



Foto: Paloma Buj

¿Cuál ha sido la trayectoria de Compañía del Trópico desde sus comienzos?

Compañía del Trópico nace en 2014 fruto de la fusión que une Panaria, Charlotte Coffee Gastrobar, Café&Té y Café&Tapas. En los primeros años trabajamos para analizar en profundidad la información de todas las enseñas para buscar sinergias y perfilar al máximo la esencia de cada una de ellas. Pasada esa etapa, entramos en un periodo en el que realizamos un análisis profundo para optimizar al máximo el resto de categorías.

Actualmente, ¿cuáles son las principales magnitudes que tiene la empresa? (número de marcas, ámbitos, porcentajes de representación...)

Compañía del Trópico cuenta con las enseñas de Café&Tapas, Café&Té, Panaria, Uvepan, Atlántico, Charlotte. Además, este mismo año, el grupo se unía a Paco Roncero en la gestión del restaurante madrileño Estado Puro.

Compañía del Trópico es un grupo español de restauración organizada especializado en casual dining. La enseña con más presencia es Panaria, seguida de Café&Té, Café&Tapas y Charlotte.

¿Qué supone ser uno de los mayores grupos de restauración en España?

Foto: Panaria Vigo



ENTREVISTA

Paloma Buj

Directora de Marketing & Comunicación de Compañía del Trópico

Compañía del Trópico

«Una cafetería o restaurante, hoy en día, debe suponer una verdadera experiencia para el comensal y nosotros, como grupo de restauración, lo buscamos con cada una de nuestras marcas, conservando la esencia que caracteriza a cada una...»

“Buscamos en todo momento dar personalidad y un sello propio a cada una de las enseñas con el objetivo de tener marcas reconocibles. Y para transmitirlo bien, tenemos que estar al día sobre cuáles son las nuevas necesidades de los clientes, las tendencias de consumo... sin olvidarnos de que el objetivo es transmitir la esencia de cada enseña”, con estas palabras Paloma Buj, Directora de Marketing & Comunicación de Compañía del Trópico, nos expone cuáles son los principios de la compañía de cara al cliente. Compañía del Trópico es una empresa que cuenta con algunas de las principales enseñas de restauración dentro de su portfolio, con las que buscan ofrecer el mejor servicio a los clientes para, de esta manera, seguir creciendo. Conozcamos más acerca de la compañía a lo largo de la siguiente entrevista.

“Compañía del Trópico es un grupo español de restauración organizada especializado en casual dining...”

Un orgullo además de una gran responsabilidad. Trabajamos para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes ya que es fundamental para continuar creciendo. Debemos estar al día de todas las tendencias que se impongan en los hábitos de consumo de los clientes.

Una cafetería o restaurante, hoy en día, debe suponer una verdadera experiencia para el comensal y nosotros, como grupo de restauración, lo buscamos con cada una de nuestras marcas, conservando la esencia que caracteriza a cada una.

El Grupo está formado por varias marcas, ¿qué representa cada una de ellas? ¿A qué sector va dirigido?



Foto: Café&Tapas Calle San Jacinto

Café&Tapas ofrece una selección de tapas de esencia española reinventadas, pero sin perder el sabor característico de nuestra gastronomía. También tiene una selección de platos internacionales siempre con un toque personal. Su cocina 'non stop' permite

que sus productos se puedan disfrutar desde primera hora de la mañana con desayunos y brunch hasta el momento de la cena y copas.

Panaria es un concepto de bakery especializado en el pan de autor que

SOFTWARE PARA HOSTELERÍA

www.landin.es · landin@landin.es · 986 858 858



Foto: Café&Tapas Génova

cuenta también con un amplio surtido de alta bollería y cocina saludable. Sus locales luminosos con una cuidada decoración, ofrecen un servicio cercano y premium.

Charlotte Coffee Gastrobar ofrece desayunos y brunch, una amplia gama de cafés y dulces, hasta copas para momentos como el aperitivo o afterwork. Dispone de numerosas propuestas y experiencias gastronómicas, en un mismo espacio, durante todo el año.

Foto: Café&Tapas Gran Vía



Café&Té ofrece una amplia variedad de cafés y téis acompañada de una carta preparada para satisfacer las necesidades del cliente en cualquier franja horaria, con opciones para desayunos y brunch, comidas, meriendas y cenas.

El proyecto Atlántico cuenta con dos espacios en Madrid y uno en Lisboa. Su seña de identidad son las materias primas de gran calidad con matices adquiridos de la gastronomía de diferentes partes del mundo.



Foto: Café&Tapas Porta de la mar

Atlántico Casa de Comidas está ubicado en el barrio de Salamanca y su disposición, con zona de barra y mesas altas, así como un comedor con mesas desnudas que recuperan las tradicionales casas de comidas. Atlántico Restaurante Taberna es un espacio más informal que mezcla tradición y modernidad en el que se combina una barra para tomar aperitivos, vinos o cócteles, con mesas bajas dispuestas para comidas.

Estado Puro es una reinterpretación de la gastronomía española desde la más alta cocina. Actualiza y refresca el concepto más popular y exportable de nuestra gastronomía, las tapas. También reinventa el concepto de bar, manteniendo su esencia.

¿Qué porcentaje de negocios propios y franquiciados tiene Compañía del Trópico?

Actualmente, en Compañía del Trópico tenemos 50-50 y esperamos mantener la actual proporción de local propio y local franquiciado en un futuro.

En la actualidad, ¿qué diría que es lo más importante a la hora de conseguir buenas cifras de negocio en un sector como el de la hostelería?

Ofrecer algo más que servicio de hostelería. Como he mencionado anteriormente, debemos ofrecer

SIEMENS
Ingenuity for life



DELTA style

Inconfundible y elegante

La serie DELTA style es el arquetipo moderno de la serie clásica, tanto por su estética como por sus funcionalidades, que van más allá de los cambios en la moda.

[siemens.com/delta](https://www.siemens.com/delta)

una experiencia en cada uno de los servicios. Los locales tienen que entretener y para ello se sirven de un fuerte componente de marketing, imagen, servicio...

¿Qué elementos y valores esenciales componen la estrategia de marketing y comunicación de Compañía del Trópico?

Buscamos, en todo momento, dar personalidad y un sello propio a cada una de las enseñas con el objetivo de tener marcas reconocibles. Y para transmitirlo bien, tenemos que estar al día sobre cuáles son las nuevas necesidades de los clientes, las tendencias de consumo... y sin olvidarnos de que el objetivo es transmitir la esencia de cada enseña. Por ello, creamos estrategias para cada marca.

La restauración es un entorno tremendamente competitivo. ¿Cómo emplean las herramientas digitales para fidelizar y generar engagement los usuarios?

Contamos con un club de clientes, "enCompañía", en el que ofrecemos descuentos exclusivos y promociones para premiar la confianza de los clientes. Además, tiene una aplicación asociada para mejorar la comunicación con el cliente.

Foto: Café&té Conde Peñalver



Foto: Café&Tapas Local

Todas las campañas que ponemos en marcha tienen su repercusión en redes sociales, ya sea mediante hashtag, sorteos o concursos, etc. Colaboramos también con influencers ya que creemos que es una herramienta para reforzar nuestra presencia en redes sociales.

¿Cómo valora la situación actual del sector y su posible evolución para el futuro?

Vivimos un periodo de recuperación en el que muchos de los establecimientos que se estancaron durante la crisis están renovándose, tanto en interiorismo como en la digitalización de los servicios, así

como mejorando la experiencia del consumidor. En cuanto al sector, estamos viendo que las cadenas de restauración están fusionándose y creciendo para convertirse en grupos más fuertes. Por el momento, en España el 22% de la restauración está organizada y todo indica a que este porcentaje va a aumentar en los próximos años.

Por último, ¿cuáles son los retos de la compañía para cerrar el año?

Ampliar nuestro objetivo de aperturas que habíamos fijado en 2018. En un principio, habíamos previsto 21 nuevas aperturas, pero esperamos ampliar esta cifra.

Foto: Café&Tapas Calle San Jacinto



innovus®
Decorative Products

STUCCO | FUSION
Nuevas Texturas

SONAE ARAUCO
Taking wood further

www.sonaearauco.com