

Encuentro en Mercabarna entre empresas proveedoras de producto fresco y compañías del canal *foodservice*

“Con la crisis el consumidor sabe lo que quiere pagar cuando entra en tu restaurante”

La Asociación Clúster Alimentario de Barcelona –entidad que lidera Mercabarna– organizó, con la colaboración de ACCIÓ, la jornada “1 sesión Proveedores- distribuidores *foodservice*”. Este encuentro profesional, celebrado en Mercabarna el 17 de julio, tenía como objetivo reunir a empresas que proveen de producto fresco al canal *foodservice* y empresas de este sector.

En total, asistieron una veintena de empresas, entre firmas de Mercabarna especializadas en dar servicio al canal Horeca y compañías del sector *foodservice* como el Grupo Tragaluz, Unilever Foods Solutions, Nestlé Professional España, entre otros.

La jornada contó con la participación del director corporativo de compras del Grupo Eat Out, Ignasi Iglesias, que realizó una conferencia sobre las características y servicios que debe ofrecer un proveedor de alimentos que quiera trabajar para una empresa como la suya. Eat Out es un grupo de restauración con 650 restaurantes repartidos por 8 países diferentes y que cuenta con 14 marcas, algunas tan populares como Pans & Company, Fresc Co, Pastafiore, Burguer King o Bocatta.

En la ponencia, Iglesias destacó que los proveedores deben garantizar al máximo posible la estabilidad y la regularidad en el abastecimiento de producto, tanto en volumen, calidades y precios. “En el momento económico en el que estamos, el consumidor sabe cuánto quiere pagar por lo que consume y no admite fluctuaciones continuas en los precios”, apuntó el director de compras de Eat Out. Por eso, el proveedor también debe apostar por ofrecer productos económicos pero “de alto valor percibido” y sencillos en su manipulación.

Según Iglesias, las empresas de restauración buscan en sus proveedores valores como la diferenciación, el conocimiento del mercado, de las necesidades de los consumidores y el compromiso con el cliente. “Nuestro proveedor ha de ser capaz de servir a nuestros 650 puntos de venta sin que suframos”, explicó el directivo, “y sino es el caso, ofrecemos unas ventajas que otros proveedores no nos puedan aportar”.

Asociación Clúster Alimentario de Barcelona

Mercabarna lidera la Asociación Clúster Alimentario de Barcelona con el apoyo de otras instituciones y entidades como el Ayuntamiento de Barcelona, el Consorcio de la Zona Franca y la Asociación de Concesionarios de Mercabarna (ASSOCOME). Actualmente, esta entidad cuenta ya con la participación de 30 empresas, que buscan soluciones a problemáticas comunes, estudian conjuntamente hacia dónde va el sector alimentario y cómo se adaptan, aprovechando las sinergias que se establecen y colaborando entre ellas.

Una de las áreas que se está trabajando desde la Asociación es el *foodservice*, impulsando diferentes acciones y jornadas para analizar las oportunidades de negocio que ofrece este sector económico.