



Er Pichi de Cai



TABERNA ER PICHÍ DE CÀI

PLAN DE EXPANSIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN 2026-2028

RESUMEN EJECUTIVO

01

Situación actual: 8 establecimientos operativos (5 propios, 3 franquiciados) en Málaga y alrededores. EBITDA actual del 10%.

02

Objetivos 2026-2028: Expansión a 20-24 locales, EBITDA del 20-22%, profesionalización corporativa y fortalecimiento de marca.



RESUMEN

SITUACIÓN ACTUAL

01

8 establecimientos operativos: 5 propios y 3 franquiciados. Presencia consolidada en Málaga capital (6 locales), Fuengirola y Alhaurín.

02

Concepto diferenciador: gastronomía gaditana auténtica con experiencia de taberna andaluza contemporánea. Ambiente reconocible y acogedor.

03

Modelo operativo validado y replicable, preparado para escalar manteniendo la esencia y calidad que nos caracteriza.



*"La esencia de Cádiz,
replicable y
auténtica."*

NUESTRA VISIÓN

Ambición de Marca

Ser la **referencia nacional en taberna gaditana** contemporánea. Competimos en autenticidad, calidad, experiencia y cultura andaluza. Nuestra propuesta de valor es clara: acercar la esencia de Cádiz a las principales ciudades españolas.

Posicionamiento Estratégico

Queremos que cada cliente viva una experiencia auténtica gaditana, reconocible y escalable. Nuestras Tabernas apuestan por los mejores productos de la tierra. Ofrecemos una carta estratégica y distinta a cualquier opción nacional. Todo evoca a Cádiz : la decoración , música, carnavales , nuestro personal y como no, nuestras tortillas de camarones. Esto nos posiciona como referente único en el mercado nacional.



OBJETIVOS 2026-2028

01

Expansión a 20-24 establecimientos totales: 5-6 aperturas en año 1 y 8-10 en año 2, consolidando presencia nacional.

02

EBITDA objetivo del 20-22%, duplicando la rentabilidad actual del 10% mediante optimización operativa.

03

Profesionalización: nuevos departamentos corporativos, cocina central en Málaga que homogeneice y de soporte a toda la red de tabernas.



***"Crecimiento
ordenado con
identidad fuerte."***

CRITERIOS DE EXPANSIÓN

01

Ubicaciones de alto impacto y visibilidad en zonas gastronómicas reconocidas con tráfico peatonal relevante.

02

Local de 120-140 m² con terraza, salida de humos operativa y fachada prominente para máxima exposición.

03

Preferencia por traspasos, locales acondicionados y licencias activas para acelerar apertura y reducir inversión.



Selección Estratégica

Cada ubicación debe cumplir criterios estrictos para garantizar el éxito del modelo Taberna Gaditana y la experiencia auténtica.



PLAN GEOGRÁFICO DE EXPANSIÓN

01

Fase 1 (0-9 meses):
Consolidación Costa del Sol y
Andalucía occidental con 3-4
nuevas aperturas estratégicas.

02

Fase 2 (9-18 meses):
Expansión a Sevilla, Granada,
Córdoba y Madrid con 6-7
aperturas en mercados clave.

03

Fase 3 (18-24 meses):
Expansión nacional hacia
Madrid, Valencia y otras
ciudades con 7-8 aperturas
adicionales.



NUESTRO CRECIMIENTO CADA VEZ MÁS CERCA DE TI

Seguimos creciendo para
estar cada día más cerca
de nuestros clientes.

YA ABIERTOS

- Málaga – Barrio de Soho
- Málaga – Huelin
- Málaga – El Palo
- Málaga – El Cerrado de Calderón
- Málaga – Teatinos
- Málaga – Zona Centro
- Alhaurín de la Torre
- Fuengirola



PRÓXIMAMENTE (MÁLAGA)

- Benalmádena
- Rincón de la Victoria



PRÓXIMAS APERTURAS FUERA DE MÁLAGA

- Sevilla
- Córdoba
- Madrid
- Valencia
- La Línea de la Concepción



NUEVAS CIUDADES, MISMA ESENCIA.
Seguimos creciendo para estar más cerca de ti.



**"De 8 a 24 locales en
24 meses."**

CIUDADES PRIORITARIAS



Sevilla

3-4 locales objetivo



Madrid

Flagship premium



Valencia

Mercado dinámico

MODELO DE EXPANSIÓN

MIX ESTRATÉGICO

PROPIOS

40-50%

Control total de calidad y marca. Presencia directa en mercados clave. Mayor inversión inicial pero márgenes superiores.

HÍBRIDO

EQUILIBRIO ÓPTIMO

Velocidad de expansión y optimización de capital. Menor inversión directa. Riesgo: menor control operativo directo.

DELEGADOS

50-60%

Crecimiento acelerado con socios alineados. Formación centralizada y supervisión continua. Compras y marketing unificados.

FORTALECIMIENTO DE MARCA

01

Inspiración en Cádiz y la cultura andaluza moderna como base de nuestra identidad visual y emocional.

02

Decoración, música, uniformes y comunicación coherente en todos los establecimientos.

03

Experiencia emocional con presencia activa en redes sociales y marketing local.



*"La esencia de Cádiz,
reconocible en cada
detalle."*

ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y PARTNERS

01

Productos gaditanos singulares y premium accesibles.
Proveedores locales de calidad: bodegas, conservas artesanales , quesos Payoyos, Atún de almadraba, Tortillitas de Camarones.

02

Partners estratégicos actuales: **Mahou San Miguel , Herpac y Bodegas Barbadillo.**
Diferenciación gastronómica basada en autenticidad y calidad certificada.



m MAHOU
SANMIGUEL

ESTD. 1821
BARBADILLO
PROPIEDAD DE FAMILIA

HERPAC
SALAZONES, AHUMADOS Y CONSERVAS

PROFESIONALIZACIÓN

ESTRUCTURA CORPORATIVA

01

Dirección de Operaciones: control de calidad, seguimiento de KPIs, estandarización de procesos y supervisión de locales.

02

RRHH y Marketing: reclutamiento, formación, cultura corporativa, gestión de marca y campañas de aperturas.

03

Compras, Calidad: negociación proveedores, auditorías, homologación y soporte personalizado a la red de tabernas.

Organización Departamental

Nueva estructura con departamentos especializados para soportar el crecimiento y garantizar la excelencia operativa en toda la red y nuevas aperturas.



COCINA CENTRAL

Desarrollo de una cocina central en Málaga para la producción de bases, salsas y guisos de quinta gama. Este hub operativo garantiza homogeneidad en todos los establecimientos, reduce la dependencia del personal local y acelera los tiempos de servicio.



Reducción de Mermas

PALANCAS DE RENTABILIDAD

IMPACTO EN EBITDA

COMPRAS

+3% A +5%

Negociación centralizada con proveedores y homologación de productos premium.

OPERACIONES

+2% A +4%

Estandarización de procesos y cocina central. Reducción de mermas y mayor eficiencia operativa.

PERSONAL

+4% A +6%

Optimización de cuadrantes, productividad y formación del personal.

EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

01

Mejor ambiente laboral y planes de desarrollo profesional para cada miembro del equipo, con oportunidades de crecimiento interno.

02

Formación continua en producto, servicio y cultura gaditana, con incentivos variables vinculados a resultados.

03

Cultura corporativa fuerte basada en valores andaluces: cercanía, autenticidad y sentido de pertenencia al proyecto.



**"Nuestro equipo es
el alma de la
taberna."**

MODELO DE CRECIMIENTO

01

Selección rigurosa de encargados y responsables con perfil dinámico, joven y experiencia hostelera que estén alineados con valores y la esencia gaditana.

02

Formación centralizada y manual operativo completo para garantizar consistencia en servicio, producto y experiencia cliente. Recetario común a todas las tabernas.

03

Supervisión continua con auditorías periódicas, marketing centralizado y compras homologadas para máxima consistencia. Apuesta por proveedores de la tierra.



Escalabilidad con Control

Un modelo diseñado para crecer manteniendo la esencia y calidad de las **Taberna Er Pichi de Cái** en cada nuevo establecimiento.

NECESIDADES DE INVERSIÓN

01

Destino de Fondos: Aperturas de nuevos locales, estructura corporativa profesionalizada, cocina central en Málaga, marketing y tecnología operativa.

02

Opciones de Financiación: Family offices, fondos especializados en hostelería, deuda estructurada e inversores privados estratégicos.



KPIS ESTRATÉGICOS

01

Operaciones: ticket medio objetivo €18-21, rotación mesas 2.5x, tiempo servicio <25 min, food cost <30%.

02

Personas: rotación personal <25% anual, satisfacción empleados >80%, horas formación 40h/año por empleado.

03

Marca y Expansión: reseñas >4.5 estrellas, engagement RRSS +50%, ROI apertura <24 meses, EBITDA 20-22%.



Indicadores Clave

Métricas de seguimiento para asegurar el cumplimiento de **objetivos de expansión**, rentabilidad y marca 2026-2028.



ROADMAP 2026

01

Profesionalización de estructura: incorporación de responsable de compras, refuerzo de operaciones y RRHH corporativo.

02

Primera fase de expansión: 5-6 nuevas aperturas en Córdoba, Granada y Cádiz. Apertura del flagship “andaluz” en Sevilla.

03

Desarrollo e implementación de la **cocina central** en Málaga para producción de quinta gama.



"El año de sentar las bases para el crecimiento sostenible."

ROADMAP 2027

01

Consolidación Andalucía con entrada estratégica en **Madrid y Valencia**, estableciendo flagship stores en ubicaciones premium de alto tráfico.

02

Escalado del modelo de negocio con procesos estandarizados, formación centralizada y supervisión continua para garantizar calidad.

03

Optimización EBITDA hacia 20-22% y apertura de 8-10 establecimientos adicionales entre propios y asociados.

"El año de la expansión nacional y consolidación."



CONCLUSIÓN ESTRATÉGICA

Este es el momento clave para evolucionar de un concepto regional exitoso a una cadena nacional reconocida. Las **Tabernas Er Pichi de Cói** cuenta con una identidad fuerte arraigada en la autenticidad gaditana, una experiencia operativa validada en 8 establecimientos y un plan de profesionalización sólido. Nuestro enfoque garantiza un crecimiento ordenado y rentable, priorizando la calidad, la marca y la excelencia operativa en cada nueva apertura.

ÚNETE AL PLAN 2026-2028

PREGUNTAS Y CONTACTO

Web: www.erpichidecai.com

Email: expansion@erpichidecai.com

Sede Central: Calle Trinidad Grund 21.OF12 (29001)
Málaga, Andalucía



G r a c i a s p o r s u a t e n c i ó n

