vinetur

The Fitzgerald Co. renueva su identidad y amplía su propuesta gastronómica con la brasa como protagonista

La cadena valenciana apuesta por una carta más variada y una comunidad digital reforzada en su nueva etapa

lunes 2 de febrero de 2026



The Fitzgerald Co., la compañía valenciana fundada en 2013 por Carlos y Mario Gelabert, ha iniciado una nueva etapa en 2026 marcada por una evolución estratégica que redefine su identidad y amplía su propuesta gastronómica. Tras más de diez años en el sector del fast casual en España, la empresa ha decidido dejar atrás el apellido “Burger Company” para presentarse simplemente como The Fitzgerald Co., un cambio que busca reflejar una visión más amplia y libre de etiquetas.

La brasa se convierte en el eje central de la nueva carta, que mantiene las hamburguesas reconocidas de la marca e incorpora nuevos productos como costillares premium, perritos y pollo a la brasa. Esta ampliación responde a la intención de ofrecer una cocina centrada en el producto y el disfrute, manteniendo la coherencia con los valores que han convertido a la marca en un referente nacional. La apuesta por el fuego, presente desde los inicios de la compañía, se refuerza como seña de identidad en esta nueva etapa.

La transformación de The Fitzgerald Co. no se limita a la oferta gastronómica. La comunidad Fitz Squad adquiere un papel más relevante con un programa renovado que sitúa a las personas en el centro de la experiencia. Entre las novedades se encuentran el cashback en cada pedido, acceso anticipado a lanzamientos, productos exclusivos, eventos privados y un e-commerce con ediciones limitadas. Además, la nueva aplicación de la marca permite personalizar y agilizar cada pedido, mejorando la experiencia del usuario.

La compañía subraya que este cambio es el resultado de una evolución natural basada en la visión a largo plazo y la coherencia, y no una decisión improvisada. A lo largo de 2026, The Fitzgerald Co. tiene previsto lanzar nuevas colaboraciones, contenidos, desarrollos estratégicos y una serie documental que mostrará el proceso de transformación desde dentro.

Desde su primer restaurante en Torrent (Valencia), The Fitzgerald Co. ha apostado por la calidad del producto, el diseño de la experiencia y una cultura de equipo centrada en el desarrollo humano y profesional. La marca fue reconocida en 2018 como “Mejor Burger de España” en The Champions Burger y ha crecido combinando excelencia gastronómica, una identidad visual fuerte y una orientación clara al cliente. Su

expansión incluye restaurantes en Comunidad Valenciana, Madrid y Zaragoza, y mantiene una apuesta firme por el canal digital, el delivery y su Fitz Truck.

La nueva etapa de The Fitzgerald Co. busca consolidar su posición como referente en el sector de la restauración, apostando por la innovación y una comunidad cada vez más conectada. La compañía mantiene su lema: We are fuego. We are The Fitz.