

## Restalia crece un 64 % y alcanza una facturación de 33,4 millones en 2021

- A pesar de los efectos de la pandemia durante el pasado año, con restricciones en la hostelería por las diferentes olas del covid-19, la compañía mejoró notablemente sus ingresos gracias a la subida en ventas de sus franquicias
- Restalia presentó en 2021 un resultado consolidado de 7,7 millones de euros, significativamente superior al de 2020 (278.000 euros), teniendo en cuenta las constantes ayudas técnicas y económicas a su red de franquiciados que intensificaron con la pandemia y que, a día de hoy, continúan aplicando.
- El crecimiento internacional adquiere cada vez mayor relevancia para el grupo. En 2021 abrió locales en México DF, Oporto, Lisboa, Burdeos y Roma, y ha reabierto en Miami. Solo en Portugal duplicó su presencia durante el año pasado
- Del mismo modo, el *delivery*, línea de negocio que comenzaron a explotar por la pandemia, ha experimentado un crecimiento del 100 %

**Madrid, a 3 de septiembre de 2022.** - Restalia ha hecho público su informe de resultados correspondiente al ejercicio de 2021, con una **facturación que alcanza los 33,4 millones de euros**, lo que supone un **64 % más que en 2020**. Los resultados ponen de manifiesto la progresiva recuperación de las cadenas de franquicia tras las restricciones a las que todavía tuvo que hacer frente la hostelería el pasado año por las diferentes olas de covid-19.

Por su parte, las ventas alcanzadas por su red de franquiciados se incrementaron en un 22 % respecto al mismo periodo del año anterior, lo que pone de manifiesto un comportamiento positivo y de crecimiento.

El **resultado consolidado de Restalia se sitúa en 7,7 millones de euros**, significativamente superior al de 2020 (278.000 euros), y ello teniendo en cuenta las constantes ayudas técnicas y económicas a sus franquiciados que históricamente ha venido haciendo, se acentuaron desde el inicio de la pandemia y continúan aplicando.

La compañía cerró 2021 con 1800 puntos de venta, entre *retail* y locales a nivel nacional e internacional, y atendió en sus establecimientos a más de 70 millones de clientes. Además, en 2021 Restalia vendió **más de 74 millones de montaditos en su marca 100 Montaditos** y **más de 13 millones de hamburguesas de su marca TGB - The Good Burger**.

Con estos datos positivos, la compañía liderada por José María Fernández Capitán, de capital 100 % propio, creadora y dueña de cinco marcas originales de restauración organizada en Europa, EE. UU. y LATAM, **ya da por superada la pandemia, si bien es cauta** ante el panorama incierto ocasionado por la crisis energética y la fuerte presión inflacionista.

En cualquier caso, **sus perspectivas de crecimiento continúan siendo optimistas gracias a un modelo de franquicias consolidado y acíclico**. Ya en 2008 crecieron a un ritmo de doble dígito a pesar de la crisis económica mundial, muy por encima de la media del sector, y ahora **pretenden repetir el éxito de entonces**. *“En Restalia estamos orgullosos de ser el holding líder de restauración organizada que ofrece claves de emprendimiento y de futuro, y que es un valor refugio para franquiciados y clientes, incluso en pandemias y crisis mundiales”*, afirman desde la compañía.

### Desarrollo internacional

En 2021 abrieron locales en México DF, Oporto, Lisboa, Burdeos y Roma, y han reabierto en Miami. Además, destacan su imparable expansión en Portugal ya que, en solo dos años, Restalia ha conseguido un crecimiento del 100 % en el país vecino: la compañía finalizó 2019 con 19 locales y cerró 2021 duplicando su presencia, con 38 locales a lo largo de toda la geografía lusa. El país vecino es prioritario dentro de su estrategia de crecimiento internacional.

### 2021: Restalia Holding

A la recuperación de resultados ha contribuido la reorganización empresarial que tuvo lugar a principios de 2021 y por la que se ordenó la compañía en cuatro áreas especializadas bajo el nombre comercial Restalia Holding: Restalia Brands, Restalia Retail, Restalia Delivery y Restalia Franchise Consulting.

**Restalia Brands.** Tras 22 años de historia, la compañía gestiona cinco marcas comerciales 100 % originales. La clave del éxito de todos ellos se basa en el formato *smart cost* y 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 unidades de restauración en Europa, EE. UU. y LATAM. Restalia Brands trabaja de la mano del departamento de innovación. Si en 2019 fue el turno de 100 Montaditos, que estrenó nuevo *look & feel*, en 2021 fue el turno de Cervecería La Sureña que, con solo una década de edad, estrenó nueva imagen y nuevo nombre, Cervecería La Sureña Jarras y Tapas, con el color rojo como seña de identidad. La compañía también se convirtió en pionera en testar el pago con criptomonedas.

**Restalia Delivery.** Es evidente que la pandemia ha cambiado los patrones de consumo en todos los sentidos, y así lo reflejan las cifras: **en 2021 el *delivery* experimentó un crecimiento del 100 %** en la compañía dirigida por José María Fernández Capitán. La innovación es fundamental en esta línea de negocio, desde la creación de conceptos de venta 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... Es por eso por lo que Restalia decidió testar en 2021 las primeras entregas con drones en casco urbano, con su marca de hamburguesas TGB.

**Restalia Retail.** Un proyecto que veía la luz en marzo de 2021 diversificando sus líneas de negocio y ofreciendo nuevas fórmulas y hábitos de consumo, y que se inauguró con el lanzamiento del pan para hamburguesas TGB de la línea Home para supermercados. Esta división nació en plena pandemia, y en un solo año alcanzó rentabilidad. A 31 de diciembre, se encontraba en más de 1000 puntos de venta en España, en superficies como Carrefour, Alcampo, Costco, AhorraMás y El Corte Inglés, así como el Market de Glovo, entre otras, con un total de 13 referencias.

**Restalia Franchise Consulting:** Restalia Franchise Consulting nació para asesorar y formar a todas aquellas organizaciones y personas que quieren aprender de la mano de los líderes de la restauración. Abarca temas como 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... las claves del éxito de la compañía aplicadas a otros negocios.

### 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 española líder en 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.

**Para más información:**

Departamento de Comunicación de Restalia | 91 351 90 01

Jennifer López [jennifer.lopez@gruporestalia.com](mailto:jennifer.lopez@gruporestalia.com)

Gabriela Mantero [gabriela.mantero@gruporestalia.com](mailto:gabriela.mantero@gruporestalia.com)

Tinkle | 91 702 10 10

Carolina González [cgonzalez@tinkle.es](mailto:cgonzalez@tinkle.es)

Macarena Ortega [mortega@tinkle.es](mailto:mortega@tinkle.es)