

La nueva cadena instala la Televisión de los Bares y su solución de *Big Data*

playthe.net digitaliza los establecimientos de la franquicia *El Chiringuito de Pepe*

- ***El Chiringuito de Pepe*, nueva cadena de restaurantes inspirada en la famosa serie de Telecinco, apuesta por la Televisión de los Bares de playthe.net para ofrecer a su público una completa parrilla de contenidos que incluye las emisiones deportivas de beIN Sports**
- **La solución engloba la digitalización de los restaurantes a través de los servicios de *Big Data* de playthe.net, con métricas en tiempo real del tráfico y de las emisiones en el punto de venta para conocer más y mejor a sus clientes.**
- **El primer restaurante de *El Chiringuito de Pepe* ha abierto sus puertas en el Mercado de Abastos de Aranjuez. Esta franquicia nace con la intención de tener una veintena de locales en toda España.**

14 de julio de 2016. *El Chiringuito de Pepe*, la nueva cadena de restaurantes creada por dos empresarios de Madrid Tomás Jimenez y Eduardo Cortés, sobre la licencia de la serie de Mediaset y la productora 100 Balas, se ha sumado a los miles de establecimientos que apuestan por la Televisión de los Bares de playthe.net, que da paso a una nueva generación de publicidad exterior.

La Televisión de los Bares –playthe.net– es un canal de comunicación digital que permite a estos establecimientos buscar la fórmula más adecuada para digitalizar su negocio, conocer a sus clientes, obtener ganancias extra, completar sus contenidos y gestionar de forma eficaz sus ingresos. La infraestructura tecnológica de playthe.net se ocupa de su digitalización. A través de WiFi inteligente y varias fórmulas que incluyen la posibilidad de contar con el contenido de las competiciones deportivas de beIN Sport

Además, la franquicia ha contratado con playthe.net el *Análisis y el Big Data* de toda la información obtenida, lo que permitirá a los gestores de *El Chiringuito de Pepe* contar con métricas en tiempo real del tráfico y de las emisiones en el punto de venta (número de personas, sexo, edad, perfil sociodemográfico) para conocer más y mejor a sus clientes.

¿En Peñíscola? No, en Aranjuez

La serie de Telecinco, Mediaset, protagonizada por Santi Millán, Jesús Bonilla, Begoña Maestre y Patricia Conde, y en la que también han participado otros actores y personajes conocidos como Blanca Portillo, Karra Elejalde, Emilio Gutiérrez Caba o Martín Berasategui, ha logrado un importante éxito en Telecinco. También ha contribuido el chef Manu Rubio: él y su equipo creaban

y cocinaban en realidad todos los platos que aparecían en la pantalla. *El Chiringuito de Pepe* contaba la historia de un cocinero (Santi Millán) galardonado con doce “estrellas Michelin” que descubre accidentalmente que su padre es el propietario de un restaurante de “fritanga” en la costa. El hijo se mete entre los fogones, sin desvelar su identidad, para ayudar a Pepe (Jesús Bonilla) a reflotar su local y convertirlo en un restaurante de vanguardia.

Ahora, el triunfo de la serie en televisión ha impulsado a estos empresarios a crear una sociedad que convierte *El Chiringuito de Pepe* en un local de hostelería. El primero de sus establecimientos no está en la playa de Peñíscola, como en la ficción, sino en el Mercado de Abastos de Aranjuez, donde ha abierto sus puertas, con la intención de tener una veintena de restaurantes en toda España en régimen de franquicia.

“Los franquiciados de El Chiringuito de Pepe tienen a su disposición un canal de comunicación con muchas posibilidades”, explica Luis Miguel Vindel, CEO de playthe.net. “Por un lado, cada local puede incorporar su propia información, como la carta del día o sus promociones. Por otro, ofrecen WiFi gratis y la programación de la Televisión de los Bares, que atraerá a muchos más consumidores y ayudará a fidelizar a los que ya tienen. Además, podrán emitir publicidad de terceros, que le aportamos nosotros, aumentando sus beneficios, y les facilitaremos el análisis a través de Big Data de toda la información obtenida”.

De este modo, playthe.net sigue apostando por los establecimientos hosteleros tras el acuerdo que firmó, en esta línea, con la Federación Española de Hostelería (FEHR), con el objetivo de ayudar a los bares y restaurantes a crear una experiencia digital e interactiva con sus clientes en el punto de consumo y ocio.