



Ha abierto 30 establecimientos en 2026 y sigue expandiéndose: la tienda que cada vez vemos más en todas las ciudades



Pasear por el centro de cualquier capital de provincia o por las áreas de servicios de los principales nudos de transporte en España comienza a mostrar que todo está cambiando, y lo hace muy rápido. Los locales comerciales tradicionales están dando paso a espacios de restauración con un diseño muy cuidado, iluminación cálida y una oferta versátil que cubre desde el café de primera hora de la mañana hasta el afterwork nocturno.

Estos nuevos locales premium responden a una necesidad de las marcas por rentabilizar cada metro cuadrado.

Restauración premium

La confirmación del excelente estado de forma de esta vertiente de negocio ha quedado de manifiesto en los últimos balances de desarrollo empresarial en nuestro país. Según se hace eco Just Retail, el grupo de restauración multimarca FoodBox ha protagonizado una intensiva campaña de crecimiento al inaugurar 11 nuevos establecimientos solo entre los meses de mayo y junio. Este último impulso eleva la cifra a 30 nuevas aperturas en lo que va de año 2026, situando su red global en la espectacular cifra de 316 locales operativos en todo el territorio.

El motor de esta colonización comercial es la marca Santagloria Coffee & Bakery, una enseña que lidera de forma indiscutible el segmento de panadería y cafetería premium en España. De las aperturas más recientes, nueve corresponden a esta marca, que no solo ha reforzado su posición en bastiones tradicionales como la Comunidad de Madrid (con locales en Las Rozas, IFEMA o el barrio de Ríos Rosas), sino que ha desembarcado con éxito en plazas estratégicas como Granada (en plena Gran Vía de Colón), Torre vieja, Segovia, Esplugues de Llobregat o Sevilla, además de sumar un punto de venta internacional en Mérida (México). Con este ritmo, Santagloria ya suma por sí sola 234 establecimientos.



Batiendo récords

La capacidad de implantación de este gigante de la hostelería no se limita al sector de las cafeterías. Los expertos en inversión de retail destacan que la viabilidad del grupo está en su versatilidad, capaz de cubrir diferentes franjas horarias y perfiles de cliente bajo un paraguas de procesos estandarizados.

La consolidación del modelo multimarca se hace evidente a través de dos estrategias comerciales complementarias que abarcan desde la restauración experiencial hasta el consumo rápido. Por un lado, la firma Lateral ha confirmado la madurez de su transición hacia el sistema de franquicia con la apertura de un imponente establecimiento de más de 410 metros cuadrados en el Paseo del Mar de Torrevieja, cuya capacidad para 218 comensales demuestra que su propuesta de tapeo de calidad y coctelería es perfectamente escalable fuera de sus locales propios. De forma paralela, la marca Papizza continúa ganando terreno en el segmento de la alta rotación con su reciente inauguración en Chiclana de la Frontera (Cádiz), un formato netamente enfocado a atraer la compra por impulso en zonas con gran afluencia de público y ocio estival.

Más allá del crecimiento en volumen de negocio, el grupo ha sumado un hito de gran relevancia reputacional gracias a su alianza estratégica con [Ilunion Retail](#). Este acuerdo impulsa de manera directa la apertura de nuevas cafeterías de su enseña estrella, Santagloria, en ubicaciones de alto valor comercial, y promueve de forma activa la inserción laboral de personas con discapacidad. Se trata de un firme paso hacia un modelo de restauración organizada que demuestra que la viabilidad económica, la expansión a pie de calle y el desarrollo de un entorno corporativo verdaderamente inclusivo y accesible pueden ir de la mano.

Las ventas globales del grupo superaron los 163 millones de euros en el ejercicio de 2025 (un crecimiento del 11,2 % interanual), una inercia positiva que se ha mantenido en el primer semestre de 2026, donde las ventas del sistema han alcanzado ya los 86,6 millones de euros, registrando un repunte del 9,3 % respecto al año anterior.

El objetivo estratégico a medio plazo es ambicioso, pero perfectamente viable dadas las métricas actuales: la directiva prevé cerrar el presente año con aproximadamente 70 nuevas aperturas y superar la barrera de los 500 establecimientos operativos antes de que finalice el año 2028.

Preguntas frecuentes sobre la expansión de FoodBox y Santagloria

¿Cuántas tiendas tiene Santagloria actualmente?

¿Qué otras marcas forman parte del grupo FoodBox?

¿Cuál es el objetivo de aperturas para los próximos años?