

El Grupo DIHME resiste al COVID y supera los 10 millones de facturación en 2020

La entidad franquiciadora prevé reactivar su plan de expansión en el segundo semestre de este año

El grupo de gestión y desarrollo de franquicias de restauración y ocio DIHME ha cerrado 2020 con una facturación de 10,13 millones de euros. La cifra, un 15,9% inferior a la del ejercicio anterior, consolida la posición del grupo en el país, pese a las grandes dificultades que ha vivido el sector en 2020.

El grupo está preparado para volver a los registros de 2019, e incluso superarlos en 2021. De hecho, pese al impacto de la segunda ola de la pandemia, la evolución de los resultados durante el último trimestre del pasado año han mejorado notablemente los del tercer trimestre, con 2,7 millones de euros en ventas acumuladas, gracias a las ofertas y otras campañas que han permitido aumentar la rotación de los locales. El EBITDA de este cuarto trimestre se ha situado en 112.000 euros.

Asimismo, en 2020 la compañía ha reorganizado los locales del centro de Madrid, lo que supondrá una mejora notable de rentabilidad para 2021.

El Grupo, que tiene suscrito un acuerdo como master franquicia con la multinacional Molson Coors y su filial Cervezas La Sagra para desarrollar en España las marcas La Sagrada Fábrica y Blue Moon, reactiva su plan de aperturas para el segundo semestre del año. Su estrategia se centrará sobre todo en el desarrollo de su enseña La Sagrada Fábrica por distintas zonas del país, aunque también se está trabajando en aperturas de marcas propias.

En paralelo, el grupo que dirige Daniel Sala analiza distintas posibilidades de crecimiento a través de alianzas con grupos del sector o adquisiciones de marcas ya consolidadas. El momento es idóneo si se tiene en cuenta la crisis que atraviesa el sector de la hostelería, que ha derivado en numerosos cierres de negocios, traspasos y ventas, y que abre la puerta a un proceso de consolidación en busca de economías de escala y posicionamiento de marca.

El Grupo DIHME, creado por exdirectivos del Banco Santander, suma actualmente 14 restaurantes de Telepizza, dos de La Sagrada Fábrica y un Blue Moon. La inversión prevista en su plan estratégico a cuatro años, basado en un esquema multimarca, asciende a cerca de 20 millones de euros, incluyendo tanto inversión directa de DIHME como de los futuros franquiciados. Sus planes de expansión se apoyan en la firma de alianzas estratégicas con marcas internacionales de referencia en el sector de la restauración.

Según el consejero delegado de DIHME, Daniel Sala, “pese a la dureza de la pandemia del 2020, la solidez del proyecto no se ha visto comprometida. El plan ha resistido las inclemencias y en pocos meses estará de nuevo en crecimiento. Vamos a seguir invirtiendo en nuestras propias enseñas,

seleccionadas cuidadosamente para cubrir nuestro nicho de mercado y generando éxito a nuestros partners y franquiciados”.

La penetración de la franquicia en España es inferior a la que se registra en los países europeos de nuestro entorno. De ahí que la búsqueda de las enseñanzas adecuadas, el asesoramiento profesional correcto, la financiación y la ayuda profesional para la puesta en práctica de un modelo de negocio optimizado pueden ser garantía de un proyecto exitoso.

Datos de contacto:

Círculo de Comunicación
910001948

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

Categorías: [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Gastronomía](#) [Madrid](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>