



Mediterránea Group lanza la marca Unico especializada en residencias universitarias

28-11-2023

Mediterránea Group, empresa de servicios globales de restauración colectiva, lanza la marca Unico, especializada en restaurantes y cafeterías de residencias universitarias. Además de nuevas propuestas gastronómicas adaptadas a los gustos de los universitarios, se diferenciará por incorporar un innovador programa de actividades especiales para dinamizar los restaurantes, así como descuentos y ofertas cruzadas enriquecidas con colaboraciones con grandes marcas de consumo.

La creación de Unico responde a una nueva estrategia de Mediterránea Group orientada a crear nuevas soluciones y marcas para cada segmento, con el fin de adaptarse mejor y más rápido a los nuevos hábitos de consumo y gustos de los distintos tipos de usuario. En este caso, con el objetivo de aumentar su penetración en residencias universitarias, un sector que acumula 925 centros en nuestro país en los que residen aproximadamente 90.000 estudiantes.

“Nuestra apuesta pasa por la especialización de marcas y productos en cada división donde operamos. Continuaremos ofreciendo a los clientes un servicio de calidad, adaptado a sus necesidades, y reforzado con nuevas propuestas de valor que contribuyan a captar y fidelizar a los usuarios finales”, explica Renzo Quiñones, director de marketing y comunicación en Grupo Mediterránea. “El lanzamiento de Unico es una muestra de ello. Hemos creado una marca joven y dinámica que va más allá de un servicio de hostelería tradicional. Unico es una comunidad que permite a los estudiantes disfrutar de la gastronomía a través de distintos puntos de contacto, participar en eventos exclusivos y acceder a beneficios adicionales gracias a nuestros acuerdos con grandes marcas”.

La propuesta de Unico se orienta a universitarios entre 18 y 22 años y combina conceptos gastronómicos con un plan de actividades y ocio destinado a la comunidad estudiantil. Para ello, nace con colaboraciones y acciones conjuntas con más de media docena de marcas con alta penetración entre los jóvenes.

Descuentos en moda, entradas a conciertos y un club de beneficios

Unico incorpora un club de beneficios para los alumnos de las residencias, quienes tendrán acceso gratuito a un *marketplace* con

diferentes opciones especiales de ocio y consumo con promociones y precios especiales. Este club incluye experiencias enfocadas a la creación de comunidad, como festivales, *brunch*, noches de cine virtual o jornadas y talleres temáticos.

También contempla colaboraciones con grandes marcas de consumo, dentro de lo que se incluyen descuentos en las compras online de las firmas de moda como Bumpers, Esenzia, Old School y Becay, y un acuerdo con la marca de bebidas Monster que comenzará con el sorteo de una tabla de surf.

En la parte de ocio, se llevarán a cabo sorteos y se ofrecerán beneficios exclusivos gracias a la colaboración con la marca Coca-Cola. Se ofrecerán descuentos para Smartbox y para la reserva de viajes universitarios a destinos como Cuba, Punta Cana, Riviera Maya, además de distintas localizaciones europeas como Malta, de la mano de Wasting Time. Unico también incluye paquetes exclusivos para obtener el permiso de conducir con la Autoescuela Lara.

Además, los estudiantes accederán a eventos e información exclusiva por parte de la empresa QS, consultora líder en educación de posgrados y que colabora con universidades y escuelas de prestigio mundial.

Menús personalizados para cada momento

Dentro del plano gastronómico, Unico destaca por una gran flexibilidad de servicio basada en una amplia oferta en cafeterías y residencias, además de córners y kioskos, cáterings virtuales, puntos de *vending* y *food trucks*. Un extenso despliegue para ofrecer un servicio ajustado al tamaño de cada centro y acompañar a los jóvenes en su alimentación.

Para ello, se ha seleccionado un equipo de especialistas en nutrición, dietética y producto. Un grupo de profesionales que diseñará una oferta gastronómica de variedad, atractiva y alineada con las últimas tendencias de consumo, sin olvidar el fuerte compromiso de Mediterránea con los productos frescos, de proximidad y alta calidad.

Contacta con **Mediterránea** o accede a su web a través de nuestro directorio de empresas.

Noticias Relacionadas

- Renzo Quiñones, nombrado nuevo director de Marketing y Comunicación de Mediterránea
- La Gasol Foundation amplía el proyecto 'Seísmo' gracias a Mediterránea Group
- Mediterránea supera sus datos prepandemia en un 15% y alcanza los 260 mill. € de facturación
- Mediterránea recauda fondos contra el cáncer en 25 centros hospitalarios y corporativos