



De izquierda a derecha: Iolanda Baqués (directora de Comunicación Corporativa e Institucional), Antoni Llorens (presidente y director general) y Aksel Helbek (director comercial).

Serunion presenta sus cifras y dibuja un futuro donde la digitalización revolucionará el sector

15-02-2017

Serunion hizo públicos en Barcelona los resultados económicos del ejercicio 2016 y presentó las líneas generales de su plan de negocio, destacando sus nuevos conceptos de restauración para cafeterías de hospitales, universidades y empresas. La firma ha consolidado una facturación de 445 millones de euros y sirve un total de 470.000 menús diarios, operando en casi 3.000 centros.

El pasado miércoles 15 de febrero, Serunion presentó en el restaurante 'El Mirador' del Palau de la Música Catalana, en Barcelona, los resultados del pasado ejercicio 2016 y explicó las líneas generales de su plan de negocio. **Antoni Llorens** (presidente y director general) y **Aksel Helbek** (director comercial) fueron los responsables de desgranar los datos y comentar todas las novedades de la compañía.

Serunion ha cerrado el año 2016 con una cifra de negocio consolidada de 445 millones de euros en España y Portugal, lo que supone un incremento del 2% de la cifra de negocio respecto al ejercicio anterior.

En España, Serunion es una de las compañías líderes en el sector de la restauración colectiva con más del 23% de la cuota de mercado del sector. En la actualidad sirve cerca de 470.00 menús al día y opera en 2.920 centros de restauración en sectores tan diversos como la educación, empresas, sanidad, residencias de la tercera edad, vending y catering de autor bajo la marca 'Singularis'. El servicio *in situ*, representa aproximadamente el 80% del negocio de la compañía.

Con una trayectoria de más de 30 años de experiencia, Serunion cuenta actualmente con un equipo humano de más de 19.000 colaboradores, incorporando este último año más de 360 personas, lo que sitúa a la empresa como una de las principales compañías empleadoras en España. Tiene además 23 oficinas, cinco delegaciones de vending y 16 cocinas centrales.

La compañía prevé alcanzar los 550 millones de euros de facturación en 2020.

Educación, sociosanitario y empresas

El binomio restauración y educación se reafirma como el que mayor facturación supone para la compañía, representando **Serunion Educa** el 41% de las ventas totales (182,7 millones de euros). Durante cada uno de los días lectivos del calendario escolar, Serunion sirvió unos 236.000 menús de media en centros educativos de todos los niveles –educación infantil, primaria, secundaria y universidades- .

En cuanto a las divisiones que han experimentado un mayor crecimiento durante el pasado ejercicio destaca **Serunion Salud**, dedicada al sector sanitario y que opera en centros hospitalarios públicos y privados de toda España, que facturó 82,8 millones de euros en 2016, un 7% más que el año anterior.

Otra de las divisiones con mayor crecimiento ha sido **Serunion Business&Industry** que con 70,8 millones de euros facturó un 6% más que en el año anterior. En la actualidad gestiona 130 restaurantes de empresas e instituciones, así como los servicios de restauración a bordo del AVE, en la armada y en prisiones. Precisamente, Serunion Business&Industry resultó adjudicataria en 2016 de nuevos contratos corporativos como los de los restaurantes de empresa de Movistar +, Endesa o la filial de Mercedes Benz en España, junto con la renovación del servicio del Banco de España. En Serunion Salud destaca el Hospital del Escorial; en Serunion Educa, la incorporación del colegio Liceo Francés en Madrid y las universidades CEU San Pablo en diferentes provincias españolas; en la división de Singularis, la adquisición del palacio de congresos Baluarte de Navarra.

También destaca el incremento de la facturación en Portugal, que ha crecido un 7% en el pasado ejercicio. Serunion empezó a operar en el país luso en 1998, aunque su negocio principal se concentra en España.

El futuro del sector pasa por la digitalización

Además de las cifras, la reunión convocada por Serunion sirvió para desvelar algunos de los proyectos más importantes de Serunion y para analizar, en general, las tendencias del sector.

En 2017, tal como explicó Antoni Llorens *“Serunion prevé una inversión global de 814 millones de euros destinada en su totalidad a inversiones ‘en casa del cliente’ ya que no tenemos prevista ninguna cocina central nueva”*. Así, Serunion seguirá en 2017 apostando por la innovación en nuevos conceptos de restauración. Este último año, la compañía impulsó la creación del concepto propio de cafetería ‘Daily break’ para hospitales, por parte de la división Serunion Salud; las cafeterías ‘U’ para universidades; y está a punto de inaugurar el primer ‘Metropolitan’, un nuevo restaurante de empresa con una oferta dividida en córnens temáticos con propuestas gastronómicas cosmopolitas (*street food, veggie spot, fish dock, take away*, entre otras) y un innovador diseño de interiorismo. El primer restaurante de este tipo se inaugurará en Sant Cugat del Vallès (Barcelona) durante el primer trimestre del año.

Llorens explicó, además, que Serunion dedicará este año muchos esfuerzos a la innovación en el ámbito digital. Según sus propias palabras *“el futuro del sector pasa por la digitalización; el mundo digital en la restauración colectiva revolucionará muchas cosas tanto a nivel de operativa interna de las empresas, como a nivel externo respecto a la comunicación con los clientes directos y los clientes finales”*. La compañía dedicará esfuerzos a la innovación en el ámbito digital con el desarrollo de aplicaciones propias para atender las necesidades tecnológicas de los comensales como el pago con monedero virtual, el despliegue de tablets en los comedores o nuevas formas de comunicación directa entre los monitores de los comedores escolares y las familias. Actualmente destacan las aplicaciones en Educa y Empresas, donde ya se han puesto en marcha portales específicos desde los que informar e interactuar con sus clientes finales.

Por último un año más se destacó la apuesta por el producto de proximidad como uno de los principales retos de Serunion para este año. *“Es una tendencia clara y en la que estamos trabajando. Cada vez más nuestros consumidores optan por una alimentación sana, dietéticamente equilibrada y preparada con productos ecológicos y de proximidad. Desde Serunion apostamos por ello en los comedores escolares y hemos empezado a incluir la alimentación ecológica en los menús de los hospitales”*, explica Llorens. En cifras, el 60% de las compras de la compañía se realizan a proveedores locales. Dentro del 40% restante se encuentran las bebidas que la compañía adquiere de forma centralizada para distribuir las entre sus diferentes centros, tales como el agua, todo tipo de refrescos o lácteos.

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, la cual las acredita como centros de producción de platos 100% ecológicos, siendo los primeros centros de restauración colectiva de España en recibir este reconocimiento.

Noticias Relacionadas

- Serunion crece un 6,6% y apuesta claramente por dar protagonismo a la gestión local