Restauracióncolectiva
El portal de referencia para los profesionales del sector

Antoni Llorens, presidente y director general de Serunion (derecha) junto a Aksel Helbeck, director comercial (izquierda), en un momento de la presentación.

Consolidación de conceptos y digitalización, grandes apuestas de Serunion en 2017

15-02-2018

Serunion presentó el pasado 15 de febrero en un desayuno informativo, los resultados económicos del último año. La compan?i?a ha facturado 469 millones de euros en Espan?a y Portugal en 2017, lo que supone un crecimiento del 5,4% respecto al an?o anterior. La consolidación de los nuevos conceptos, la digitalización y la alimentación de proximidad, fueron el año pasado las grandes apuestas de la compañía.

Serunion ha presentado los resultados económicos del último año. La compan?i?a ha facturado 469 millones de euros en Espan?a y Portugal en 2017, lo que supone un crecimiento del 5,4% respecto al an?o anterior. Con estas cifras, mantiene la tendencia ascendente, con un aumento medio anual del 4% en el u?ltimo quinquenio.

Para **Antoni Llorens**, presidente y director general de Serunion, los buenos resultados de la compan?i?a se atribuyen principalmente a *"nuestra apuesta por la diversificacio?n de servicios, ofreciendo soluciones innovadoras a nuestros comensales y adaptadas a sus necesidades"*.

Serunion, que se ha mantenido li?der en su sector con ma?s del 24% de cuota de mercado, preve? superar los 500 millones de euros en 2020. *"Queremos ser el aliado que acompan?a y alimenta a las personas en todas las etapas de su vida. La consolidacio?n y la creacio?n de nuevos conceptos de restauracio?n, la apuesta por la digitalizacio?n y los productos de proximidad local sera?n las claves para crecer en los pro?ximos an?os"*, ha asegurado Llorens.

Con una trayectoria de ma?s de 30 an?os de experiencia, Serunion sirve cerca de 495.000 menu?s al di?a y opera en más de 3.000 centros de restauracio?n pertenecientes a todos los segmentos: educacio?n, empresas, sanidad, residencias de la tercera edad, vending y catering de autor bajo la marca 'Singularis'. En la actualidad, cuenta con un equipo humano de 20.725 colaboradores, lo que vuelve a situar a la empresa como una de las principales compan?i?as empleadoras en Espan?a. Otra cifra interesante es la de la inversión que, el año pasado, ascendió a 11,5 millones de euros.

Educación, la división con mayor facturación; el catering de alta gama, el que más ha crecido

‘Serunion Educa’ sigue siendo la divisio?n de la compan?i?a con mayor facturacio?n. Durante 2017, facturo? 200 millones de euros, un 7,3% ma?s que el an?o anterior. Con estas cifras, la divisio?n representa hoy el 42,6% del negocio total de Serunion. El pasado ejercicio, sirvio? unos 250.000 menu?s diarios de media en centros educativos de todos los niveles -educacio?n infantil, primaria, secundaria y universidades-. Este an?o ha incorporado en su cartera de clientes el Liceo France?s de Madrid y Alcobendas y las cafeteri?as CEU San Pablo ubicadas en diferentes provincias espan?olas.

Entre las divisiones que ma?s han crecido destaca ‘Singularis’, dedicada al catering de autor, que facturo? ma?s de nueve millones de euros, un 16,3% ma?s que el an?o anterior. Este 2017, Singularis inicio? el servicio de restauracio?n en el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra.

Le sigue ‘Serunion Business&Industry’ que con 81,3 millones registro? un crecimiento del 14,8%. En la actualidad la divisio?n gestiona 130 restaurantes de empresas e instituciones, la armada y en prisiones. Este u?ltimo an?o, la compan?i?a ha ampliado su cartera de clientes con Endesa, Movistar+, PSA Peugeot y Mercedes Benz, entre otros.

En cuanto a ‘Serunion Salud’, que opera en centros hospitalarios pu?blicos y privados de toda Espan?a, y ‘Serunion Mayores’, especializada en la gestio?n del servicio de comida para residencias y centros de di?a para la tercera edad, su facturacio?n llego? a los 154,6 millones de euros. Entre sus clientes, destacan la Residencia de la Bonanova (Palma de Mallorca), el Complejo Hospitalario de Badajoz y el Hospital La Princesa de Madrid.

Por lo que respecta a ‘Serunion Vending’, la divisio?n especializada en la distribucio?n automa?tica de alimentacio?n, crecio? un 5,2% respecto a 2016. Por u?ltimo, Portugal ha logrado un aumento de ventas del 4,1%. Serunion empezo? a operar en el pai?s luso en 1998, aunque su negocio principal se concentra en Espan?a.

Consolidación de los nuevos conceptos

Aksel Helbeck, director comercial de la compañía, ha puesto el acento en la consolidación de los nuevos conceptos. Uno de ellos, la marca ‘U by Serunion’, un concepto de cafeteri?as especializadas para centros universitarios, lanzado en 2016 cuyo objetivo es convertir el comedor universitario en un restaurante ma?s acogedor y a?gil en el servicio, con una completa oferta gastrono?mica que incorpora nuevos productos teniendo en cuenta las u?ltimas tendencias de consumo de los estudiantes.

La Universidad San Pablo CEU fue la primera en apostar por este nuevo tipo de cafeteri?as y espacios de restauracio?n, que se han ido incorporando en todos sus centros de Madrid, Valencia, Castello?n y Barcelona. En 2017 se han sumado cuatro residencias universitarias en Castello?n, Albacete, Murcia y Ca?diz. Esta? prevista la incorporacio?n de nuevas universidades y residencias de a?mbito nacional a lo largo de 2018.

Otro nuevo concepto, lanzado por la compan?i?a en 2017, es el de ‘Meetropolitan’, aplicado a los restaurantes de empresa, que propone diferentes espacios tema?ticos y una oferta gastrono?mica que combina la cocina tradicional y las propuestas ma?s cosmopolitas. El Edificio Colonial de Sant Cugat del Valle?s (Barcelona) es el primer restaurante que ha implantado este nuevo modelo.

A lo largo de 2018, la compan?i?a preve? inaugurar nuevos restaurantes que incorporen nuevos formatos de gran demanda en el sector, como *food-trucks* (bajo la marca ‘World Street’), *containers* y *corners* especializados, en colaboracio?n con reconocidas marcas comerciales. Asimismo, la divisio?n ‘Serunion Business&Industry’ sigue desarrollando el concepto ‘Mercado Gastrono?mico’, ya presente en cinco grandes compan?i?as durante este 2017 y cuyo crecimiento se preve? similar en 2018. Se trata de espacios diferenciados de cocina tradicional y moderna, en un entorno de mercado, donde el comensal puede encontrar una variada oferta, diferente cada di?a.

Por último, Serunion tambie?n ha seguido desarrollando el concepto propio de cafeteri?a ‘Daily Break’ para hospitales. Su objetivo es la creacio?n de espacios orientados al bienestar de los usuarios, con una este?tica muy cuidada y una oferta gastrono?mica saludable, para romper con el ambiente hospitalario y hacer ma?s agradable la estancia de pacientes, visitantes y profesionales.

Digitalización para mejorar la experiencia del comensal

La gran apuesta de Serunion para 2018 sigue siendo la digitalizacio?n de los restaurantes, tanto mediante la implantacio?n global de las apps para los restaurantes de empresa y para los comedores escolares como a trave?s de otros sistemas digitales (pantallas, control de aforo, avisadores de plancha, social wifis, quioscos de recarga). **Nacho Pons de Dalmases**, responsable de Innovación de la marca, ha realizado en la presentación un breve recorrido demostrativo por diversas aplicaciones que ya se están utilizando.

El objetivo de la digitalización es, por un lado, mejorar la experiencia 360º de los usuarios de los comedores de empresa en las divisiones B&I y Sanidad y, por otro, facilitar la comunicacio?n con los padres y tutores de los usuarios de los comedores escolares, agilizando las consultas, pagos y comunicaciones. Según Pons, *“desde mediados de 2017, estamos reconvirtiendo los restaurantes de empresa en espacios de coworking completamente digitalizados, mucho ma?s alla? de lo que se veni?a entendiendo como un comedor corporativo. En ese sentido, esta? prevista la digitalizacio?n de diez espacios restaurante durante 2018*.

En cuanto a las aplicaciones lanzadas en 2017 destaca ‘TimeChef’, la app de ‘Serunion Business&Industry’ para los comedores de empresa. A trave?s de ella, la compan?i?a ofrece informacio?n sobre los menu?s que se van a encontrar en el restaurante, adema?s de novedades sobre las promociones, eventos y actividades que se realizan. Tambie?n permite pagar de forma co?moda y ra?pida a trave?s de un sistema de pago cashless, reservar mesa y hacer pedidos para llevar y solicitar servicios especiales.

Otra de las aplicaciones puesta en marcha es la ‘App Educa’ dirigida a padres y tutores de los nin?os de los comedores escolares de Serunion. La aplicacio?n informa sobre los menu?s diarios de todo el mes, proporciona recomendaciones de meriendas y cenas y permite personalizar las dietas en casos de alergias o intolerancias de los nin?os. Adema?s, a trave?s de la app, los padres y tutores pueden gestionar los pagos del comedor, informarse de las actividades que se celebren y estar en contacto permanente con los monitores de los nin?os. Hoy la aplicacio?n esta? implantada en 140 colegios de toda Espan?a y en una segunda fase esta? previsto ampliar su cobertura a 48 ma?s durante 2018.

90 millones de euros gastados en proveedores de proximidad

La apuesta de Serunion por el producto de proximidad ha sido también uno de los principales retos en 2017: *“sera? tambie?n una de las li?neas a seguir a lo largo del presente an?o, asi? como la firme apuesta por los productos ecolo?gicos, que hemos comenzado ya a incluir en los menu?s de los hospitales. Nuestros consumidores optan cada vez ma?s por una alimentacio?n sana y equilibrada, en la que los productos de proximidad tengan cada vez mayor peso”*, afirma el presidente y director general de Serunion.

Durante 2017, la compan?i?a ha trabajado con 375 proveedores locales que so?lo sirven en su comunidad auto?noma, un 2% ma?s que el an?o anterior, lo que supone un volumen de compra de 90 millones de euros. En algunas comunidades auto?nomas los productos de proximidad pueden llegar hasta el 74%. Adema?s, se ha incrementado el nu?mero de referencias de productos ecolo?gicos en un 23%, alcanzando las 359 referencias durante este ejercicio.

Asimismo, prueba del compromiso de la compan?i?a por la produccio?n ecolo?gica es la certificacio?n recibida en 2016 por las cocinas centrales de Ma?laga, Sevilla y Almeri?a, que las acredita como centros de produccio?n de platos 100% ecolo?gicos, siendo los primeros centros de restauracio?n colectiva de Espan?a en recibir este reconocimiento. Serunion tambie?n ha puesto en marcha el Comedor Sostenible, un nuevo concepto de restauracio?n para escuelas que promueve una alimentacio?n saludable, respetuosa con el medioambiente y solidaria con el entorno. Su objetivo es potenciar los buenos ha?bitos de alimentacio?n y la inclusio?n de los nin?os dentro de un modelo de respeto y convivencia a trave?s de un comedor ma?s interactivo, basado en la promocio?n de la salud, la ecologi?a y la concienciacio?n social. El proyecto, que ya se ha puesto en marcha en diferentes escuelas de toda Espan?a, esta? teniendo muy buena acogida entre padres y alumnos y esta? previsto que se lleve a cabo en ma?s colegios a nivel nacional.

Por otro lado, en materia de calidad es importante destacar que Serunion es la primera empresa del sector que cuenta con la certificacio?n AENOR (UNE-EN-ISO 9001, UNE-EN-ISO 14001, ISO 22000:2005), adema?s de la Certificacio?n AMED y la Certificacio?n OSHAS.

Contacta con **Serunion** o accede a su web a través de nuestro directorio de empresas.

Notícias Relacionadas

- Serunion inaugura ‘Meetropolitan’, su nuevo concepto de restaurante para empresas
- Serunion presenta ‘U’, su nuevo concepto de cafeteri?a-restaurante para universidades
- Serunion crea un tipo de cafetería hospitalaria pensado para ‘desconectar’ del entorno
- Serunion reduce el desperdicio alimentario en un 32% de media, en sus comedores escolares