



Imagen del desayuno informativo convocado el pasado 5 de marzo por Serunion. De izquierda a derecha: Aksel Helbek, Antoni Llorens, Felip Pascual y Iolanda Baqués.

Serunion sigue liderando el sector con 479 mill. de facturación y el 24% de cuota de mercado

06-03-2019

Serunion ha convocado, por cuarto año consecutivo, un desayuno informativo para hacer públicos los resultados económicos de la empresa a cierre de 2018. Más allá de las cifras, los directivos de la compañía hablaron de estrategias de negocio, tendencias del mercado y de un plan de igualdad negociado con los sindicatos, para fomentar el acceso de la mujer a los puestos de mando.

Serunion cerró 2018 con una facturación de 479 millones de euros en España y Portugal y crecimientos en todas sus divisiones. **Antoni Llorens** (presidente y director general de la firma), **Aksel Helbek** (director comercial) y **Felip Pascual** (director de la división de B&I –*business and industry*–), fueron los responsables de presentar los números de la compañía y hablaron de la estrategia de negocio y tendencias del mercado, en una rueda de prensa convocada el pasado martes 5 de marzo, en Barcelona.

Un año más, Serunion se ha mantenido líder en su sector con más del 24% de cuota de mercado, acercándose a los 500 millones de euros de facturación con los que prevé alcanzar el año 2020 y presentando un crecimiento del 2,3% respecto al año 2017.

Con una trayectoria de más de 30 años en el mercado de la restauración de colectividades, la compañía sirve cerca de 498.000 menús al día y opera en 3.050 centros de restauración, tan diversos como la educación, empresas, sanidad, residencias de la tercera edad, vending y catering de autor bajo la marca 'Singularis' (ésta última ha crecido recientemente con la incorporación en su cartera de clientes como El Gran Teatre Liceu, el FC Girona o la Ciutat Esportiva del RCD Espanyol, entre otros). ?

Tal como explicó Llorens, la facturación por divisiones es la siguiente: 'Serunion Educa', 204 millones de euros (42,6% del total del negocio); 'Serunion Salud' (centros hospitalarios públicos y privados), 77 millones; 'Serunion Vitae' (residencias), 80,5 millones; 'B&I', 83 millones; la división de vending, 12,5 millones; y 'Singularis', nueve millones de euros. La división 'Serunion Business & Industry' (B&I) es la que mayores crecimientos está experimentando.

Aunque su negocio principal se concentra en España, Serunion empezó a operar en Portugal en 1998 donde este año ha logrado un aumento de ventas del 9,5%.

Ambicioso plan de igualdad

Aprovechando que estamos en la 'Semana de la Mujer', nos gustaría destacar el ambicioso plan de igualdad que Serunion ha pactado con los sindicatos para fomentar el acceso de la mujer a los puestos de mando de la compañía.

En la actualidad, Serunion cuenta con un equipo humano de más de 20.700 colaboradores, erigiéndose como una de las compañías empleadoras más importantes de España. Como explicó Antoni Llorens, *“con un 85% de mujeres en su plantilla, Serunion ha dado un paso más para mostrar su compromiso con sus empleados. Para ello, hemos firmado el primer plan de igualdad negociado con los sindicatos para garantizar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Entre las medidas de actuación destaca la formación para fomentar la inclusión de hasta el 70% de mujeres en los puestos de liderazgo de la compañía. Asimismo, el plan incluye medidas para mejorar la conciliación entre la vida profesional, familiar y personal, independientemente del sexo, estado civil o antigüedad”*.

En la presentación se comentó también que en el Comité de Dirección, formado por diez personas, hay actualmente una sola mujer, recientemente incorporada.

Otro de los esfuerzos de la compañía ha sido la mejora en las plataformas de formación como, por ejemplo, el portal de *microlearning* al que los empleados pueden acceder para mejorar y adquirir nuevas competencias. Hasta ahora, más de 1.200 colaboradores han utilizado el portal para desarrollar su carrera profesional y se han consumido 68.000 horas de formación.

'Serunion Business & Industry' crece y apuesta por las pymes

Con un crecimiento del 2,7%, la división que gestiona los servicios de restauración de empresas e instituciones, 'Serunion Business & Industry', ha sido la que ha experimentado un mayor crecimiento en 2018. Además, para dar respuesta a las necesidades de pequeñas y medianas empresas, Serunion ha desarrollado una subdivisión especializada en ofrecer a estas compañías soluciones de restauración en oficinas sin cocina, así como atender de forma directa a cualquier trabajador con plataformas digitales específicas.

En este sentido, la reunión sirvió para presentar el nuevo concepto 'Vitalista', a través del cual Serunion sirve a los trabajadores de las empresas gracias a unos *corners* ubicados en sitios estratégicos con una oferta de alimentación sana. Dotada también de una aplicación, los usuarios de la Comunidad de Madrid (comunidad en la que se ha iniciado el proyecto) pueden solicitar un menú a medida hecho por un dietista según sus necesidades y recibirlo donde deseen. *“Vitalista responde a la preocupación de aquellas empresas ubicadas en entornos urbanos, sin restaurante propio, preocupadas por la alimentación de sus empleados”*, afirmó Felip Pascual. Así mismo aseguró que el servicio está entregando ya 3.500 menús diarios y cuentan con seis *corners* montados en diferentes ubicaciones. Este servicio también estará disponible próximamente en otros puntos de la geografía española.

Asimismo, Serunion ha renovado 'Bites', un espacio modular y versátil que cuenta con desayunos dulces y salados saludables, un amplio surtido para comidas informales, bebidas *cold pressed* (licuados mediante presión en frío) y zumos naturales; en esta misma línea se han creado también los carros móviles 'Scalpers', donde se sirven ensaladas, *wraps* y platos calientes que permiten a los usuarios comer sano y variado.

Por otra parte, fruto de la creciente demanda de productos ecológicos, la compañía ha creado un nuevo modelo de restauración bajo el nombre 'The green house', un restaurante de empresa ecológico, saludable y sostenible. Se trata de una nueva oferta gastronómica que incluye platos saludables y aporta bienestar al empleado creando una buena experiencia en espacios *eco friendly*. L'Oréal es el primer cliente de la firma que disfruta de un restaurante de este tipo.

Además de L'Oréal, este último año la división B&I ha ampliado su cartera de clientes con BASF, Euroforum Madrid y las salas *vip* de AENA en el aeropuerto de Málaga, Sevilla, Palma de Mallorca y Alicante, espacios con gran afluencia de usuarios.

Alimentación saludable en todas las divisiones

Más allá de la división de B&I, Serunion centra su estrategia de negocio en ofrecer opciones más saludables en todos sus servicios de forma transversal.

Desde 'Serunion Vending', por ejemplo, y en colaboración con el Área de Nutrición de la compañía, se ha puesto en marcha un proyecto para ampliar la oferta de productos saludables en las máquinas de autoservicio para fomentar una alimentación equilibrada. Cada familia de producto cuenta con opciones beneficiosas para la salud, adaptándose a los criterios nutricionales establecidos por la Aecosan a través de la 'Estrategia Naos' del Ministerio de Sanidad y Consumo. Además, las máquinas de vending son interactivas para que los usuarios puedan acceder al catálogo de opciones virtual, a través del cual pueden consultar los valores nutricionales de cada *snack*, alérgenos, etc.

Así mismo, Serunion continúa ampliando su oferta de servicios con productos de proximidad y ecológicos. Durante 2018, la compañía ha trabajado con 378 proveedores locales que sólo sirven en su comunidad autónoma, lo que supone un volumen de compra de 96 millones de euros. En algunas Comunidades Autónomas los productos de proximidad pueden llegar hasta el 74%. También se ha incrementado el número de productos ecológicos en un 3%, alcanzando las 584 referencias en este último ejercicio.

Transformación digital en todos los sentidos

La digitalización es un pilar fundamental dentro de la estrategia de negocio de Serunion para acercarse al comensal y conocer sus necesidades.

En este sentido, además de la app 'Vitalista', la compañía sigue impulsando aplicaciones como 'TimeChef' de la división de Business&Industry que se puso en marcha el año pasado y que ahora ya está implantada en más de 40 restaurantes de empresa, o la aplicación 'Educa', implantada en 351 colegios de toda España.

Pero, más allá de estas iniciativas que demuestran el interés de Serunion por mantenerse en contacto continuo y directo con sus clientes finales, la transformación digital de la empresa pasa también por mejorar la infraestructura y los sistemas de los puestos de trabajo mediante la innovación digital, para empoderar y desarrollar al máximo el potencial de sus empleados.

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

Noticias Relacionadas

- Consolidación de conceptos y digitalización, grandes apuestas de Serunion en 2017
- Serunion presenta sus cifras y dibuja un futuro donde la digitalización revolucionará el sector
- Serunion crece un 6,6% y apuesta claramente por dar protagonismo a la gestión local