Transgourmet refuerza en su convención anual la apuesta por sus marcas para la estrategia de crecimiento de 2027

- Durante dos días ha reunido a más de 300 responsables de sus áreas de Horeca y Retail.

13 de noviembre de 2026. Transgourmet Ibérica, compañía dedicada a la distribución a la hostelería y a los supermercados de proximidad, ha reunido a más de 300 responsables de las áreas de Horeca y Retail en su convención anual para compartir los objetivos y las principales líneas estratégicas de ambos negocios de cara a 2027.

Transgourmet afronta una nueva etapa de crecimiento con una estructura reforzada y una mayor presencia territorial, tras consolidar las operaciones realizadas en 2025: la adquisición de Moyà Saus, grupo de alimentación de Mallorca; la compra de Dispuig, especializada en la distribución de pescado con sede en Girona, y la alianza con Nudisco para impulsar el desarrollo de supermercados de proximidad en Levante.

Durante dos días de convención, la compañía ha reafirmado su apuesta por las marcas propias de alimentación como uno de los principales motores de diferenciación y crecimiento. En el canal **horeca**, ha ampliado el surtido de **Quality** para ofrecer a los profesionales de la hostelería una gama más completa, especializada e innovadora. Esta oferta se complementa con **Economy**, que reúne productos de uso diario a precios siempre bajos para ayudar a los negocios a optimizar sus costes.

En ***retail***, uno de los proyectos más destacados ha sido la renovación integral de la imagen de **Gourmet**, la marca más emblemática y veterana de Transgourmet, con motivo de su 40 aniversario. Bajo el concepto «Más Gourmet que nunca», estrena una identidad renovada que mantiene la apuesta por la calidad que la ha caracterizado durante cuatro décadas. La compañía también ha ampliado el surtido de **Zero**, su gama de productos de primer precio.

En su intervención, la directora ejecutiva de Operaciones de Transgourmet, Sílvia Otero, ha destacado el papel estratégico de las marcas propias: «Queremos ser el mejor aliado para nuestros clientes y contamos con marcas con un enorme potencial, un equipo comprometido y una estrategia clara para aprovechar nuevas oportunidades».

La convención también ha servido para hacer balance de los logros alcanzados y reforzar el trabajo conjunto de los equipos de Horeca y Retail. El encuentro ha puesto de manifiesto la importancia de compartir una misma visión y contar con el compromiso de toda la organización para afrontar los próximos retos de la compañía.

SOBRE TRANSGOURMET IBÉRICA

Transgourmet Ibérica es propiedad del grupo suizo Transgourmet, la segunda empresa de distribución mayorista de Europa, que pertenece, a su vez, al grupo Coop. Actualmente cuenta con 7 plataformas de distribución repartidas por toda España y es referente en el sector de *retail,* con más de 700 supermercados bajo las enseñas Suma, Proxim, Spar y Kuups, y más de 2.500 clientes independientes.

Asimismo, la empresa cuenta con su línea de servicio a la hostelería compuesta por 74 centros *cash&carry* y 29 gasolineras GM Oil, y una red formada por 400 comerciales de *food service* y una flota que supera los 300 vehículos para el servicio de reparto.