

En un año sin precedentes para la hostelería marcado por la crisis sanitaria

Restalia Holding cierra 2021 con más de 1800 puntos de venta de sus productos

- *Liderada por José María Capitán, constituye un holding español con capital 100 % propio dentro del ámbito de la restauración organizada independiente*
- *En total, cuenta con más de 1800 puntos de venta, que se dividen entre 752 unidades de negocio de franquicia y 1057 puntos de venta de sus productos en superficies Retail*
- *Además de ser un año con foco especial en la gestión de la crisis sanitaria y el escenario inflacionista, 2021 ha sido un año marcado por la innovación, convirtiendo a TGB en la primera cadena en testar entregas con drones en casco urbano en nuestro país y a 100 Montaditos en pionera en probar el pago con criptomonedas*
- *La compañía además trabaja en ediciones especiales de sus marcas más emblemáticas para próximas aperturas en el extranjero, con la intención de promocionar la Marca España*

Madrid, a 14 de enero de 2022.- Restalia Holding reafirma su liderazgo en el sector de la restauración organizada con un cierre de año pandémico en positivo: **752 unidades de negocio en sus divisiones española e internacional de franquicias (639 en España y 113 en internacional) y 1057 puntos de venta de su división Retail**. La compañía liderada por José María Capitán, creadora y dueña de cinco marcas de restauración organizada en 13 países en Europa, EE. UU. y LATAM cierra un complicado 2021 manteniendo su capital único. *“En Restalia estamos orgullosos de ser un Holding español de restauración organizada independiente con capital 100 % propio, que además ofrece claves de emprendimiento y de futuro”,* afirma José María Capitán, fundador y presidente ejecutivo de Restalia Holding. Y es que solo en nuestro país, las franquicias de Restalia Holding, junto con la matriz, **emplean a más de 12 000 personas**.

“Incluso a mediados del mes de octubre, casi el 50 % de los locales llegó a ventas superiores al mismo periodo de 2019”, afirma Capitán, y añade, *“durante el último semestre del año en las franquicias situadas en países europeos como Portugal, España, Francia e Italia de 100 Montaditos se han servido casi 25 millones de montaditos, de TGB se han cocinado más de 4,2 millones de hamburguesas y se han vendido más de 7,4 millones de litros de cerveza entre todas sus marcas”*.

La compañía, además, puede presumir de ser la única que cerró el pandémico 2020 con el 95 % de unidades operativas abiertas, y, aunque redujo sus beneficios debido a las restricciones y cierres, también facturó en positivo. Uno de los motivos por los que Restalia vio reducidos sus ingresos fueron los distintos paquetes de ayudas para apoyar a sus franquiciados – en total se dieron **6 millones de euros en ayudas** – un extraordinario paquete privado de ayudas concedido a la hostelería en España. Planes que no han cesado, durante 2021 han lanzado, entre otros, el Plan Delivery, el Plan Eléctrico ante la subida de la luz; y **el reciente plan de contención de precios en materias primas a sus franquiciados en los próximos meses, ante a las oscilaciones inflacionistas en el mercado**.

Sobre la variante Ómicron y futuras restricciones en hostelería, la compañía tiene claro su poder de atracción *“durante el último trimestre del año la solicitud de franquicias ha aumentado un 22 % con respecto al mismo periodo*

de 2020, los emprendedores saben que apoyamos a nuestros franquiciados y eso es una marca diferencial. En Restalia creemos que el fin de la pandemia está cerca y que 2022 será un año para la recuperación y el emprendimiento”.

Capitán al timón

Con motivo de la pandemia, el fundador y presidente ejecutivo de la compañía, José María Capitán (Sevilla, 1969) decidió reorganizar la empresa y asumir un rol más ejecutivo. A principios de 2021, presentó la nueva estructura de la compañía Restalia Holding, en cuatro áreas especializadas: Restalia Brands, Restalia Retail, Restalia Delivery y Restalia Franchise Consulting. Cuatro áreas con actividades diversas que ya se venían desarrollando hasta 2021 pero que, gracias a esta reorganización, tienen ahora la capacidad de especializarse y, de esta forma, desarrollar diferentes proyectos, con independencia y con un alto grado de profesionalización. Y los resultados hablan por sí solos:

Restalia Brands. Tras 21 años de historia, la compañía gestiona cinco marcas comerciales. La clave del éxito de todas ellas se basa en el formato monoprecio, la unificación de la imagen y de las cartas, la calidad de los productos, la innovación, la estética y la diversión como motor de todos los conceptos. La compañía cuenta en la actualidad con **752 unidades de restauración** a nivel mundial, todas ellas gestionadas por una amplia red de franquiciados, no solo en España sino también en otros 12 países en Europa, EE.UU. y LATAM. En su apartado internacional, según explica Enrique Lasso de la Vega, director de desarrollo internacional, *“En 2021 hemos abierto locales en **Guatemala, Oporto y Lisboa, Faro y Brescia.** En 2022 seremos testigos de la **expansión de las marcas más jóvenes del Grupo, como Panther y Pepe Taco en Portugal**”.*

Restalia Delivery. La actividad propia de este proyecto se basa en la potenciación de los canales de venta online, ya sea propios o a través de plataformas integradoras. La innovación es fundamental en esta línea de negocio, desde la creación de conceptos exclusivos de venta única a través de *delivery* hasta la integración de nuevas tecnologías aplicadas a la venta o a la entrega de productos, nuevos formatos, nuevas formas de envío, nuevas experiencias cada vez más personalizadas, nuevos materiales etc. **Este año Restalia ha sido pionera en probar entregas con drones en casco urbano.** Es evidente que la pandemia ha cambiado nuestros patrones de consumo en todos los sentidos, y así lo reflejan las cifras: en 2021 **el delivery ha experimentado un crecimiento del 100 %** en la compañía dirigida por Capitán. Asimismo, en su compromiso con la sostenibilidad, la compañía se encuentra explorando nuevos modelos de reparto que serán testados a lo largo de este 2022.

Restalia Retail. La actividad propia de este proyecto se basa en la venta de productos creación de Restalia para otros canales de venta diferentes a la restauración tales como el sector FMCG o supermercados. **Esta división nació en 2021, en plena pandemia, y en menos de un año ha alcanzado rentabilidad. Actualmente está presente en más de 1000 puntos de venta.** *“Para nosotros es un gran paso en nuestro camino hacia la expansión y conquista de nuevos territorios. Trabajamos diariamente por conseguir estar en más supermercados y poder llegar al mayor número de usuarios posibles reforzando nuestro posicionamiento de marca. Así pues, somos la marca de restauración que ofrece a los consumidores la mayor variedad de productos en el mayor número de superficies”*, comenta Capitán.

Restalia Franchise Consulting: Actualmente, Restalia Franchise Consulting se focaliza de manera integral en asesorar y formar a todas aquellas organizaciones y personas que quieren aprender de la mano una empresa con la reputación y el prestigio de Restalia. Desde la elección del concepto, la ubicación de los locales, la política de precios, el servicio al cliente, la elección de los productos, la experiencia en el local y el *delivery*, la internacionalización de las marcas... una serie de necesidades que hasta ahora no se habían podido gestionar de una forma estructurada pero que, ahora, gracias a esta nueva organización, permite que muchos puedan conocer con detalle las claves del éxito de la compañía y así, aplicarlas a sus negocios.

Abanderando Marca España

Si algo tiene claro la compañía, es que la recuperación de la economía española no queda solo dentro de nuestras fronteras. Si bien la estrategia de Restalia Holding ha sido reforzar a nivel nacional tantos sus marcas más representativas - 100 Montaditos o TGB -, como sus nuevas enseñanzas - Panther y Pepe Taco-, basadas en fórmulas de

smart cost con productos de calidad y fácil operativa, la compañía también ha decidido testar prototipos de *restylings* para sus próximas aperturas en el extranjero, como es el caso de La Sureña o 100 Montaditos. *“Nuestro objetivo es potenciar la Marca España en el extranjero a través de nuestras enseñas, no solo en gastronomía, sino también en estilo de vida, algo que nuestras marcas representan perfectamente, pero que aún podemos maximizar”*, comenta Capitán, *“trabajamos en un **modelo de ediciones especiales inspiradas en las capitales españolas**, que comunicaremos próximamente”*.

“España es tradición y es futuro, ir a un 100 Montaditos en Miami, disfrutar del encanto de una taberna andaluza, y, además, ¿pagar con criptomonedas? Restalia lo hace realidad”, comenta el presidente de la compañía, que actualmente está ofreciendo la posibilidad de pagar con más de 70 criptomonedas en el local de La Vaguada.

Restalia, la mejor forma de emprender

Restalia Holding –100 Montaditos, Cervecería La Sureña, The Good Burger, Panther Organic Coffee y Pepe Taco–, es una compañía de origen 100% español de referencia en la restauración organizada y cuyas marcas han revolucionado el sector. Lleva más de 20 años innovando en la hostelería y el ocio, introduciendo en España conceptos nuevos que han triunfado y que otros han replicado en el mercado.

Restalia ofrece modelos de franquicias más flexibles, de máxima calidad y con un formato *smart cost* que dan respuesta a las nuevas demandas de los consumidores. El grupo está comprometido con el emprendimiento: genera oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro del sector y funciona como una apuesta sólida para los emprendedores.

www.gruporestalia.com

Para más información:

Gabriela Mantero | Departamento Comunicación de Restalia
gabriela.mantero@gruporestalia.com | 91 351 90 01

Tinkle | 91 702 10 10

Carolina González | cgonzalez@tinkle.es
Macarena Ortega | mortega@tinkle.es