

GRUPO CRISOL

- **Empresa:** IBECOTEL S.L.
- **Sector:** Equipamiento hostelero
- **Actividad:** Grupo de almacenistas al servicio integral de la hostelería
- **Año de creación:** 1994
- **Sede Central:** Zaragoza
- **Web nacional:** www.grupocrisol.com
- **Principales servicios que ofrece a sus asociados:** relaciones con proveedores, coordinación de los miembros del grupo, asesoramiento técnico y comercial, documentación, publicidad, y asistencia a ferias, servicios postventa, catálogos.
- **Logotipo:**



La empresa

Grupo Crisol se constituyó como Central en 1994, bajo la denominación IBECOTEL S.L. Fue la primera CCS que se constituyó en el sector de hostelería. En aquel momento agrupaba 22 almacenistas para productos de hostelería y restauración.

En la actualidad, agrupa **40 empresas** almacenistas de hostelería y **83 puntos de venta**, que cubren prácticamente todo el territorio español (incluidas las Islas Baleares y Canarias), Andorra, Portugal y Francia. El Grupo GIF se encarga de la distribución en Francia con sus más de 80 puntos de venta. Su facturación supera los **170 millones de euros**.

La vocación del Grupo Crisol es ofrecer las mejores marcas al mejor precio, y sobretodo brindar a sus clientes un servicio óptimo. Para ello cuenta con **20.000 m² de exposición** y **82.000 m² de almacenes** y un equipo de más de **700 profesionales**, de los cuales, 180 forman parte de la fuerza de ventas.

Grupo Crisol atiende a más de 200.000 clientes. Por su implantación y volumen se ha convertido en el primer Grupo de hostelería español y líder en el equipamiento y reposición de hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, colectividades y catering.

Características del sector en el que opera

El sector de hostelería y colectividades, también conocido como HORECA (Hostelería, Restauración y Catering), tiene una dimensión en valor que se aproxima a los 120.000 millones de euros, lo que le convierte en uno de los sectores clave de nuestra economía, ya que representa aproximadamente el 7% del PIB y genera empleo para más de millón y medio de personas en sus más de 375.000 establecimientos, según datos de la Federación Española de Hostelería.

La cadena de suministro sectorial está compuesta por **productores de materias primas**, **fabricantes** (Coca Cola, Heineken, Kraft Foods, Nestlé, Unilever, elaboradores de platos preparados, fabricantes de elaborados cárnicos y conservas,...), **operadores logísticos**, **mayoristas** (Grupo Crisol, Conway, Canela Foods o Makro) **minoristas**, (Schultes Sistemas de Cajas Registradoras) y **operadores de restauración**, que se subdividen en restauración organizada (cadenas hoteleras como Meliá o AC Hoteles y cadenas de restaurantes como McDonald's, Telepizza, Grupo Vips, Tony Roma's, Autogrill o Rodilla), restauración independiente (cafeterías, bares y restaurantes), restauración automática o de impulso (vending, convenience stores, cines) y colectividades (comedores de empresa, salones especializados en eventos, colegios, hospitales o empresas de catering)

Es un sector muy atomizado y totalmente heterogéneo, en el que muchos de los operadores son microempresas y empresas familiares. Esto da lugar a que se creen multitud de formatos que resulta muy complejo segmentar. Muchas de estas empresas han visto en las Centrales de Compra y Servicios una oportunidad de desarrollo para favorecer su competitividad y garantizar su supervivencia.

La falta de innovación, la escasa utilización de la tecnología y la necesidad de modernizar muchos establecimientos son algunos de los factores que indican que el sector tiene que acometer una profunda transformación. Probablemente será uno de los sectores que experimentará más cambios durante los próximos años para adaptarse a las nuevas necesidades del consumidor.

Algunos de los fenómenos que marcarán el cambio serán la concentración de los establecimientos, la modernización de los sistemas logísticos, el desarrollo de las marcas de canal y la profesionalización de los recursos humanos.

El crecimiento en términos de cuota de mercado que está obteniendo la restauración organizada bajo una marca de canal o mediante el sistema de franquicia forzará el cierre de muchas pequeñas empresas y la renovación del resto. En general, los establecimientos hosteleros serán cada vez más homogéneos y ofrecerán una estética más moderna.

Aspectos clave de la CCS

Grupo Crisol ofrece a sus clientes un servicio integral para la creación, mantenimiento y mejora de cualquier establecimiento relacionado con la hostelería, restauración y colectividades.

Para ello, la Central pone a su disposición todos los artículos que necesitan para su negocio en un solo proveedor: menaje, mobiliario, maquinaria, textil, limpieza, etc.

Proximidad, entrega directa y amplio stock son algunas de las ventajas que ofrece a sus asociados. Además, cuenta con un amplio catálogo profesional de productos destinados a la hostelería, con más de 10.000 referencias de porcelana, cristal, cubertería, complementos de mesa, buffet, catering, cocina, pastelería, maquinaria, cuchillería, consumibles, textil, mobiliario, limpieza, cartelería y señalética, transporte y almacenaje, etc.

Pilares estratégicos

Los pilares estratégicos sobre los que Grupo Crisol ha ido evolucionando un proyecto que fue totalmente innovador en su sector, son los siguientes:

- **Ventaja del pionero.** La anticipación concede cierta ventaja a quien la pone en marcha, pero si no se está atento a los movimientos de otros competidores, ser primero puede convertirse en una desventaja si no es capaz de mantener una diferenciación consistente respecto a sus competidores. En este caso, además de ser los primeros, los profesionales de Grupo Crisol se han esforzado por ser los mejores ofreciendo un servicio integral a sus asociados.
- **Servicio integral.** Grupo Crisol ofrece a sus asociados “todo lo que precisen para desarrollar su actividad”. Esto quiere decir que pueden centrarse en la venta de sus productos y servicios con la tranquilidad de que la Central trabaja en el back office para atender sus necesidades. Pero en caso de que surja alguna necesidad no cubierta, Grupo Crisol se compromete a estudiar una solución.
- **Amplio surtido de productos, servicios y marcas.** El catálogo, en versión papel o en versión online, cuenta con más de 10.000 referencias de todas las familias de producto que interesan a las empresas del sector y de las mejores marcas que operan en el mercado. La amplitud de opciones es una de las principales ventajas que persiguen los asociados al adherirse a Grupo Crisol. La concentración del poder de compra a través de la Central permite, además, que todas esas referencias se puedan obtener en las mejores condiciones comerciales posibles.
- **Internacionalización.** Grupo Crisol opera en los mercados de España, Andorra, Portugal y Francia. La expansión internacional se inició mediante una alianza con el grupo francés GIF, a través de la cual GIF se incorporaba como accionista de Ibecotel S.L., e Ibecotel S.L. se incorporaba en la estructura accionarial de GIF. Los dos grupos se complementan perfectamente, ya que si el Grupo Crisol es el líder en equipamiento hostelero y particularmente en menaje en la Península Ibérica, el Grupo GIF es líder en Francia en la

instalación de cocinas para profesionales. Con este acuerdo el Grupo Crisol obtuvo la exclusiva para España y Portugal para comercializar la marca de maquinaria Franstal, una marca líder en Francia. Por su parte el Grupo GIF podrá distribuir los productos de las marcas Crisol y DasSchöne en Francia.

Best Practice para otras CCS

Grupo Crisol es un perfecto referente para todas las empresas que operan en el sector de la hostelería, pero también para todas aquellas que basan su estrategia en el **servicio integral** al asociado o para quienes precisan poner a su disposición completos **catálogos de producto** compuestos por miles de referencias. El modelo de **internacionalización** elegido por el Grupo Crisol también otro aspecto en el que se puede profundizar para obtener ideas que ayuden a acometer la expansión hacia otros países de una forma más rápida y segura.