

2 hamburguesas, 2 patatas, sin bebida, ni postre: Así piden los españoles a Domicilio

El 15% del total de las ventas de cualquiera de los restaurantes de The Fitzgerald proceden del delivery. Los fines de semana y las noches de lunes a viernes, los momentos que más se pide a domicilio. Más de 50.000 hamburguesas vendidas en el último año, siendo la Fitzgerald la preferida. El Protein Shake, la gran última apuesta que ha hecho la cadena en su carta, es la bebida preferida a la hora de comer (12:00?16:00) por delante de los zumos

Ofrecer una hamburguesa con ingredientes de primera calidad ha sido el objetivo principal de la cadena The Fitzgerald desde que en 2013 abriese su primer local en Torrente (Valencia).

El último año ha vendido más de 500.000 hamburguesas, siendo la Fitzgerald la preferida, seguida de la Rockefeller y la Texas. Además, quienes van a The Fitzgerald también buscan completar el menú con uno de los milkshakes, zumos licuados o Proteína Shake, la gran apuesta que ha hecho la cadena en su carta y que se ha convertido en la bebida preferida a la hora de comer (12:00?16:00). “Al igual que en la moda, en el sector de la restauración también se crean tendencias: de productos, platos, decoración de restaurantes . En nuestra última visita a New York, obsevamos que cada vez más establecimientos ofrecían productos a los que se les podían añadir toppings de super foods como proteína en polvo. Juntamos esta idea con nuestros zumos licuados y surgió el protein shake“, explica Carlos Gelabert, CEO de la compañía.

Esta opción de batido se elige antes que el Sweet Heart (zumo de zanahoria, manzanay jengibre) y el Iron Man (zumo de remolacha, zanahoria y manzana) pues, como cuenta Carlos los clientes eligen esta bebida ya que “se trata de un producto muy saciante que ayuda a mantener la forma de una manera divertida y diferente debido a la fruta que son hidratos de carbono y a las características de la proteína en polvo“.

Una parte muy destacada de los clientes de The Fitzgerald se decantan por delivery, el cual supone un 15% del total de ventas de cualquiera de los restaurantes de la cadena.

La previsión es mantener y aumentar este porcentaje debido a que esta forma de consumo se encuentra en alza. “Hay que cuidar muchísimo la experiencia de delivery. El cliente no degusta tu producto en tu entorno, si no en su casa. Pero si haces un buen trabajo, cuidando tiempos , temperatura, packaging podemos obtener nuevos clientes fieles en un mercado que hasta ahora no llegábamos. Cuidar el detalle al máximo es la claves “ comenta Gelabert. Los fines de semana y las noches de lunes a viernes es cuando más se pide a domicilio, siendo 2 hamburguesas, 2 patatas, sin bebida ni postre el pedido más repartido.

Datos de contacto:

Bruno Fabra

605 244 170

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Valencia](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>