vinetur

The Fitzgerald Co. refuerza su carta con el costillar a la brasa como nueva propuesta principal

La cadena valenciana apuesta por la personalización y el sabor real en su renovada oferta gastronómica

martes 3 de marzo de 2026



The Fitzgerald Co., la cadena de restauración fundada en 2013 por Carlos y Mario Gelabert, ha presentado una nueva carta en la que el costillar a la brasa se convierte en el plato principal. La compañía, que comenzó su andadura en Torrent (Valencia) y

actualmente cuenta con restaurantes en la Comunidad Valenciana, Madrid y Zaragoza, mantiene su apuesta por el sabor a la brasa y el respeto por el producto como señas de identidad.

La nueva propuesta de costillar a la brasa se caracteriza por su preparación lenta y cuidadosa. El costillar se laquea y ahúma al fuego, logrando una textura jugosa en el interior y un acabado caramelizado en el exterior. El plato se puede personalizar en tres fases, permitiendo al comensal adaptar la experiencia a su gusto. En primer lugar, se elige el estilo del costillar: Texas BBQ, con un perfil más ahumado; Pekín, con matices especiados; o Sweet Chili, que ofrece un contraste agridulce y un toque picante.

A continuación, el cliente selecciona la salsa que acompañará al costillar, con opciones como barbacoa, cheddar, ranchera, Emily o trufada. Finalmente, se pueden añadir toppings entre los que se encuentran coleslaw, piña natural, cacahuetes, cebolla crispy o relish de cebolla o de pepinillos. El plato se sirve acompañado de las clásicas patatas de la casa. El precio parte de 19,50€.

La nueva carta de The Fitzgerald Co. mantiene sus hamburguesas icónicas, pero amplía la oferta con platos pensados para compartir y disfrutar sin prisas. La compañía señala que esta evolución responde a su filosofía de cocina sin atajos, respetando los tiempos y apostando por sabores auténticos que conectan con el origen de la marca.

The Fitzgerald Co. ha sido reconocida en el sector por su enfoque en la calidad del producto, el diseño de la experiencia y una cultura de equipo centrada en el desarrollo humano y profesional. En 2018, la marca fue galardonada como “Mejor Burger de España” en The Champions Burger. Además, ha reforzado su presencia a través del canal digital, el servicio de delivery y su Fitz Truck, un food truck que forma parte de su identidad visual.

Con esta nueva carta, la empresa valenciana busca consolidar su posición en el sector de la restauración nacional, manteniéndose fiel a su lema: We are fuego. We are The Fitz.