

Mediterránea crece un 23% y pone rumbo a los 300 millones

FACTURÓ 260 MILLONES EN 2022/ El grupo de restauración colectiva controlado por el fondo Portobello se apoyará en el segmento educativo y el exterior para crecer.

Víctor M. Osorio, Madrid
Grupo Mediterránea, una de las cinco mayores empresas de restauración colectiva en España y la mayor de capital nacional, dispara su negocio en 2022 y anuncia unas ambiciosas previsiones de crecimiento para este año.

La compañía, controlada por el fondo Portobello en un 90%, facturó 260 millones de euros el pasado ejercicio, un 23% más que un año antes y un 15% por encima de 2019, año en el que había marcado hasta ahora su récord histórico de ingresos.

“La pandemia afectó al 100% del negocio en colegios, empresas y cafeterías de hospitales, por lo que la actividad se redujo a la alimentación de los pacientes ingresados. La recuperación ha sido muy gradual y todavía no es completa en las empresas, pero la crisis sanitaria ha provocado, en paralelo, una mayor concentración del mercado de la restauración colectiva”, explica Mario Muñoz, director general de la empresa.

Mediterránea, el grupo líder en el segmento hospitalario en España y cuya presencia es especialmente relevante en centros públicos, basó su crecimiento del pasado año en el mantenimiento de su cartera de 350 clientes y en la adjudicación de nuevos contratos, sobre todo en el segmento educativo, aunque también se hizo con 28 nuevos centros sociosanitarios en la ciudad de Zaragoza.

250.000 comidas diarias

La compañía elevó un 10% el número total de centros donde presta sus servicios, hasta un total de 1.300, alcanzando 250.000 comidas servidas de media al día.

Sus grandes rivales en el mercado nacional son Seru-



El grupo presta sus servicios en unos 1.300 centros hospitalarios, educativos y empresariales.

nion (Grupo Elixir), Sodexo, Eurest (Grupo Compass) y Aramark. Las dos primeras son de capital francés, mientras que Compass es una multinacional británica y Aramark es estadounidense.

“Prestamos un servicio muy crítico, con una oferta saludable y sostenible, y esta visión nos está ayudando a crecer. Seguimos viendo mucho potencial en el segmento educativo, donde nuestra cuota es inferior a la del hospitalario, y en las residencias de estudiantes, a raíz de la apuesta de los fondos de inversión por este sector”, asegura Mario Muñoz.

La otra gran vía de crecimiento para la compañía es su internacionalización. Mediterránea dio el salto exterior en 2011 a través de Chile y amplió su huella en 2014 con Perú, con un foco muy claro por los centros hospitalarios haciendo valer su experiencia en España.

El año pasado, la compañía

El negocio exterior, centrado en Chile, Perú y Portugal, aporta ya 30 millones de euros

El grupo no espera recuperar sus cifras de rentabilidad previas al Covid hasta al menos 2024

estrenó también presencia en Portugal, donde ya suma más de 40 centros del sector educativo y hospitalario y sirve casi 15.000 menús diarios.

Este desarrollo ha llevado al grupo a generar ya 30 millones de euros de facturación en el exterior.

“La capacidad de crecer en estos mercados es más grande que en España porque nuestra cuota es menor. No tenemos planes por ahora para aterrizar en nuevos países, sino para ganar presencia en

donde ya estamos”, señala el director general del grupo.

Rumbo a 300 millones

La empresa prevé crecer este ejercicio en torno a un 15%, lo que situaría su cifra de negocio cerca de los 300 millones de euros. En cambio, Mediterránea asegura que deberá esperar al menos hasta 2024 para recuperar su rentabilidad previa a la pandemia por la dificultad para trasladar en este negocio el incremento de costes asociado a la inflación a algunos centros.

“En el caso de los clientes privados, intentamos llegar a acuerdos que nos permitan repercutir a los precios, y en la medida de lo posible, la presión sobre los costes, pero en el ámbito público es mucho más complicado, ya que la mayoría de los contratos no contemplan revisiones de precios. De hecho, esa es una de las grandes reivindicaciones de este sector”, concluye Mario Muñoz.