



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 compañía ha facturado 469 millones de euros en España y Portugal en 2017, lo que supone un crecimiento del 5,4% respecto al año 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 compañía ha facturado 469 millones de euros en España y Portugal en 2017, lo que supone un crecimiento del 5,4% respecto al año anterior. Con estas cifras, mantiene la tendencia ascendente, con un aumento medio anual del 4% en el último quinquenio.

Para **Antoni Llorens**, presidente y director general de Serunion, los buenos resultados de la compañía se atribuyen principalmente a *“nuestra apuesta por la diversificación de servicios, ofreciendo soluciones innovadoras a nuestros comensales y adaptadas a sus necesidades”*.

Serunion, que se ha mantenido líder en su sector con más del 24% de cuota de mercado, prevé superar los 500 millones de euros en 2020. *“Queremos ser el aliado que acompaña y alimenta a las personas en todas las etapas de su vida. La consolidación y la creación de nuevos conceptos de restauración, la apuesta por la digitalización y los productos de proximidad local serán las claves para crecer en los próximos años”*, ha asegurado Llorens.

Con una trayectoria de más de 30 años de experiencia, Serunion sirve cerca de 495.000 menús al día y opera en más de 3.000 centros de restauración pertenecientes a todos los segmentos: educación, 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 compañías empleadoras en España. 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 división de la compañía con mayor facturación. Durante 2017, facturó 200 millones de euros, un 7,3% más que el año anterior. Con estas cifras, la división representa hoy el 42,6% del negocio total de Serunion. El pasado ejercicio, sirvió unos 250.000 menús diarios de media en centros educativos de todos los niveles -educación infantil, primaria, secundaria y universidades-. Este año ha incorporado en su cartera de clientes el Liceo Francés de Madrid y Alcobendas y las cafeterías CEU San Pablo ubicadas en diferentes provincias españolas.

Entre las divisiones que más han crecido destaca ‘Singularis’, dedicada al catering de autor, que facturó más de nueve millones de euros, un 16,3% más que el año anterior. Este 2017, Singularis inició el servicio de restauración en el Palacio de Congresos y Auditorio de Navarra.

Le sigue ‘Serunion Business&Industry’ que con 81,3 millones registró un crecimiento del 14,8%. En la actualidad la división gestiona 130 restaurantes de empresas e instituciones, la armada y en prisiones. Este último año, la compañía 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 públicos y privados de toda España, y ‘Serunion Mayores’, especializada en la gestión del servicio de comida para residencias y centros de día para la tercera edad, su facturación llegó 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 división especializada en la distribución automática de alimentación, creció un 5,2% respecto a 2016. Por último, Portugal ha logrado un aumento de ventas del 4,1%. Serunion empezó a operar en el país luso en 1998, aunque su negocio principal se concentra en España.

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 cafeterías especializadas para centros universitarios, lanzado en 2016 cuyo objetivo es convertir el comedor universitario en un restaurante más acogedor y ágil en el servicio, con una completa oferta gastronómica que incorpora nuevos productos teniendo en cuenta las últimas tendencias de consumo de los estudiantes.

La Universidad San Pablo CEU fue la primera en apostar por este nuevo tipo de cafeterías y espacios de restauración, que se han ido incorporando en todos sus centros de Madrid, Valencia, Castellón y Barcelona. En 2017 se han sumado cuatro residencias universitarias en Castellón, Albacete, Murcia y Cádiz. Esta prevista la incorporación de nuevas universidades y residencias de ámbito nacional a lo largo de 2018.

Otro nuevo concepto, lanzado por la compañía en 2017, es el de ‘Meetropolitan’, aplicado a los restaurantes de empresa, que propone diferentes espacios temáticos y una oferta gastronómica que combina la cocina tradicional y las propuestas más cosmopolitas. El Edificio Colonial de Sant Cugat del Valles (Barcelona) es el primer restaurante que ha implantado este nuevo modelo.

A lo largo de 2018, la compañía prevé 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 colaboración con reconocidas marcas comerciales. Asimismo, la división ‘Serunion Business&Industry’ sigue desarrollando el concepto ‘Mercado Gastronómico’, ya presente en cinco grandes compañías durante este 2017 y cuyo crecimiento se prevé 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 día.

Por último, Serunion también ha seguido desarrollando el concepto propio de cafetería ‘Daily Break’ para hospitales. Su objetivo es la creación de espacios orientados al bienestar de los usuarios, con una estética muy cuidada y una oferta gastronómica saludable, para romper con el ambiente hospitalario y hacer más 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 digitalización de los restaurantes, tanto mediante la implantación global de las apps para los restaurantes de empresa y para los comedores escolares como a través 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 comunicación 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 más allá de lo que se venía entendiendo como un comedor corporativo. En ese sentido, esta prevista la digitalización 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 través de ella, la compañía ofrece información sobre los menús que se van a encontrar en el restaurante, además de novedades sobre las promociones, eventos y actividades que se realizan. También permite pagar de forma cómoda y rápida a través 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 niños de los comedores escolares de Serunion. La aplicación informa sobre los menús diarios de todo el mes, proporciona recomendaciones de meriendas y cenas y permite personalizar las dietas en casos de alergias o intolerancias de los niños. Además, a través 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 niños. Hoy la aplicación está implantada en 140 colegios de toda España y en una segunda fase está previsto ampliar su cobertura a 48 más 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: *“será también una de las líneas a seguir a lo largo del presente año, así como la firme apuesta por los productos ecológicos, que hemos comenzado ya a incluir en los menús de los hospitales. Nuestros consumidores optan cada vez más por una alimentación 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 compañía ha trabajado con 375 proveedores locales que soñan servir en su comunidad autónoma, un 2% más que el año anterior, lo que supone un volumen de compra de 90 millones de euros. En algunas comunidades autónomas los productos de proximidad pueden llegar hasta el 74%. Además, se ha incrementado el número de referencias de productos ecológicos en un 23%, alcanzando las 359 referencias durante este ejercicio.

Asimismo, prueba del compromiso de la compañía por la producción ecológica es la certificación recibida en 2016 por las cocinas centrales de Málaga, Sevilla y Almería, que las acredita como centros de producción de platos 100% ecológicos, siendo los primeros centros de restauración colectiva de España en recibir este reconocimiento. Serunion también ha puesto en marcha el Comedor Sostenible, un nuevo concepto de restauración para escuelas que promueve una alimentación saludable, respetuosa con el medioambiente y solidaria con el entorno. Su objetivo es potenciar los buenos hábitos de alimentación y la inclusión de los niños dentro de un modelo de respeto y convivencia a través de un comedor más interactivo, basado en la promoción de la salud, la ecología y la concienciación social. El proyecto, que ya se ha puesto en marcha en diferentes escuelas de toda España, está teniendo muy buena acogida entre padres y alumnos y está previsto que se lleve a cabo en más 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 certificación AENOR (UNE-EN-ISO 9001, UNE-EN-ISO 14001, ISO 22000:2005), además de la Certificación AMED y la Certificación OSHAS.

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

Noticias Relacionadas

- Serunion inaugura 'Meetropolitan', su nuevo concepto de restaurante para empresas
- Serunion presenta 'U', su nuevo concepto de cafetería-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