



## Albi: cuando la gastronomía colectiva se transforma en motor de crecimiento e innovación



Albi: cuando la gastronomía colectiva se transforma en motor de crecimiento e innovación / ALBI

**Renata Domingo**

Santa Cruz de Tenerife 14 JUN 2025 0:00

Con más de 40 años de trayectoria, Albi se ha consolidado como una de las empresas líderes en restauración colectiva en España. Su enfoque innovador, compromiso con la sostenibilidad y adaptación a las necesidades de diversos sectores la posicionan como un referente en el ámbito de la restauración colectiva y la alimentación institucional.

Desde su fundación en 1983, Albi ha sabido reinventarse continuamente, adaptándose con agilidad a las transformaciones del mercado y fortaleciendo su presencia en todo el territorio español. Hoy, con más de 1.800 profesionales en plantilla, la empresa presta anualmente más de 6,5 millones de servicios a 250 clientes distribuidos en sectores tan diversos como el educativo, sanitario, corporativo y de ocio.

En 2024, Albi alcanzó una facturación de 65 millones de euros, lo que supone un crecimiento superior al 19% respecto al ejercicio anterior. "En nuestro sector, crecimientos de dos dígitos son excepcionales, y más aún en el contexto actual", subrayan desde la dirección. Este avance se ha conseguido manteniendo sólidos niveles de rentabilidad, a pesar del difícil panorama económico que aún arrastra consecuencias de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

### Te puede interesar

#### GENTE

Alaska habla de su divorcio de Mario Vaquerizo  
2025-04-24



#### VIDA Y ESTILO

Adiós a la sombrilla: el nuevo invento que da sombra a cuatro...  
2025-06-14



#### ACTIVOS

Ni Arganzuela ni San Blas: estos son los tres barrios más baratos...  
2025-01-17



#### LIFESTYLE

Super Zoom con IA, la revolución de la fotografía  
Honor



#### GENTE

Ana Soria (26) sobre su maternidad con Enrique Ponce (53) antes...  
2025-06-04



#### SOCIEDAD

Envejecer en casa: la solución valenciana que arrasa entre mayores...  
Qida



**Lo más leído**   **Lo último**

1. Investigan el incendio de dos coches de la misma mujer en Tenerife

## Un modelo comercial centrado en el cliente

Albi va más allá del modelo comercial tradicional adoptado por muchas empresas del sector. En lugar de contar con una red de agentes o un departamento de ventas al uso, la compañía ha implementado un enfoque singular: quienes gestionan los centros son también quienes presentan y venden el servicio. Esta fórmula, centrada en la cercanía y el conocimiento directo del cliente, ha permitido alcanzar unos índices de fidelización extraordinarios, con tasas de renovación que se sitúan entre el 95 % y el 98 %.



Juan José Canabal Fernández. / ALBI

“Somos una organización con un ADN comercial compartido. Cada persona en Albi contribuye al crecimiento desde su posición”, subrayan desde la dirección. Esta estrategia no solo ha reducido significativamente los costes asociados a la estructura comercial, sino que ha permitido redirigir recursos hacia iniciativas centradas en mejorar la experiencia del cliente.

En paralelo, Albi ha sabido adelantarse a los retos de un sector que históricamente ha mostrado cierto rezago en materia digital. Apostando por el marketing digital y por canales de captación más eficientes, la empresa ha conseguido atraer nuevos clientes sin recurrir a grandes inversiones en prospección, reforzando su estrategia de fidelización.

## **Alianzas estratégicas y expansión de servicios**

En Albi parecen siempre estar enfocados un paso más allá. Un ejemplo de esta constante evolución y asunción del riesgo es la colaboración con el chef Carlos Maldonado, galardonado con una estrella Michelin. Gracias al trabajo conjunto con el prestigioso cocinero, Albi ha iniciado el

novedoso camino de introducirse en el exigente universo de la restauración organizada. Además,

esta alianza impulsa de forma paralela un gran trabajo de innovación gastronómica en el ámbito de la restauración colectiva y también ha facilitado la entrada de la compañía en el canal corporativo.

Además, Albi ha ampliado sus servicios para adaptarse a las necesidades específicas de diferentes sectores. En el ámbito educativo, la empresa ofrece menús que combinan alimentación, salud y equilibrio, fomentando el aprendizaje y la convivencia. En el sector sociosanitario, proporciona dietas equilibradas y adaptadas a las necesidades de personas que requieren una atención alimentaria especial. Y, en el ámbito corporativo, Albi diseña espacios de restauración cálidos y acogedores, con productos de alta calidad que estimulan la productividad y el bienestar de los empleados.

## **Compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social**

La compañía ha asumido un compromiso real con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, participando activamente en iniciativas que fomentan la inclusión social y el respeto al medioambiente. Su implicación se traduce en acciones concretas: desde la promoción de compras responsables a través de proveedores locales y de comercio justo, hasta la exigencia de sistemas logísticos energéticamente eficientes.

En Albi, la responsabilidad social no es una estrategia de imagen, sino una convicción firme de trabajar con propósito, integrando valores éticos en cada decisión y acción. Esta filosofía quedó especialmente patente en 2023, coincidiendo con el 40º aniversario de la empresa, cuando se presentó una nueva identidad de marca alineada con sus principios de sostenibilidad, calidad e inclusión. Durante ese aniversario, los responsables de la compañía subrayaron "la importancia de generar proyectos que impacten de forma positiva en el entorno económico, social y medioambiental", reafirmando así su voluntad de liderar con el ejemplo.

Con una trayectoria consolidada y una visión orientada al futuro, Albi se posiciona como una empresa dinámica, innovadora y profundamente conectada con las necesidades de sus clientes y su entorno. Su capacidad de adaptación y su enfoque humano y sostenible la convierten en un referente en el ámbito de la restauración colectiva. La compañía continúa avanzando en el desarrollo de proyectos con impacto positivo, con el claro objetivo de liderar una transformación real en el sector y marcar la diferencia frente a otros actores del mercado.

---

**TEMAS**[GASTRONOMÍA](#)[RESTAURACIÓN](#)[CRECIMIENTO](#)[INNOVACIÓN](#)[SOSTENIBILIDAD](#)[MOTOR](#)[T](#)[Ver comentarios](#)