



## La flexibilidad y la variedad se hacen imprescindibles en los servicios a empresas

22-07-2015

**Sergio Miralles**, director de B&I de Compass Group España

**La división de Empresas (*Business & Industries*) de Compass Group España, Eurest, representa un 30% de la facturación del grupo a nivel nacional y cuenta con una plantilla directa de 1.700 personas. Hemos contactado con Sergio Miralles, responsable del área, para que nos explique ¿qué importancia estratégica tiene esta división en la compañía?, ¿qué características definen los servicios que ofrece? y ¿qué evolución ha seguido el segmento?**

El pasado 11 de mayo, Eurest Euskadi abrió las puertas de su nuevo restaurante 'E@t 502', con el que ofrece un nuevo e innovador concepto de restauración en el parque Tecnológico de Bizkaia donde está ubicado (en el municipio de Zamudio, cercano a Bilbao). El nuevo establecimiento se sumó al compromiso adquirido un año antes por Eurest Euskadi y Compass Group, cuando decidieron apostar por la innovación en la restauración del parque tomando la gestión de los otros dos restaurantes, el 'E@t 101: Batela' y el 'E@t 105: Kaiona'. Para Eurest Euskadi se trata de un proyecto estratégico dentro de su división de Empresas, donde aporta una amplia experiencia nacional e internacional.

Aprovechando esta inauguración, hemos hablado con **Sergio Miralles**, director de B&I (*Business & Industries*) de Compass Group España, un profesional que lleva 20 años en la compañía, los cuatro últimos como responsable la división de Empresas (una de las cinco áreas de negocio del grupo, junto a Educación, Hospitales, *Seniors* y Catering de alta gama).

**– Hablemos de los números de la división de *Business & Industries*...**

En estos momentos estamos trabajando con unos 300 clientes y representamos el 30% de la facturación del grupo a nivel nacional. La plantilla directa ronda las 1.700 personas.

**– El E@t 502 es la última de las inauguraciones de la división... ¿qué valor estratégico se le da al área de empresas y parques empresariales dentro de la compañía?**

– Nosotros, bajo el paraguas fundamental de la seguridad alimentaria, tenemos el objetivo de mantener crecimientos sostenibles a

través de la presencia segmentada en distintos mercados con un servicio siempre de calidad. Para ello resulta fundamental contar con un equipo adecuado, porque las personas son lo más importante en una empresa.

En esa línea, dentro del área que dirijo, hemos apostado por un modelo de proximidad al entorno con el formato 'E@t', que es el que hemos puesto en marcha, por ejemplo, en parques empresariales como el de Zamudio, en Vizcaya. Se trata de un traje a medida, en el que intentamos cuidar cada detalle para ofrecer una experiencia a un cliente que nos elige por el servicio que le damos. En la actualidad contamos con tres de estos espacios en Madrid, tres en Cataluña, otros tres en el País Vasco y proyectos ya en marcha para crecer.

– **¿Qué servicios se pueden destacar como emblemáticos por la razón que sea?**

– Servimos a clientes muy diversos y todos son importantes para nosotros. Entre ellos podríamos citar al Congreso de los Diputados, Gas Natural, Telefónica, Telecinco, Google, Cepsa, La Caixa, Inditex, PSA o Grifols.

**Comer bien es vivir mejor**

– **¿Qué diferencia fundamental existe entre un servicio dirigido a empresas y cualquier otro tipo de servicio de restauración? ¿Es un segmento muy exigente?**

– Se trata de un servicio cada vez más exigente en términos de calidad pero, también, de precio. Hay que tener en cuenta que abarca a un público muy amplio, desde los 20 hasta más de 60 años. Por lo tanto, la oferta también debe de ser múltiple, con diferentes opciones. Esa me parece una de las principales particularidades respecto a otras áreas: la variedad. Por eso tratamos de innovar de manera constante y de, con la base siempre de la calidad, acercar la restauración de calle al usuario a través de distintos conceptos gastronómicos y temáticos. Eso también implica la formación continua de nuestros equipos mediante distintos programas que tenemos en funcionamiento.

– **En la presentación del 'E@t 502' se habló de una 'oferta innovadora', ¿en qué sentido? ¿Cuál es el hecho diferencial de este concepto?**

– Nuestra oferta en el Parque Tecnológico de Zamudio se compone de tres restaurantes que ofrecen diferentes soluciones para diferentes colectivos: desde el restaurante vasco más tradicional hasta el '502', que es el último que hemos puesto en marcha. No es un local al uso, sino que lo enmarcamos dentro del concepto *fast good*, que ofrece más libertad al cliente a través de una mayor capacidad de elección, de una oferta más flexible y actual con, por ejemplo, *show cookings*, o un diseño más cuidado.

– **¿Qué otros conceptos ofrece Eurest a las empresas y parques tecnológicos?**

– Intentamos cuidar al usuario desde que llega al centro de trabajo, a primera hora, con el desayuno, hasta que vuelve a su casa. Estamos introduciendo, por ejemplo, los carritos *Gowen* diferentes puntos para complementar la oferta de restaurantes y servicios de vending. También, en aquellos lugares que ofrecen un espacio adecuado habilitamos salas polivalentes para reuniones o formación, porque el comedor ya debe ser un espacio polivalente.

– **¿Hacia donde ha evolucionado en los últimos años la restauración en este segmento? ¿Cuáles son las nuevas necesidades y las tendencias?**

– El eje en nuestra manera de funcionar es el convencimiento de que comer bien es vivir mejor. Se buscan ofertas equilibradas, sanas, frescas y variadas. Además, trabajamos constantemente en ideas nuevas que generen tendencias, como por ejemplo los módulos temáticos.

– **¿Es un mercado que está actualmente en alza? ¿Le ha afectado la crisis especialmente en estos últimos años?**

– Como a todos los sectores. Nos ha afectado en términos de volumen, aunque hemos mantenido un crecimiento medio de nuevos clientes de doble dígito gracias a que hemos sabido dar una respuesta adecuada a lo que se nos demandaba.

Conjugamos nivel gastronómico, servicio e innovación no sólo en comida sino también en espacios y buscamos soluciones que sean positivas para ambas partes. Hemos comenzado a notar una mejora en la tendencia porque el comensal gasta un poco más en su comida, han aumentado las peticiones de eventos y estamos preparados para seguir creciendo.

**Higiene y seguridad alimentaria por encima de todo**

– **En cuanto a la oferta gastronómica, aunque debe variar de unos centros a otros y de unas zonas a otras... ¿cuál es la filosofía a la hora de diseñar cartas y menús?**

– Nosotros tenemos un compromiso con la sociedad, que está en nuestro ADN, y que se cimienta en la seguridad e higiene alimentaria para garantizar el bienestar del cliente y el cuidado del medioambiente. A partir de ahí, como comentaba antes, intentamos adecuar la oferta a lo que el cliente quiere para convertir el espacio de la comida en algo más.

– **¿Cómo gestionáis el tema de la comida/menús para las personas alérgicas?**

– Tenemos un departamento de higiene y sanidad por el que somos reconocidos. Desde él planificamos la seguridad, nutrición y calidad del conjunto del grupo, tres elementos prioritarios. Estamos muy enfocados a que el usuario tenga mejor calidad de vida. Hemos trabajado muy bien la información de los alérgenos y hace tiempo ya que contamos con dietas especiales para los usuarios que requieren otro tipo de alimentación. Nuestras encuestas de satisfacción del cliente avalan este trabajo pero, sobre todo, avalan la labor que día a día hace el personal que está en contacto con ellos en sus centros.

– **¿Habéis introducido productos de proximidad y ecológicos?**

Lo estamos haciendo. Tenemos que dar respuesta a la singularidad de cada zona, acercar la compra que realizamos al territorio en el que estamos.

– **Y por último, en relación a la eficiencia energética, la sostenibilidad o más concretamente, el desperdicio alimentario,**

### ¿Lleváis a cabo alguna acción?

Compass Group está reconocida a nivel mundial por sus programas en reducción de deshechos y emisiones de dióxido de carbono. Formamos parte del *ranking* Forbes de las 500 compañías más sostenibles del mundo y también del top 15 del *Newsweek green ranking* por nuestro desempeño medioambiental. Los clientes lo valoran porque ellos mismos están siguiendo esa misma tendencia a nivel interno.

### Noticias Relacionadas

- [¿Qué es un workcafé y qué beneficios puede aportar a la empresa y a los trabajadores?](#)
- [La legislación que regula la obligatoriedad de tener comedor de empresa se remonta a 1938](#)
- [Un 29% de las empresas no ofrecen ningún servicio de comedor ni ticket restaurante](#)
- [El comedor laboral de Seat recibe la distinción Amed por promover la dieta mediterránea](#)
- [Una nutrición adecuada puede elevar los niveles nacionales de productividad hasta en un 20%](#)