



©Depositphotos.

## Gestión de compras en restauración colectiva: calidad, fiabilidad y estabilidad en el servicio

31-01-2024

Artículo publicado en las **Horeca Stories\*** de Hostelco & Restaurama.

**Reflexionamos, con la ayuda de algunas voces del sector, sobre los diferentes sistemas de gestión de compras según las empresas y tipos de servicio. El segmento de las colectividades es el más invisibilizado dentro de la restauración y esto hace que en ocasiones los propios proveedores lo intuyan como difícil y no apuesten por él. Son retos de la gestión de compras junto a la digitalización y la sostenibilidad.**

Como se ha dicho muchas veces, el sector de las colectividades es el más invisibilizado dentro de la restauración y seguramente también el menos transparente; esto hace que muchas veces los propios proveedores no se atrevan a dar el paso de apostar por él, intuyendo que es un sector 'complicado'. El hecho de que una mayoría de servicios dependan de concursos públicos y precios cerrados, no solo perjudica a las operadoras, sobre todo en momentos inflacionistas como los actuales, sino que 'ahuyenta' a proveedores que ven más dificultades que beneficios en el hecho de trabajar con este segmento.

A pesar de todo, desde el punto de vista del proveedor, trabajar con las colectividades puede tener también sus ventajas; volumen, control, mayor previsión y estabilidad del servicio a largo plazo, serían los puntos fuertes.

### Diferentes sistemas de gestión de compras según las empresas y tipologías del servicio

Un hecho diferencial del sector de las colectividades es la gran variedad de tipologías de empresas operadoras que coexisten (desde grandes multinacionales hasta pequeñas empresas familiares), y los muchos tipos de centros y por tanto sistemas de gestión de compras según los servicios y la división de la que estemos hablando (no tiene nada que ver la gestión de compras de un gran hospital que la de un pequeño comedor escolar autogestionado).

Tal como explica **María López**, portavoz de Food Service España (federación de la patronal del sector), *"en restauración colectiva las empresas convivimos, más o menos al 50%, con dos modalidades de compra. Por un lado, están las compras agrupadas de productos, a nivel nacional y para todos los centros (alimentos secos, latas, conservas...); y, por otro, la compra local para los*

frescos como carne, fruta y verdura (el pescado no lo incluimos en esta segunda modalidad porque se utiliza congelado para evitar riesgos de seguridad alimentaria)”.

**Ester Mata**, responsable de Calidad y Producto en Campos Estela – Sabe que Alimenta, concreta que *“ahora mismo, en el sector conviven la compra directa al productor, las centrales de compra que cuentan con distribución propia a cada uno de los centros satélite y los distribuidores que acercan los productos del campo a las empresas de restauración colectiva. Creemos que este último sistema, el que cuenta con distribuidores, es el que más predomina en empresas de restauración pequeñas o de un tamaño medio, mientras que el de la central de compras es el predominante en las grandes empresas”*.

### **Partners profesionales que faciliten la operativa**

La gestión de compras de alimentos y bebidas en colectividades es absolutamente estratégica, tanto por la elección de los proveedores y productos que mejor se adapten a las necesidades de los clientes y comensales finales, como por el impacto directo en la cuenta de resultados a nivel de costes; por ello es importante contar con *partners* profesionales y conocedores del sector que faciliten esa gestión.

En este sentido, **Marc Ferré**, director general de Save up Market, una de las empresas que podréis encontrar en el espacio ‘Restauración en colectividades: meeting point’ de Hostelco & Restaurama, asegura que empresas como la suya ofrecen claras ventajas de gestión para el operador y de crecimiento estable para el proveedor. *“Ponemos a disposición del operador un sistema sencillo y eficiente de dirección y control de costes. Nuestro punto fuerte es el conocimiento del mercado y la simplificación de los procesos de compra... por otra parte, al proveedor le ofrecemos la garantía de crecimiento. Nosotros nos encargamos de toda la gestión de precios, tarifas, fichas técnicas y negociaciones del día a día. Esto permite a proveedor y operador trabajar en un entorno amable en el que se encuentren para hablar de servicio y producto. Permitimos a ambas partes, obviar la parte más ‘fea’ de todo el proceso”*.

**Artur Arqués**, CEO de Central Borne, otra de las firmas que podréis encontrar en la nueva área de colectividades, comenta que la situación actual hace especialmente necesario que las empresas confíen en un partner para su gestión de compras. *“La gran complejidad del sector de las colectividades es conseguir una buena calidad con unos presupuestos tan ajustados que, en tiempos inflacionistas como los actuales, hace imprescindible tener una gran y rápida capacidad de respuesta para buscar productos alternativos; y ello sin contar con las roturas de stock que estamos sufriendo como consecuencia de muchos problemas coyunturales”*. Más allá de la gestión de compras propiamente, para la que Central Borne cuenta con una oferta que abarca todas las gamas (ambiente, refrigerado y congelado) y una plataforma logística propia, Arqués introduce el término ‘venta consultiva’ como una manera de ofrecer *“capas de valor añadido al cliente, como por ejemplo el servicio de nutrición, planificación de menús, valoración de alérgenos, fichas técnicas, etc.”*.

Las empresas de Mercabarna, representadas igualmente en ‘Restauración en colectividades: meeting point’, están apostando también claramente por el sector, ofreciendo, tal como explica **Toni Nieto**, responsable de Estudios, Clústers y Desarrollo de Mercabarna, *“una combinación de acceso a productos frescos y variados, eficiencia logística, servicios de asesoramiento y una red de proveedores confiables”*.

Como explica María López, *“más allá del precio adecuado y el cumplimiento de la calidad pactada en cada producto, es vital para nosotros una distribución fiable en tiempo y forma, sin roturas de stock; una buena capilaridad y distribución logística; y también unas garantías de calidad y seguridad alimentaria en el almacenaje y distribución”*. En definitiva, la complejidad del sector hace que la ayuda por parte del proveedor sea vital para el buen funcionamiento de los servicios, tanto de los externalizados, como los autogestionados.

### **Digitalización y sostenibilidad... grandes retos**

Más allá de la propia operativa y gestión del día a día, cabe destacar que dos de los retos de presente y futuro en el campo de las compras son los de la digitalización y la sostenibilidad.

Todas las personas que aparecen nombradas en este artículo han coincidido en que la digitalización es clave; *“ya no es un reto, sino una necesidad; y no de futuro, sino inmediato”*, tal como comenta Marc Ferré. En la misma línea se pronuncia Artur Arqués, quien ve igualmente absolutamente necesario *“mejorar y automatizar los procesos para que sea todo mucho más rápido y fácil que con los tediosos procesos manuales”*; y Toni Nieto pone el acento en que queda aún mucho trabajo por hacer *“hay muchas empresas que no han empezado su proceso de digitalización”*.

En cuanto a la sostenibilidad en las compras, es un campo muy amplio y con muchos vértices. Se trata de un tema transversal que afecta a todas las áreas en un servicio de colectividades (compras de proximidad, alimentos ecológicos, diseño de menús, flotas, equipamiento eficiente, control energético, etc.). En cuanto al desperdicio alimentario, por ejemplo, según comenta Ester Mata, *“una de las ventajas de las colectividades respecto a otros segmentos Horeca, es un mayor nivel de previsión de compras lo que permite ajustarnos mejor al consumo real y reducir el despilfarro alimentario”*.

En este sentido, como asegura Toni Nieto, *“la entrada en vigor de legislaciones en materia de sostenibilidad y la adopción de medidas para reducir el impacto ambiental son desafíos clave para el sector”*.

---

(\*) **Horeca Stories** es una iniciativa de comunicación de Hostelco & Restaurama (H&R), a través de la cual se comparten mensualmente, artículos y contenido audiovisual presentado por periodistas del sector horeca. Se habla de soluciones, innovaciones, mercados y casos de éxito dentro del amplio abanico de segmentos que incluye el sector de la hostelería. Por primera vez, Restauración Colectiva (RC)

ha sido invitada a formar parte de este proyecto lo que supone un paso más en la apuesta de Alimentaria & Hostelco (A&H) por apoyar y dar visibilidad al sector de las colectividades. Suscríbete a las Horeca Stories.

Image not found or type unknown



### Noticias Relacionadas

- 'Restauración en colectividades: meeting point', el punto de encuentro que le hacía falta al sector
- Principales errores de las empresas en las licitaciones de contratos del sector público
- La industria, alarmada por el impacto de la sequía en el suministro de alimentos
- Las exportaciones tiran del crecimiento de la industria del equipamiento para hostelería



**Ana Turón**, periodista especializada en el sector de la restauración social y colectiva. Impulsora y responsable de [www.restauracioncolectiva.com](http://www.restauracioncolectiva.com), único medio de comunicación dedicado al 100% al sector de las colectividades en España; y también del 'Congreso de Restauración Colectiva' (CRC). @:  
[aturon@restauracioncolectiva.com](mailto:aturon@restauracioncolectiva.com) / LinkedIn.