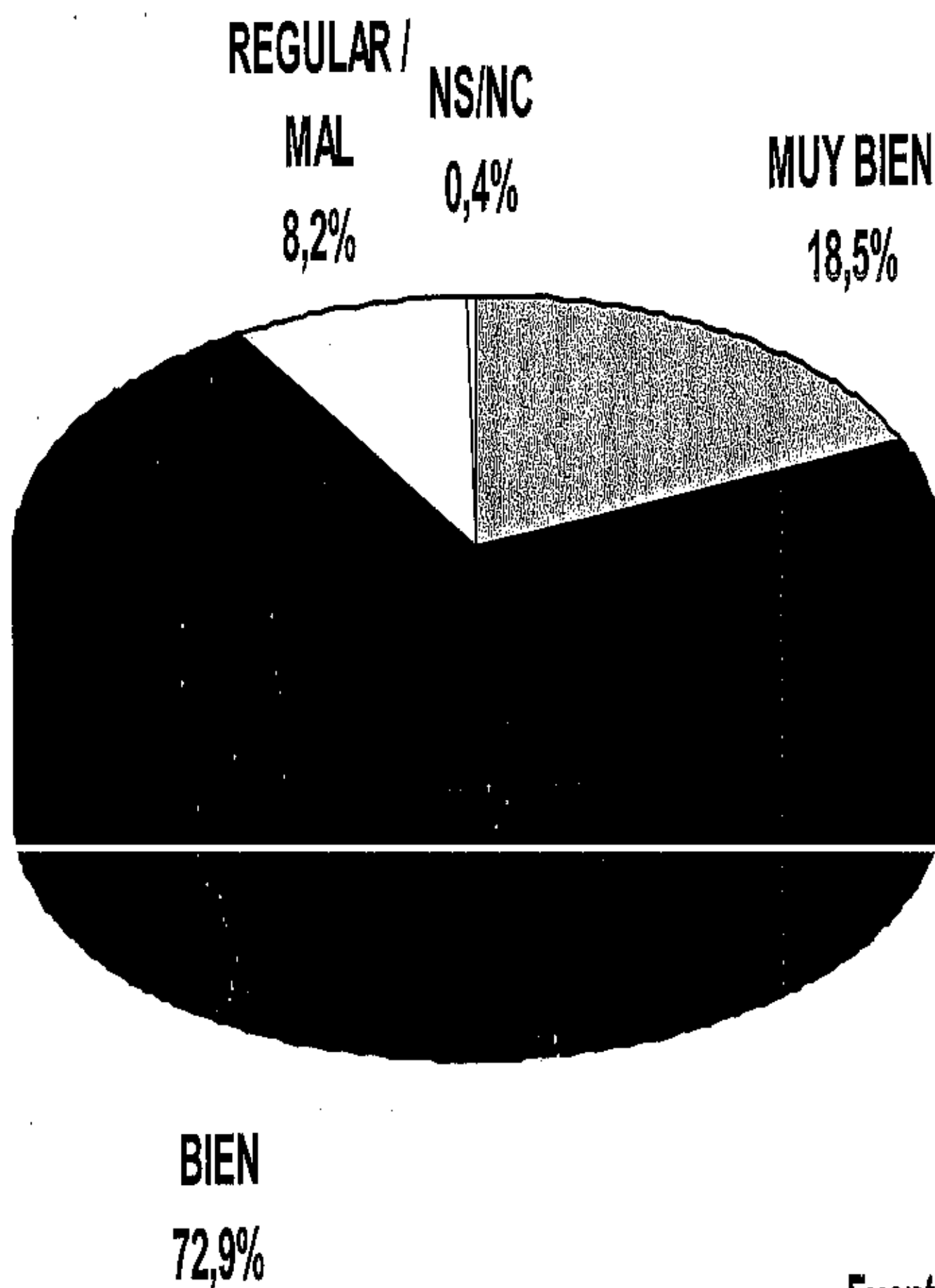
Tele Chef





Grado de satisfacción

Marketing



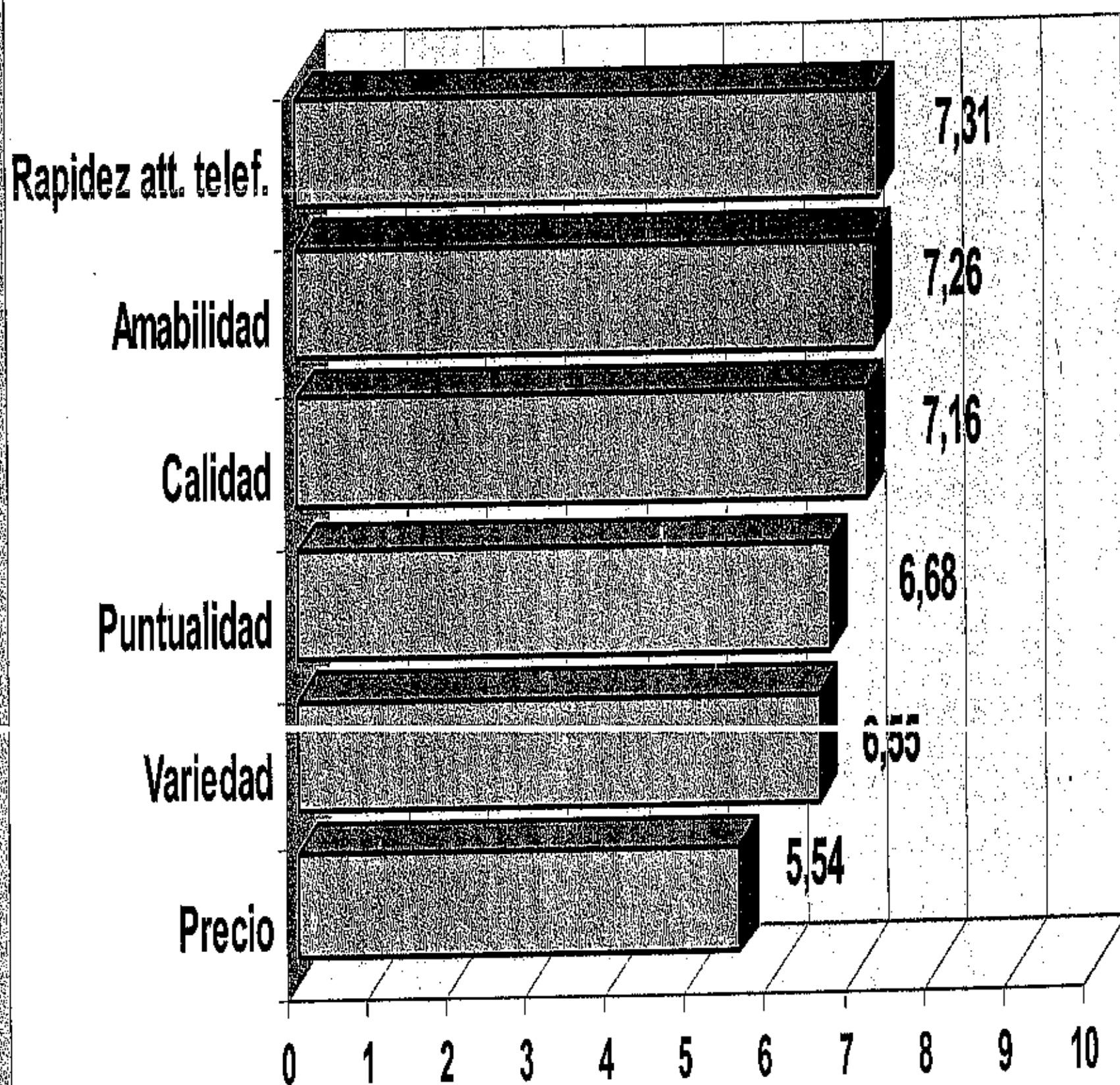
Fuente: DBK



Aspectos más destacados por el cliente

(puntuación de 0 a 10)

Marketing

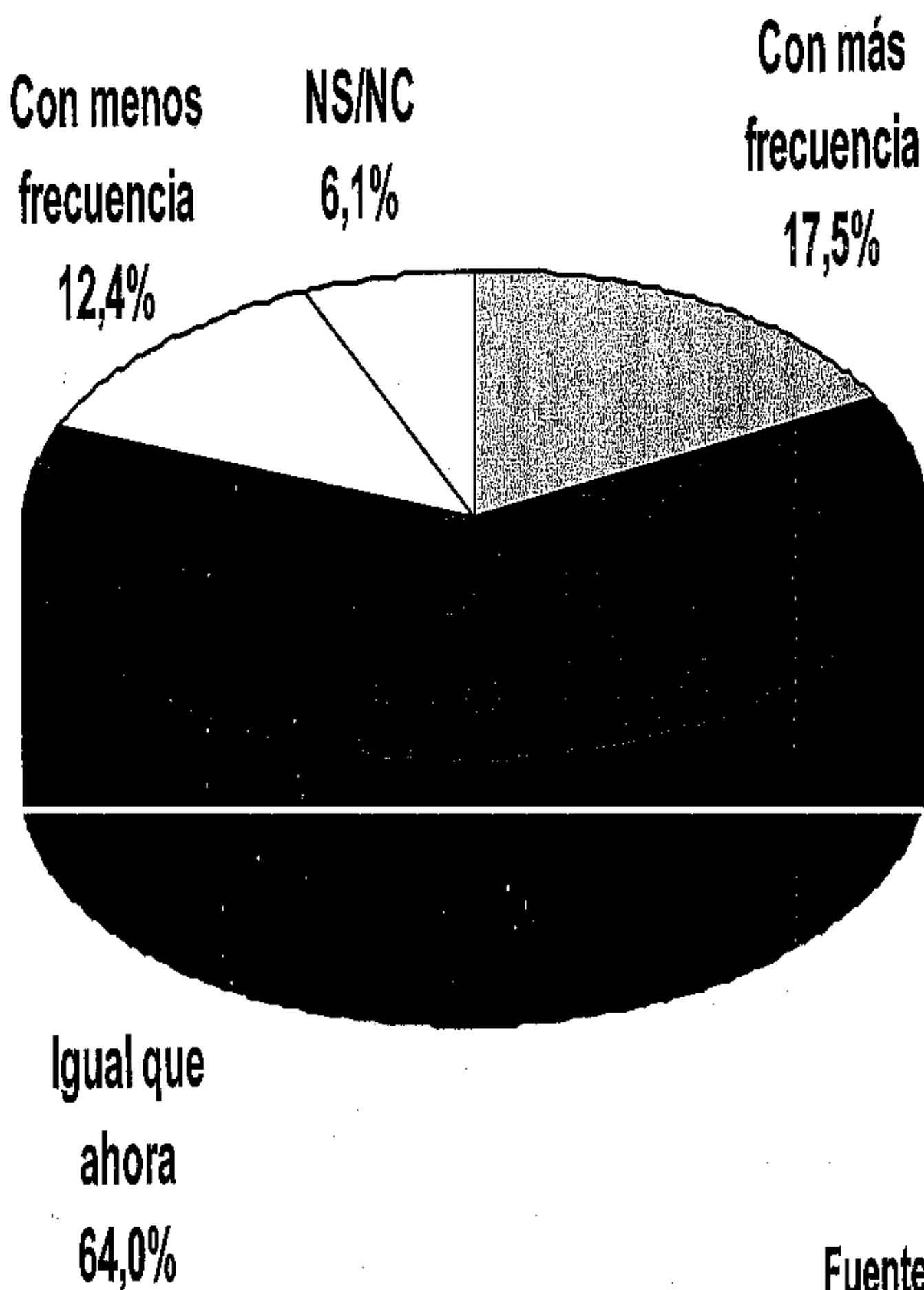


Fuente: DBK



Marketing

Previsiones de frecuencia de consumo

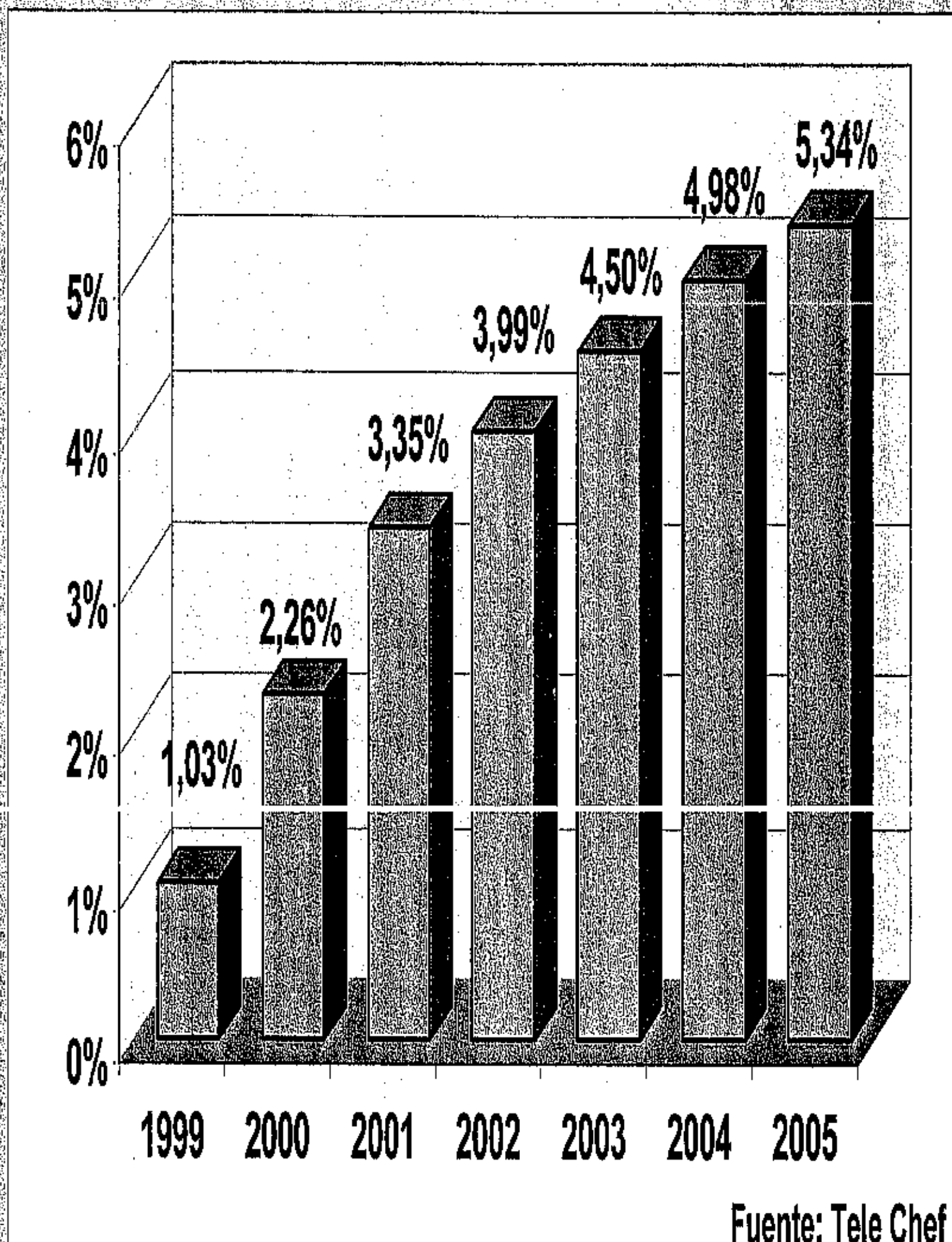


Fuente: DBK



Marketing

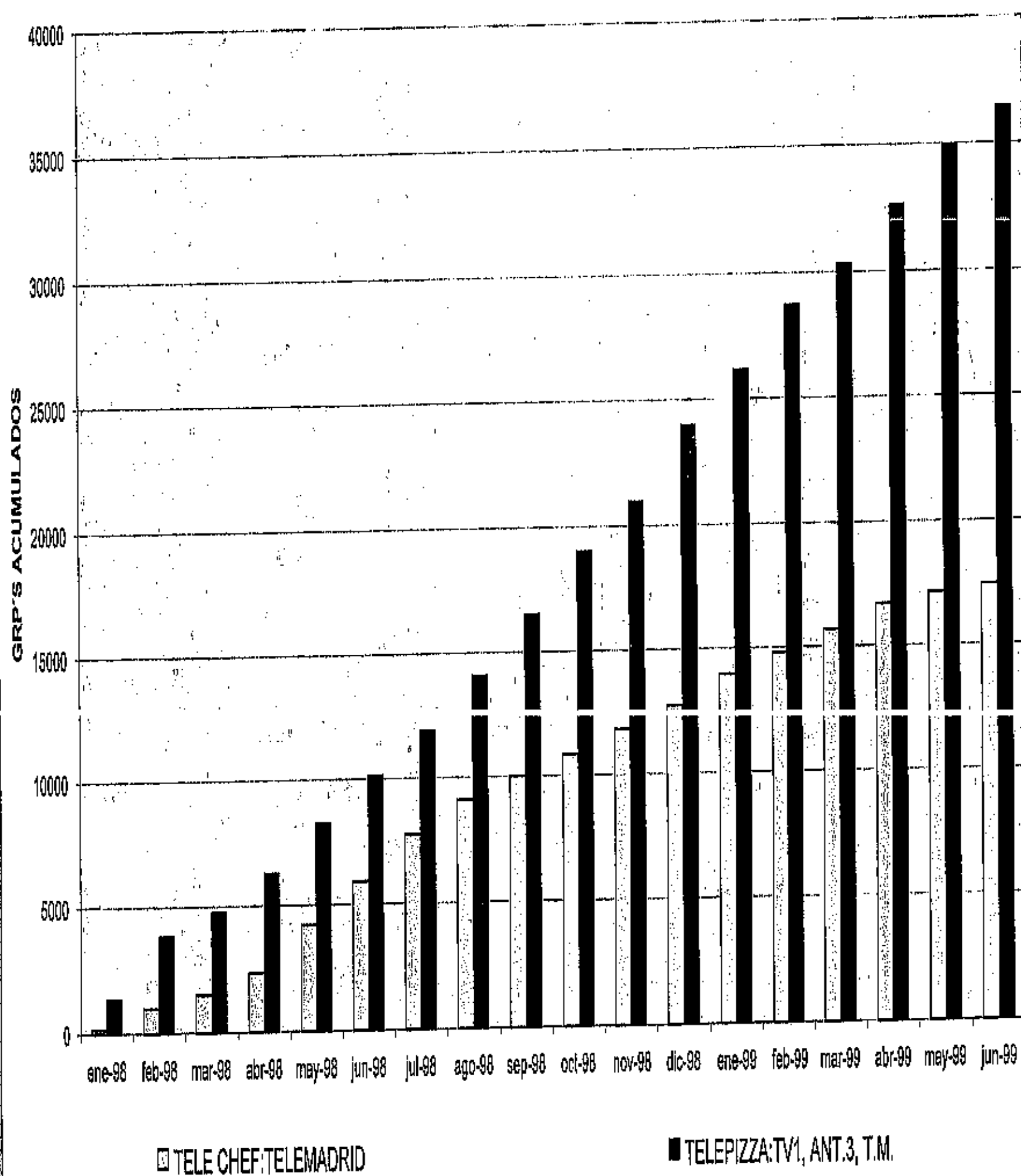
Participación estimada de Tele Chef / Mercado





Marketing

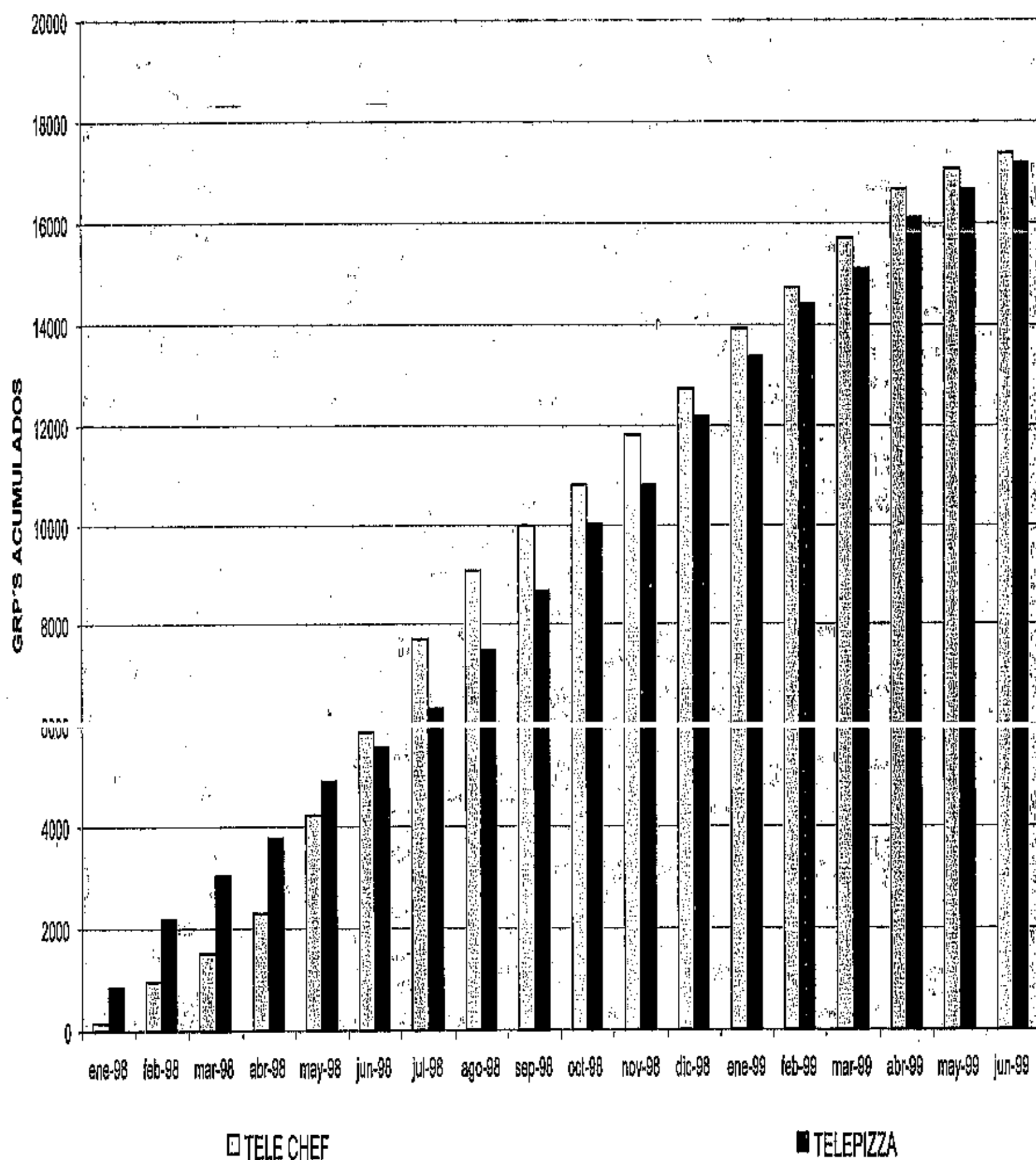
ANÁLISIS COMPETENCIA 98-99 (TOTAL CADENAS-COMUNIDAD DE MADRID)





Marketing

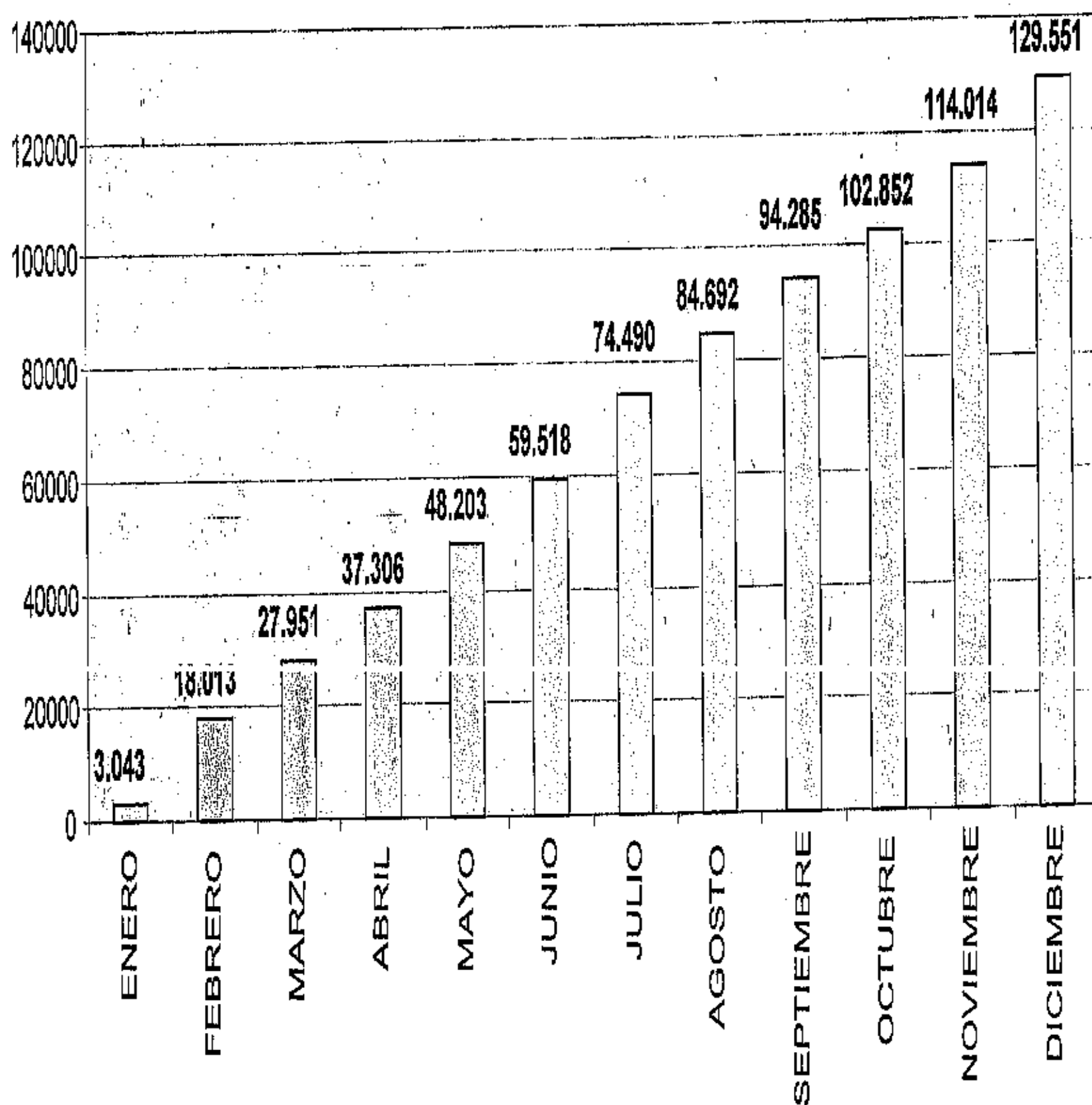
ANÁLISIS COMPETENCIA 98-99 (TELEMADRID)





Marketing

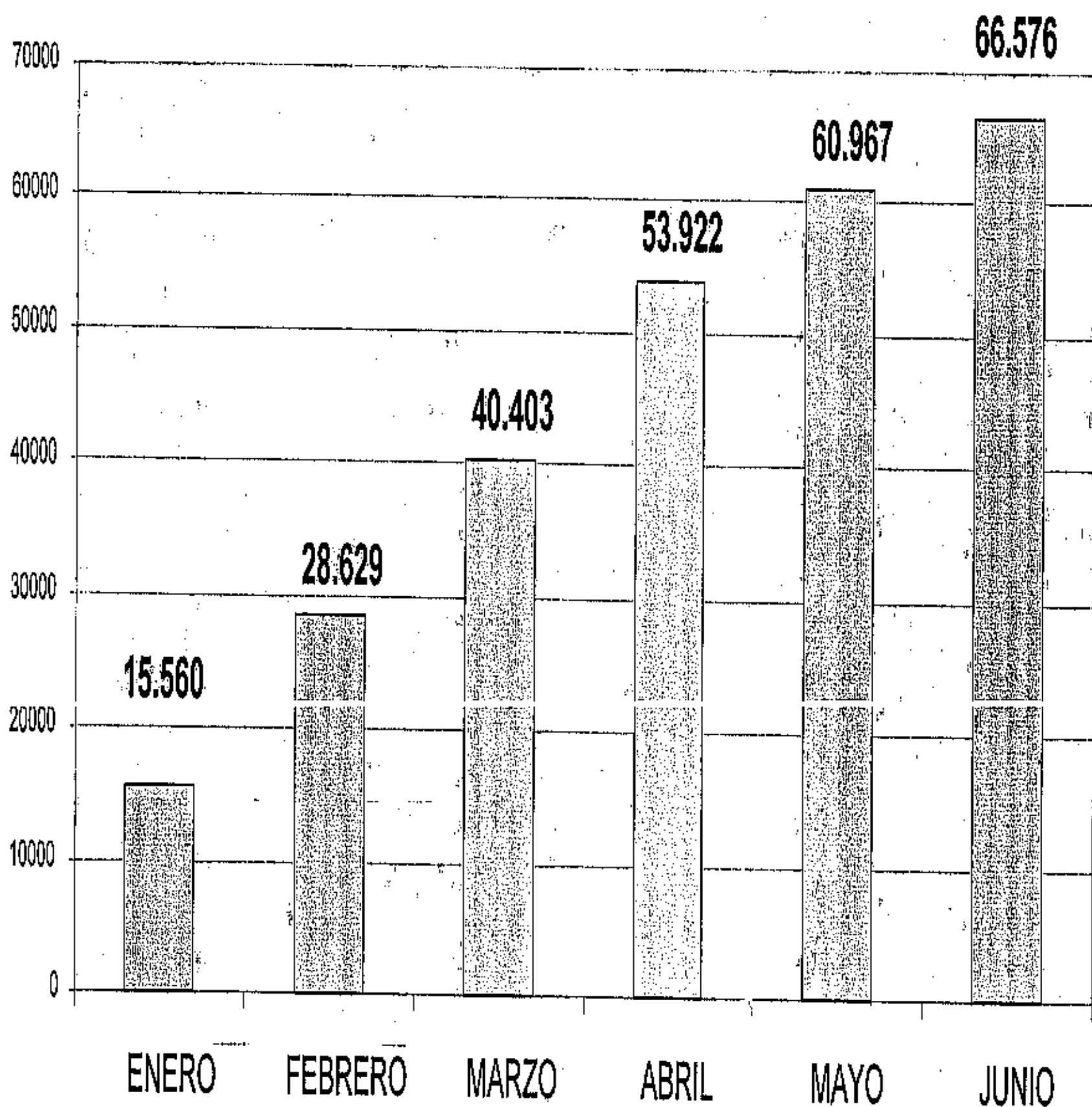
INVERSION TV 1998 ACUMULADA en miles de pesetas





Marketing

INVERSION TV 1999 ACUMULADA en miles de pesetas





Marketing

EFICACIA CAMPAÑA T.V.

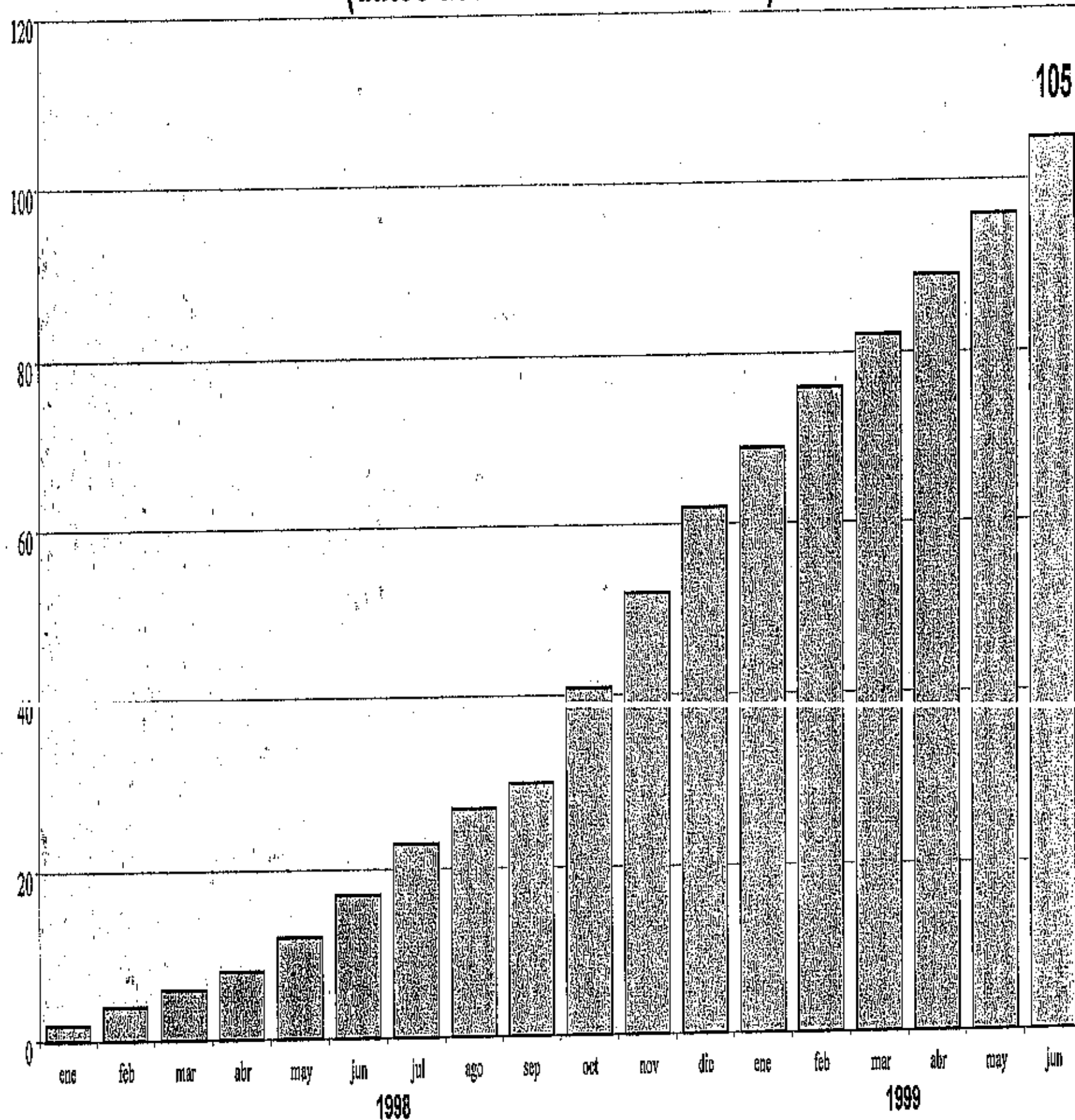
- El 99,8% de los adultos de Madrid ha visto nuestra campaña una media de 84,7 veces durante el año 1998.
- El 98,2% de los adultos de Madrid ha visto nuestra campaña una media de 35,2 veces durante el primer semestre de 1999

Fuente: Sofres



Marketing

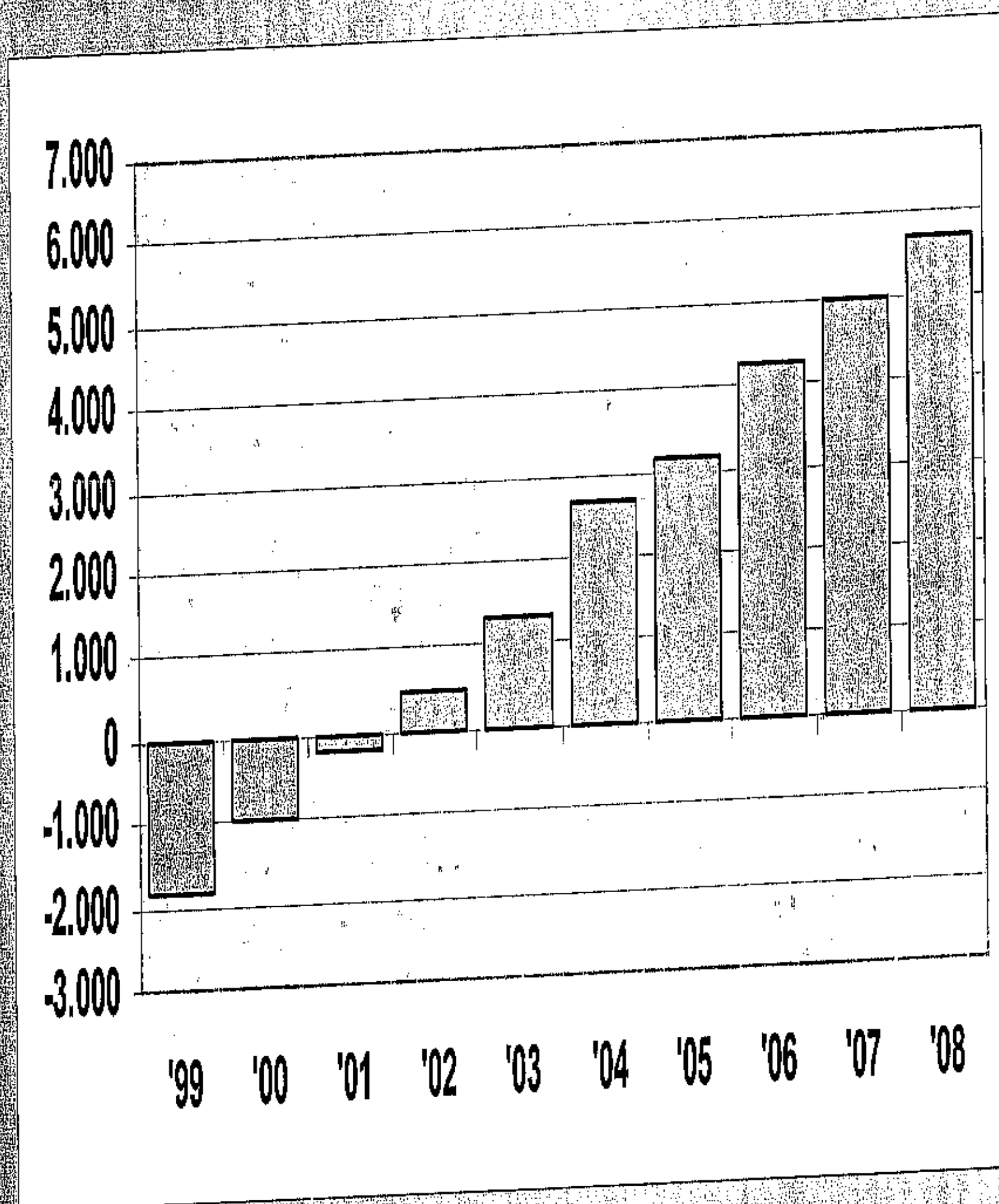
TOTAL CUPONES DISTRIBUIDOS (datos acumulados en millones)





Beneficio neto estimado en millones de pesetas

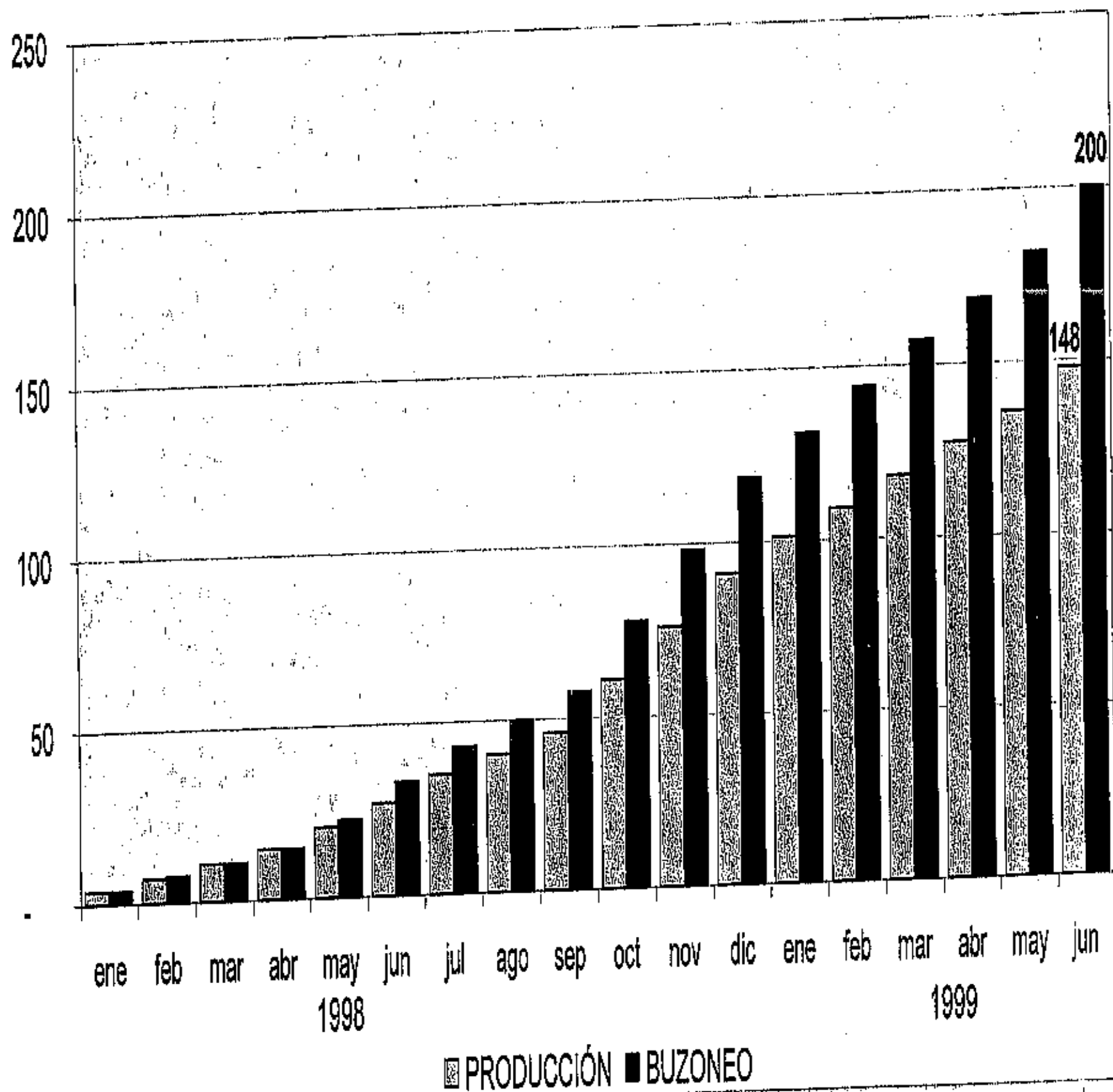
El Futuro





Marketing

INVERSIÓN REALIZADA EN CUPÓN (datos acumulados en mill. de ptas.)



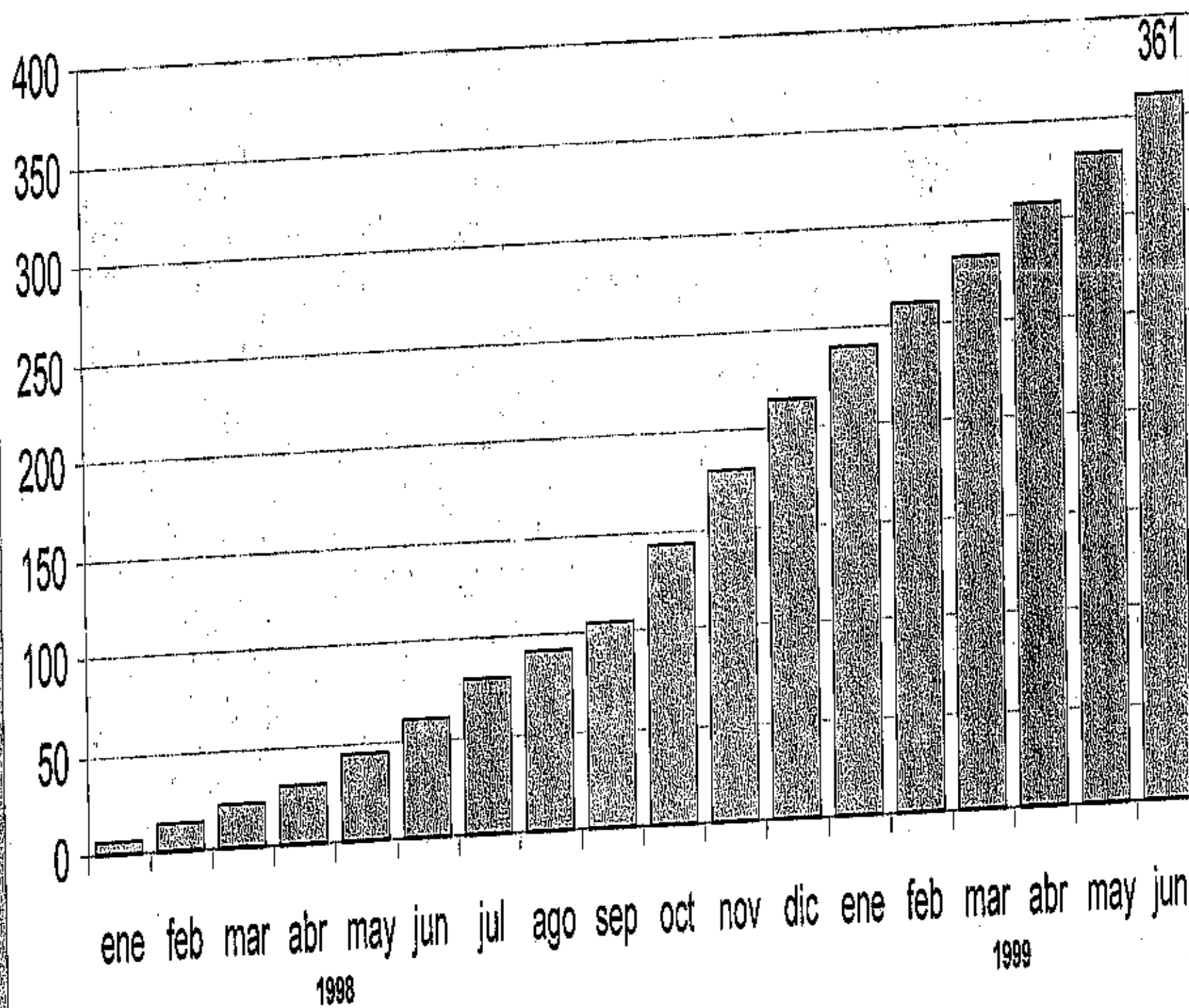


Marketing

INVERSIÓN REALIZADA EN MKT DIRECTO

(cupón+otros medios impresos+buzoneo)

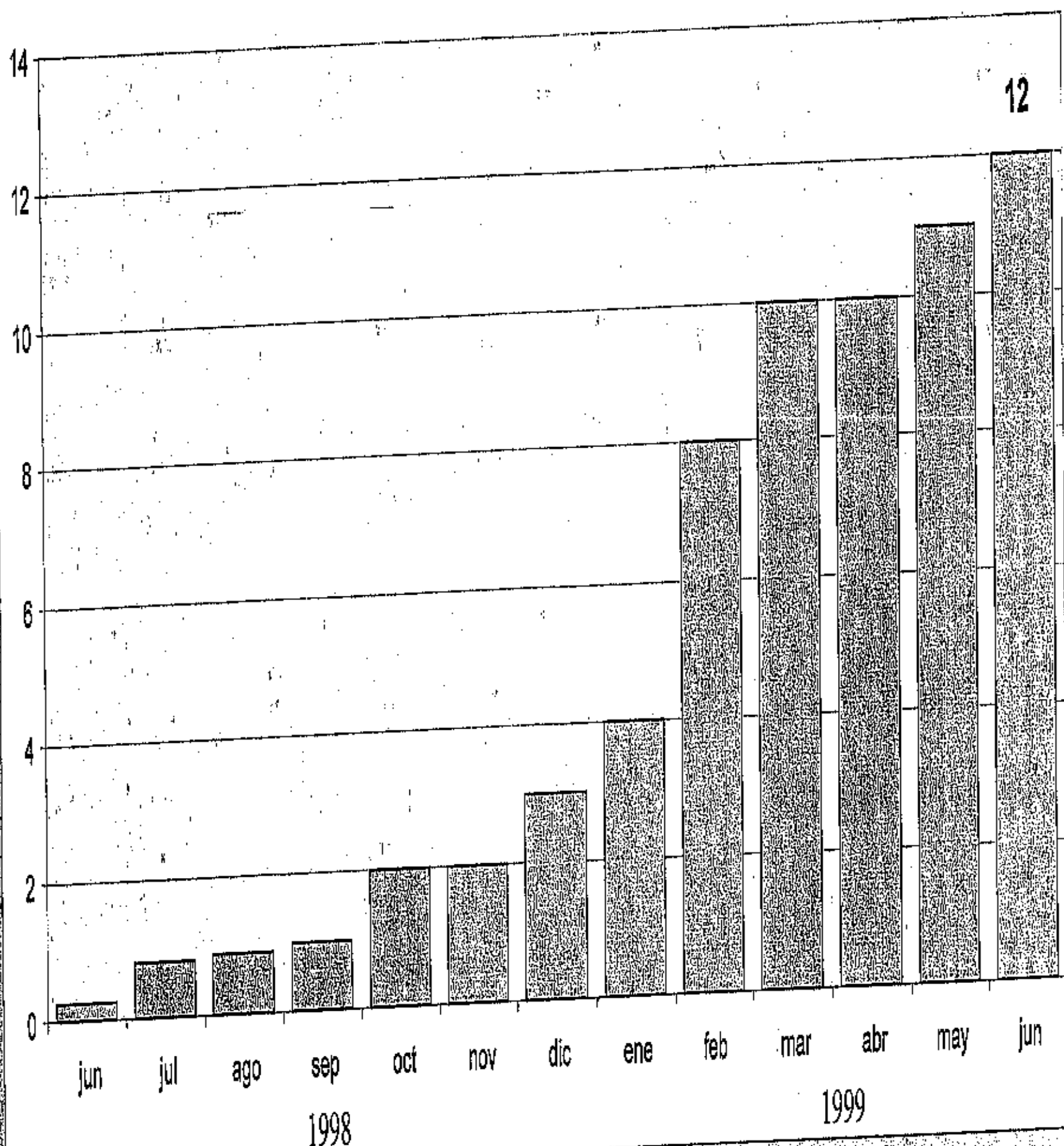
(datos acumulados en mill. de ptas.)





Marketing

INVERSIÓN OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS (prensa, radio y publi.exterior) en millones de pesetas





Formación

1998	<u>Curso</u>	<u>Grupos</u>	<u>Particip.</u>	<u>Horas/Particip.</u>
	Gerente	5	100	160
	Encargado	11	220	160
	Jefe de Producción	3	60	120
	Coordinación	8	160	40
	Ayudante de Producción	4	80	40
	Telefonista	6	120	40
	Repartidor	12	240	40
	TOTAL	49	980	

1999	<u>Curso</u>	<u>Grupos</u>	<u>Particip.</u>	<u>Horas/Particip.</u>
	Gerente	3	36	180
	Encargada de Ventas	3	36	180
	Encargado	6	72	130
	Repartidor	20	300	20
	Auxiliar	20	300	20
	Ayudante Fábrica	4	48	40
	TOTAL	56	792	



Formación

- Las actividades formativas están subvencionadas por el FORCEM, habiéndose recibido **12 Millones de Pesetas en 1998.**
- Para **1999** se han recibido **18 Millones de pesetas.**
- Estos ingresos por subvenciones, cubren los costes de los cursos mencionados anteriormente, así como, parte de los gastos ocasionados por la **formación continuada** de nuestros empleados en tienda.



Datos a septiembre de 1999

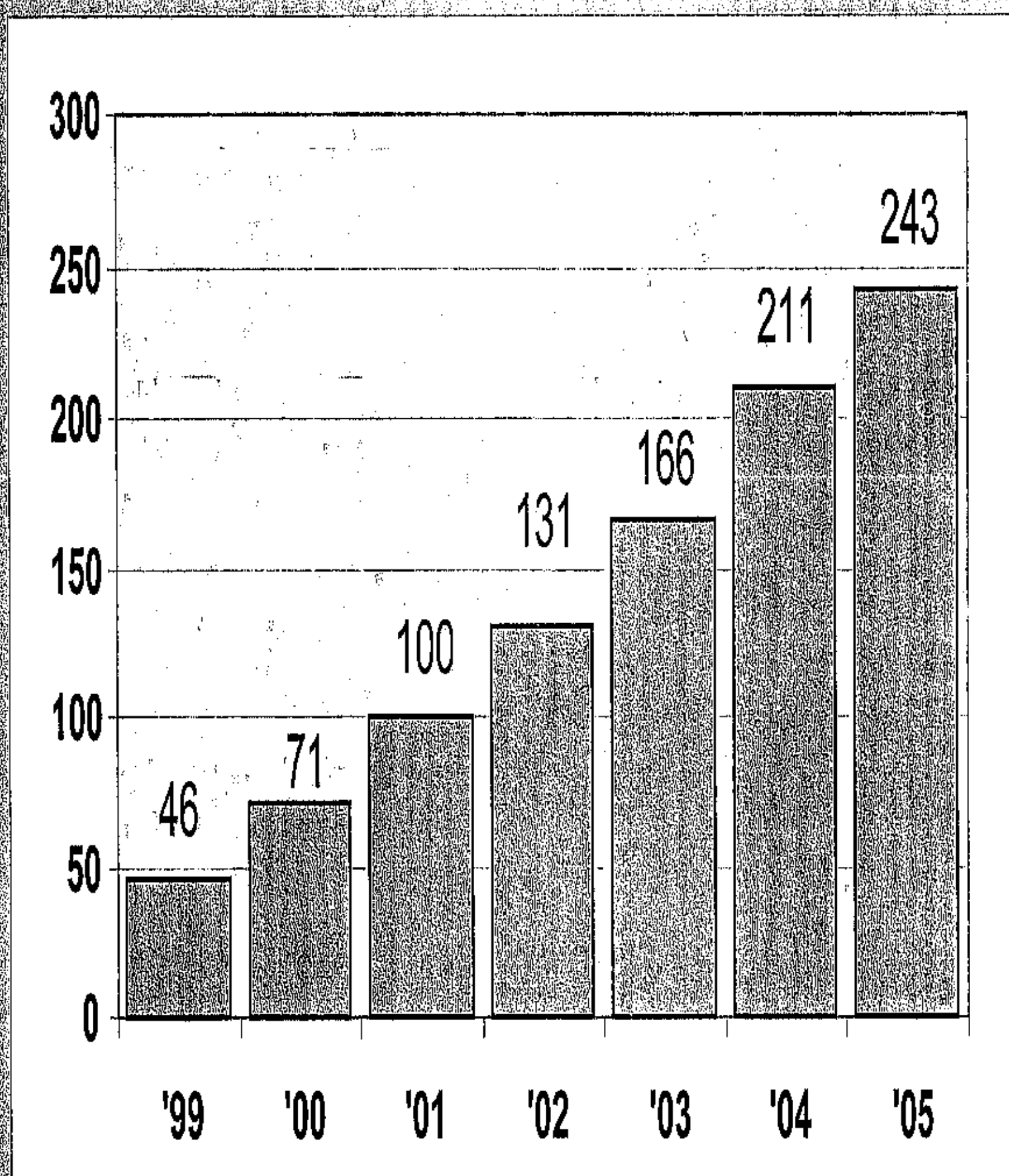
Cifras

- Número de tiendas: 37
- Número de viviendas atendidas: > 3.000.000
- Número de clientes atendidos: > 375.000
- Penetración de mercado: 12,5%
- Número de pedidos a domicilio realizados: > 1.100.000



Número de tiendas al final de cada año

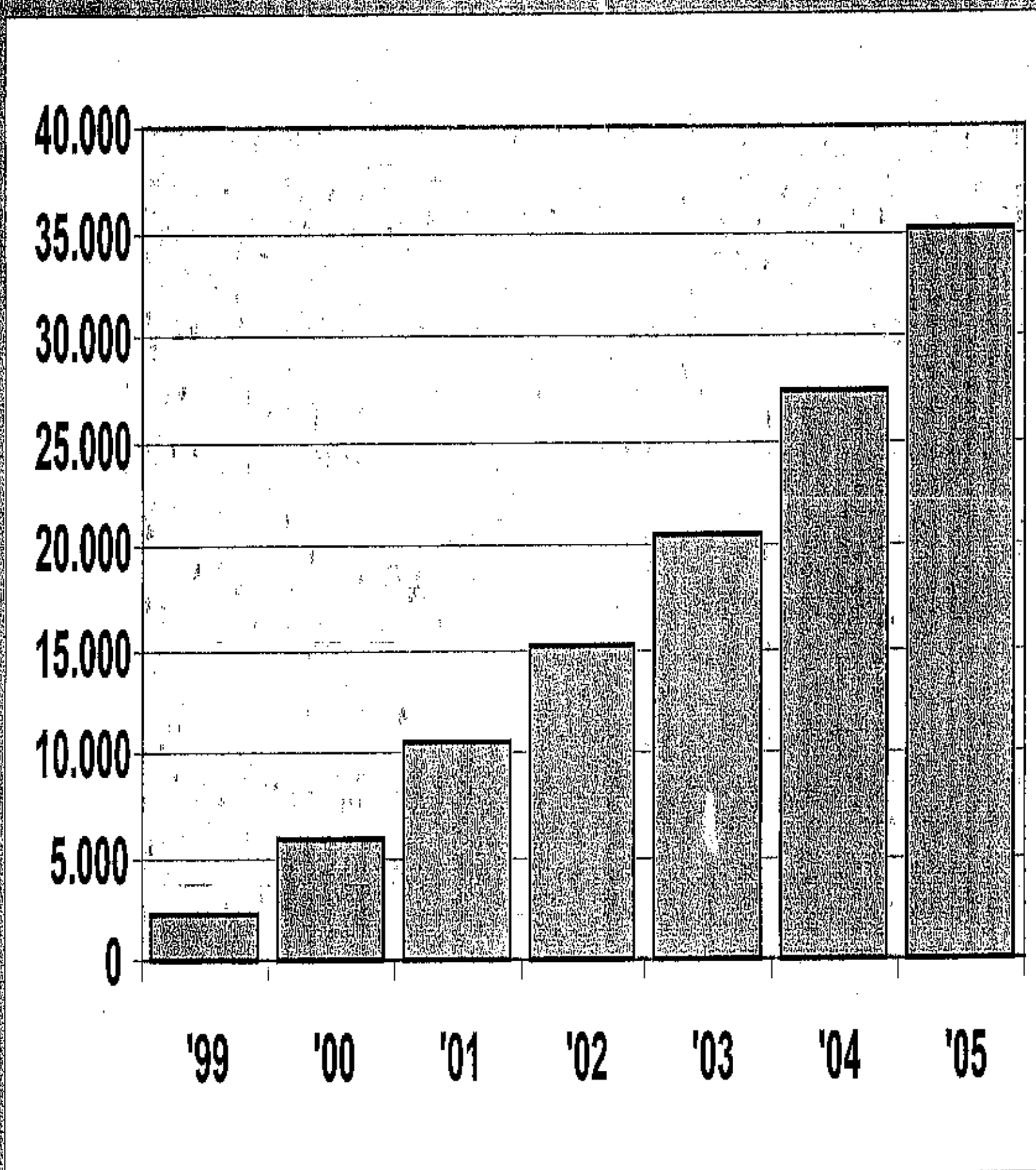
El Futuro





Ventas de la Cadena en millones de pesetas

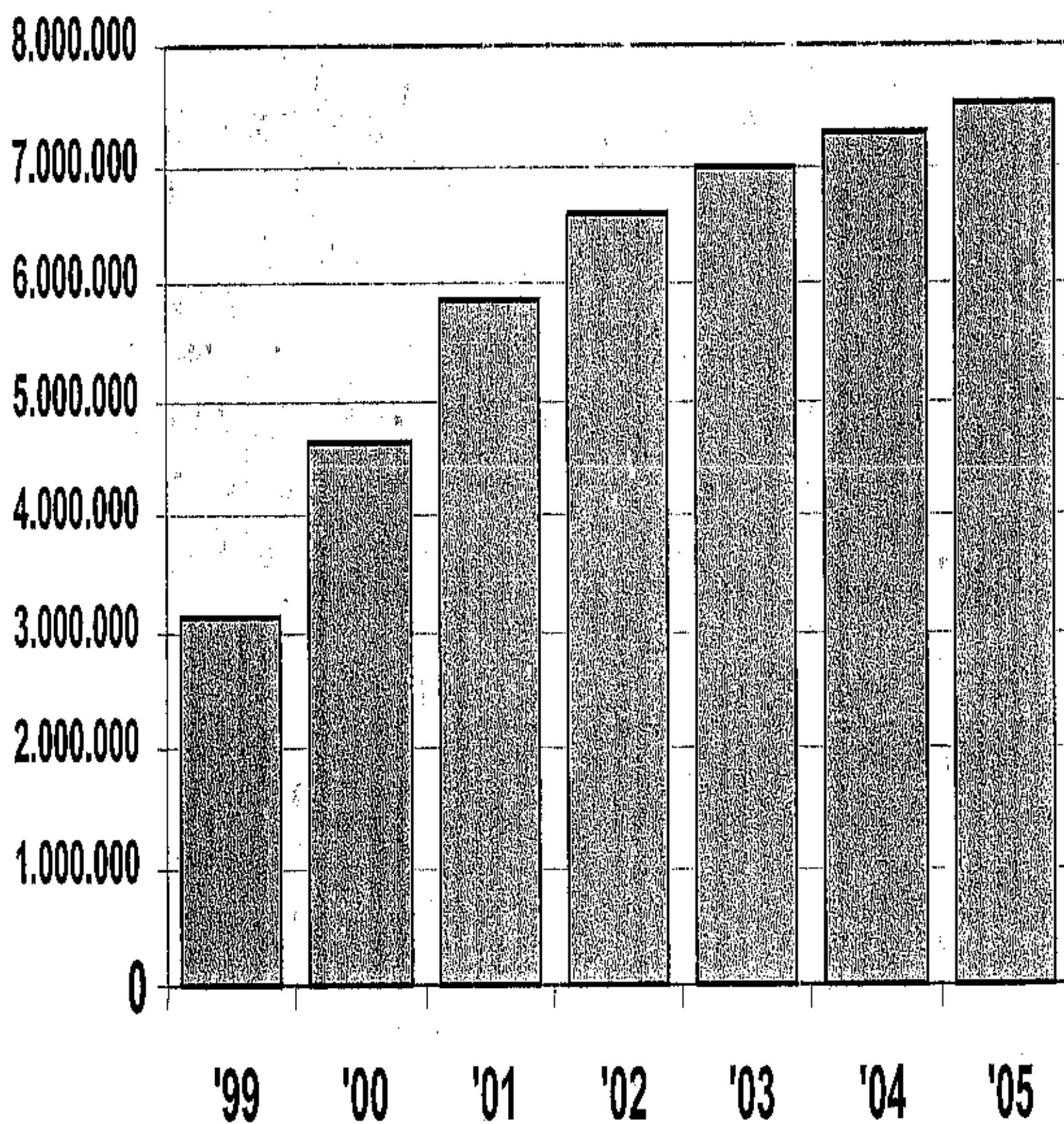
El Futuro





Viviendas atendidas

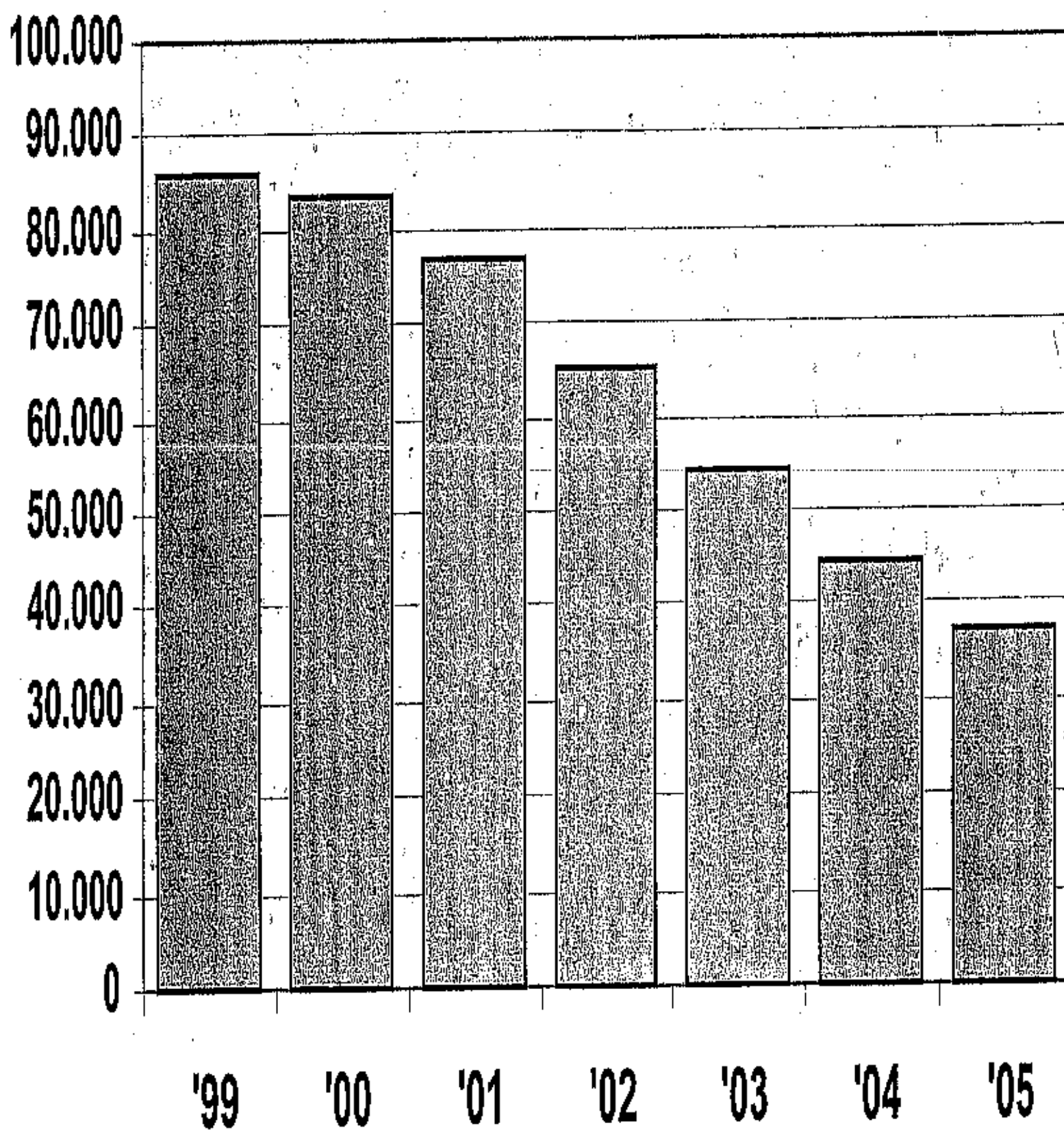
El Futuro





Viviendas medias por tienda

El Futuro





Número de empleados

El Futuro

