

Lettus, la marca de comida rápida sana que triunfa entre los consumidores

[Multimedia](#)

La franquicia de Lettus se ha posicionado como un concepto referente por su calidad gastronómica y ha anunciado la apertura de un nuevo local en Fuengirola (Málaga)

La digitalización en el sector de la restauración se ha convertido en una herramienta fundamental para destacar frente a marcas competidoras. El avance digital que está experimentando la sociedad, unido a la situación de crisis sanitaria vivida el último año, ha hecho que los restaurantes pioneros en tener un servicio digitalizado y automatizado mantuvieran sus ventas, paliando así el efecto adverso del Covid -19.

En este contexto, se encuentra la marca malagueña que ha comenzado su expansión a través del modelo de franquicia, [Lettus](#). Este concepto de comida rápida sana cuenta con un sistema de elaboraciones y reparto sistematizada y rápida.

El restaurante abrirá sus puertas a mediados de Octubre, ubicado en el centro de Fuengirola entre Avd. Juan Gómez Juanito y C/ Las Castañuelas El establecimiento contará con 200 m2, donde se incluirá la oficina central, amplio almacén, y espacio para comensales tanto dentro del local, como en una terraza situada en una bonita plaza.

Junto a la apertura del nuevo establecimiento, se inaugurará la nueva carta.

Una de las principales ventajas de Lettus es su fuerte apuesta desde el inicio por el servicio delivery, donde los futuros franquiciados contarán con acuerdos previos con grandes plataformas de reparto a domicilio que garantizarán un recurrente de pedidos constante.

También destaca por ser un modelo empresarial innovador y recurrente. Tal y como apuntaba uno de los Ceo- fundadores Alejandro Parra, su concepto de franquicia reúne los requisitos indispensables para triunfar: “Nuestra carta está en constante innovación, cada año vamos ampliándola incluyendo opciones sanas, para veganos, vegetarianos e intolerantes al gluten. Además, nuestro compromiso con el medio ambiente nos ha conducido a crear envases compostables, todos los ingredientes son de kilómetro 0, frescos y cortados diariamente. Todos los productos contienen el valor nutritivo aconsejado por expertos. Además, el 80% de nuestra clientela es diaria, sobre todo trabajadores que tienen poco tiempo para comer, y quieren algo equilibrado y fresco”.

Los aspectos claves que definen este concepto atractivo y potencial son:

- La demanda de este tipo de productos continua en aumento, pasando de ser una tendencia a un hábito entre los españoles con una alta fidelización y consumo.
- Carta sostenible y saludable con elaboraciones con sello *homemade*, que garantizan una conservación óptima de sus nutrientes y una experiencia única.
- Concepto digitalizado y atractivo en redes sociales: Lettus se caracteriza por tener una fuerte y ambiciosa estrategia de marketing focalizándose en las principales redes en tendencia y realizando acciones de engagement efectivas.
- Colaboración con las principales plataformas delivery: su sistema automatizado combinado con elaboraciones rápidas y sencillas permite gestionar un amplio número de pedidos en poco tiempo.

Para más información, consultar sin compromiso al departamento de expansión de [Tormo Franquicias Consulting](#).
