



Restauración Colectiva  
*El portal de referencia para los profesionales del sector*

Te encuentras en Inicio / Empresas / Proveedoras /

Save up Market, una central de compras creada por profesionales de la restauración colectiva

Josep María Torrelles y Marc Ferré, fundadores y socios de Save up Market.

## Save up Market, una central de compras creada por profesionales de la restauración colectiva

Martes, 02 de julio 2024

**Marc Ferré y Josep María Torrelles son, como se dice coloquialmente, dos 'viejos conocidos' de la restauración colectiva. Dos profesionales con una larga trayectoria en diferentes áreas (compras / finanzas) y con un pasado común que les ha llevado a conocer el sector suficientemente bien como para emprender la aventura de Save up Market, una central de compras especializada en colectividades. Su objetivo, ayudar a las empresas a comprar en las mismas condiciones que los grandes grupos.**

Save up Market es una de las once empresas que estuvieron presentes con un *stand* en la primera edición de '[Restauración en colectividades: meeting point](#)', celebrada el pasado mes de marzo de el marco de las ferias **Alimentaria & Hostelco**. Su relación con el sector viene de largo ya que sus dos fundadores, **Marc Ferré** y **Josep María Torrelles**, son dos profesionales con años de experiencia en las colectividades. Aunque abierta también al sector de la restauración comercial y hostelería en general, Save up Market es una central de compras especializada en restauración colectiva, cuyo objetivo es ofrecer un servicio de control de costes y dirección de compras a centros y empresas; en definitiva, ofrecer a los clientes grandes acuerdos para que puedan comprar con las mejores condiciones. Su lema: 'ahorramos juntos' y 'hagámoslo fácil'.

A continuación los dos fundadores y socios de la firma nos cuentan sobre su trayectoria y cómo se gestó y ha evolucionado Save up Market.

### – Josep y Marc, ¿cómo os conocéis?

Marc Ferré (MF) – Nos conocimos hace más de 20 años. Yo empecé a trabajar en una empresa de restauración colectiva, Grup Alessa, de la que Josep María era director Financiero. Allí nos conocimos y rápidamente entablamos una fantástica relación que se convirtió, de manera natural, en una gran amistad.

### – Entonces, sois amigos antes que socios...

MF – Somos amigos por encima de todo. Lo de ser socios es algo que viene después. Empezamos siendo compañeros de trabajo, de allí surgió la amistad y hace unos tres años emprendimos el proyecto Save up Market siendo socios. Por mi parte, siempre he pensado que con un socio no puedes tener solo una relación profesional. Si no existe esta relación de confianza y amistad, no nos habríamos planteado ser socios. Save up Market es algo nuestro y lo es por que lo sentimos mucho más allá de la relación meramente societaria.

### – ¿Cómo tomáis las decisiones cuando tenéis puntos de vista distintos?

MF – Respetamos mucho el conocimiento y el rol de cada uno en la empresa. Nos complementamos y nos comunicamos constantemente. Cuando surgen puntos de vista distintos, nos escuchamos y nos entendemos. La confianza nos permite hablarlo todo sin dobleces y ceder por el bien de la empresa cuando es necesario.

### – ¿Más allá del cargo que tengáis en la organización, cómo definiríais el rol de cada uno de vosotros?

MF – Nos complementamos perfectamente. Ambos tenemos amplio conocimiento del sector de restauración colectiva y organizada. Conocemos bien el negocio. Josep María es experto en la dirección Financiera y todo lo que tiene que ver con la gestión de administración, finanzas e inversión. En mi caso, mi experiencia y conocimiento se centra más en el área de proveedores y dirección de empresa. En la parte de clientes y expansión vamos de la mano y definimos, con el área comercial, la estrategia a seguir para obtener los mejores resultados. Es un modelo de negocio en el que siempre nos complementamos por la experiencia de ambos.

### Trayectorias paralelas en áreas diferentes

#### – Marc, ¿cómo definirías a Josep María? Y, al revés: Josep María, ¿cómo definirías a Marc?

MF – Definiría a Josep María como una persona inquieta, noble, fiel y con un grandísimo corazón. Sincero, abierto y siempre dispuesto a echar una mano donde haga falta. Un amigo por encima de un socio. A nivel laboral, riguroso y coherente en todo momento. Siempre con los pies en la tierra y aportando ese porcentaje de realidad y seguridad financiera que necesita todo negocio, para que pueda ser sostenible en el tiempo.

Josep Maria Torrelles (JMT) – Para mi, Marc es un gran profesional a parte de ser una gran persona, con unos dones para la negociación impresionantes. Tiene la habilidad de tratar con los demás. Siempre sabe qué decir. Es capaz de escuchar y darle importancia a lo que tratamos. Además, tiene la gran habilidad crear en el trabajo un ambiente de alegría e ilusión que nos contagia a los demás.

**– ¿Y cómo os definiríais como pareja de negocios: emprendedores, aventureros, hombres de negocios...? ¿Quizás un poco inconscientes?**

MF – Sin duda alguna somos hombres de negocio, pero sobre todo somos emprendedores, valientes y muy serios en todos los pasos que damos. No damos un paso sin estar seguros de tener el anterior bien dado y bien cubierto, pero no paramos de pensar en qué hacer para seguir creciendo. No nos conformamos con 'ir tirando', queremos ser mejores cada día.

**– Contadme vuestra historia dentro del sector de la alimentación y de los negocios...**

MF – En el año 1999 inicio mi carrera profesional en Grupo Alessa como director de Compras. Miré de reorganizar el área de compras y establecer sistemas de control de costes. En mayo del 2007 me incorporé a Hoteles Hesperia como responsable de compras del departamento de Alimentos y Bebidas a nivel corporativo. A inicios del 2009 surge el proyecto Coperama y formo parte del equipo al que encargan la creación de esta gran central de compras para el sector hotelero, de la mano de Nh y Hesperia. En febrero 2010 se crea Coperama oficialmente y me encargo de la negociación de cuentas estratégicas con proveedores. En 2012 asumo la responsabilidad de dirigir el área de desarrollo de negocio y en 2017 me hago cargo de toda el área comercial asumiendo las funciones de director de Expansión y Operaciones. Allí estoy hasta Junio 2021, cuando ponemos en marcha Save up Market con Josep María. Por lo tanto, hace unos 25 años que me dedico a negociar, conocer, compartir y aprender con proveedores, clientes y equipos de trabajo.

JMT – Inicié mi carrera en el sector de la restauración colectiva en 1985 gestionando cafeterías de un hospital. Después en el año 1988 me incorporé a la empresa familiar Grupo Alessa, la cual llevaba pocos años en el mercado. Allí fui creciendo como profesional, en paralelo a la propia empresa, siempre dedicándome a finanzas. Años después, en 2012 la empresa fue comprada por la multinacional Serunió y entré a formar parte de ella. Pasé por el departamento de cobros, también forme parte de IT como responsable de la aplicación de nuevas tecnologías y finalmente entré a formar parte del departamento de tesorería hasta junio del 2021 que fue cuando creamos Save Up Market.

**Un proyecto largamente pensado y puesto en marcha durante la pandemia**

**– ¿Por qué decidís crear Save Up Market?**

MF – Lo decidimos en medio de la pandemia del coronavirus. En enero de 2021 se dieron una serie de circunstancias que nos ayudaron a rescatar un viejo proyecto que quedó guardado en un cajón. Hacía unos 15 años que habíamos hablado de este modelo de negocio, pero entonces ni las circunstancias laborales de cada uno, ni el conocimiento, ni la experiencia, eran los adecuados para ponerlo en marcha como un proyecto propio... y si no podía ser algo nuestro, no queríamos que fuera. En enero 2021 se empezaron a dar esas circunstancias y no dudamos en forzar el resto.

**¿Cuál es el modelo de negocio de Save Up Market? ¿Como se ha ido desarrollando hasta hoy?**

MF – Save up Market nace para ofrecer un servicio de control de costes y dirección de compras en el sector de restauración colectiva y organizada. El primer objetivo fue crear y reforzar una buena herramienta de control, gestión y dirección de costes; así nació nuestro *marketplace* [saveupmarket.com](https://saveupmarket.com). Para ello necesitábamos un buen *partner* tecnológico y un contenido potente. El contenido lo obtenemos de la mano de los proveedores que nos ayudan a poder ofrecer a los clientes grandes acuerdos con unas magnificas condiciones. Una vez consolidada la primera etapa de creación del producto y sistema, nos lanzamos al mercado para ver la respuesta del sector. Desde 2023 estamos centrados en la expansión, tanto en restauración colectiva como en restaurantes y grupos de restauración organizada, sin olvidar la evolución constante de nuestro *marketplace* y la negociación con los proveedores.

El *hándicap* principal con el que nos encontramos es que muchas empresas ponen el foco en la venta y no dan al área de compras la importancia que tiene”.

**– ¿Qué fue lo más difícil a la hora de emprender la aventura de Save Up Market y que está siendo lo más difícil hoy mismo?**

MF – Lo más difícil es transmitir al mercado que la compra no es complementaria o secundaria, sino un área estratégica de cualquier negocio. El *hándicap* principal con el que nos encontramos es que muchas empresas ponen el foco en la venta y no dan al área de compras la importancia que tiene. La compra es estratégica y en Save up Market podemos ayudar a que un negocio sea más rentable a través de una eficiente gestión de costes.

**– ¿Qué ofrece Save Up Market que no ofrezcan otras centrales de compras dentro del mismo ámbito de productos?**

MF – Hay otros modelos que son válidos y eficientes. Nuestro punto diferenciador es la capacidad de adaptarnos realmente a lo que un negocio necesita. No estamos atados por ningún corsé ni obligamos a hacer las cosas de un modo u otro. En Save up Market cabe todo el mundo. No importa el tamaño ni el modelo de negocio. Tenemos proveedores nacionales y locales, de producto básico y producto *gourmet* y si una empresa necesita algo y no lo tenemos, pues lo buscamos y lo ponemos a su disposición. Adaptabilidad y servicio. Tenemos un doble *claim*: 'ahorramos juntos' y 'hagámoslo fácil'.

**– Para acabar, ¿cómo veis u os imagináis Save Up Market en el futuro?**

MF – Save up Market debe ser y será un referente en la gestión de costes y dirección de compras del sector horeca. No tenemos límites en cuanto a crecimiento, porque no nos hemos puesto límites en nuestro modelo de negocio. Dicen que el éxito llega cuando tus sueños son más grandes que tus excusas.

En Save up Market no hay lugar ni para los miedos ni para las excusas. Save Up Market es sinónimo de ahorro, calidad y de un equipo de expertos al servicio de las colectividades... ¡Más de 150 centros confían ya en ellos!"

Contacta con **Save up Market** o accede a su web a través de nuestro directorio de empresas.

#### Noticias Relacionadas

- [Save up Market presenta su plataforma de compras en RC\\_MeetingPoint](#)
- [Nuevas estrategias ante los retos de la cadena de suministro en el sector sociosanitario](#)
- [Gestión de compras en restauración colectiva: calidad, fiabilidad y estabilidad en el servicio](#)