



FoodBox refuerza su expansión con 11 nuevas aperturas durante los meses de mayo y junio



FoodBox impulsa su plan de expansión con la apertura de 11 nuevos establecimientos durante los meses de mayo y junio . Estas incorporaciones elevan a 30 el número de aperturas realizadas por el grupo en lo que va de 2026 y sitúan su red en establecimientos operativos.

Del total de aperturas realizadas en este periodo, nueve corresponden a Santagloria Coffee & Bakery , que continúa consolidando su posición en el segmento coffee & bakery y su capacidad para crecer en mercados y ubicaciones complementarias. La marca ha reforzado su presencia en la Comunidad de Madrid con nuevas aperturas en Las Rozas de Madrid, IFEMA y Ríos Rosas; ha incorporado nuevos establecimientos en Torre vieja, Segovia, Granada, Esplugues de Llobregat y Sevilla; y ha sumado una nueva unidad internacional en Mérida, Yucatán, México, en línea con el desarrollo de la marca fuera del mercado español.

Con estas incorporaciones, Santagloria alcanza una red de 234 establecimientos. Entre las aperturas más relevantes del periodo destaca la llegada de Santagloria a Granada, en el número 26 de Gran Vía de Colón, un establecimiento de 139,8 m², con terraza y aforo para 59 personas, operado en franquicia por [Ilunion Retail](#) y Comercialización. Esta apertura se enmarca en el acuerdo alcanzado entre FoodBox e [Ilunion Retail](#), orientado a impulsar el crecimiento de Santagloria en ubicaciones estratégicas y a generar oportunidades de empleo vinculadas a un modelo de restauración inclusivo y accesible.

También en junio, Santagloria ha abierto un nuevo establecimiento en Paseo del Mar, en Torre vieja, dentro del espacio gastronómico y de ocio ubicado en el Paseo del Dique de Levante. El local, de 58,71 m², cuenta con terraza y capacidad para 102 clientes, reforzando la presencia de la marca en enclaves turísticos y de alto tránsito.



A estas aperturas se suma la puesta en marcha de un nuevo restaurante de Lateral en Torrevieja, también en el espacio Paseo del Mar. Con una superficie de 413,31 m², terraza y aforo total para 218 comensales – 44 en sala, 98 en terraza cubierta y 76 en terraza exterior-, el nuevo restaurante se convierte en la segunda franquicia de Lateral y eleva la red de la marca a 21 establecimientos operativos.

El grupo también ha continuado impulsando el desarrollo de su concepto Papizza , con una nueva apertura en el centro comercial Hércules, en Chiclana de la Frontera (Cádiz), reforzando la presencia de la marca en ubicaciones de consumo rápido y alta rotación.

Estas aperturas dan continuidad al desempeño de FoodBox, que en 2025 superó los 163 millones de euros en ventas sistema, lo que supone un crecimiento del 11,2 % respecto al ejercicio anterior, y registró 57 nuevas aperturas. Esta evolución se ha mantenido durante el primer semestre de 2026, periodo en el que el grupo alcanzó 86,6 millones de euros en ventas sistema, un 9,3 % más que en el mismo periodo del año anterior, impulsado por el crecimiento de la red y la positiva evolución de sus principales marcas.

En palabras de Ignacio Poblaciones, director de Desarrollo de FoodBox : «La evolución del primer semestre confirma la solidez de nuestro modelo multimarca y la capacidad de FoodBox para seguir creciendo de forma ordenada en distintos segmentos de la restauración organizada. Santagloria continúa demostrando una gran fortaleza en el mercado coffee bakery , mientras que Lateral refuerza su recorrido en franquicia y su potencial para crecer en ubicaciones estratégicas con una propuesta experiencial, social y de calidad”.

«Las aperturas de estos meses son especialmente representativas porque combinan crecimiento en franquicia, desarrollo internacional, presencia en ubicaciones urbanas y centros comerciales, y avances relevantes en proyectos estratégicos, como el acuerdo con [ILUNION](#) o la evolución de Lateral bajo franquicia. Todo ello nos permite seguir avanzando hacia nuestro objetivo de cerrar 2026 con alrededor de 70 aperturas y alcanzar los 500 establecimientos operativos al finalizar 2028», añade Poblaciones.

Este crecimiento da continuidad al ritmo de expansión registrado por FoodBox durante el primer semestre del año y refuerza la capacidad del grupo para desarrollar sus marcas en distintos formatos, ubicaciones y momentos de consumo, combinando locales urbanos, centros comerciales, espacios de ocio, entornos turísticos y ubicaciones de alta afluencia.