THE NEW FOODSERVICE

#TRENDS

Edición Abril'21

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El sector ha realizado grandes esfuerzos creando entornos seguros y adaptándose al actual contexto complejo y cambiante.

Desde AECOC compartimos contigo las mejores prácticas y las iniciativas más recientes e innovadoras llevadas a cabo por el canal Horeca para impulsar el consumo en la “Nueva Normalidad”.

¿Crees que este informe mensual es de interés para un profesional de tu entorno?

Escríbenos y nos encargamos de incluirlo a la lista de difusión

Pablo de la Rica
pdelarica@aecoc.es

Mariona Gaspà
mgaspa@aecoc.es

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

1. Iniciativas institucionales
2. Iniciativas colaborativas
3. Iniciativas del sector
    - Tecnología y digitalización
    - Conveniencia y delivery
    - Comunicación y fidelización
    - Nuevos conceptos y nuevas líneas de negocio
    - RSC y Sostenibilidad
4. “Think outside the box”

Clica el icono para conocer más acerca de los ejemplos descritos.

01

INICIATIVAS INSTITUCIONALES

Bilbao pone en circulación más de 100.000 bonos para la hostelería

La ciudadanía podrá adquirir bonos que le costarán 5 o 10 euros, pero con los que podrá gastar 10 y 20. Los bonos se podrán canjear hasta finalizar el mes de julio y se podrán adquirir hasta un mes antes de finalizar la promoción (o hasta que se agoten).

El consistorio calcula que un impacto económico positivo de 3,4 millones de euros en la villa.

Ya están inscritos más de 600 establecimientos de hostelería.

Los establecimientos recibirán el 50 % del importe de cada bono, tras la compra en la web, mientras que el otro 50 % lo recibirán una vez que se haya realizado el consumo.

Rastreo digital de contactos: LUCA

En Alemania, la aplicación Luca permite el seguimiento digital de los contactos de los casos confirmados de CoVID-19 a través de un teléfono inteligente en intercambio directo con la oficina de salud correspondiente.

El registro en el sitio, ya sea un hotel, tienda, establecimiento de restauración o en entornos privados se realiza con la ayuda de la cámara del teléfono inteligente, que escanea un código QR.

La oficina de salud envía un mensaje de texto si hay una persona infectada. La aplicación no solo alivia a las oficinas de salud, sino también a las instalaciones y negocios

02

INICIATIVAS COLABORATIVAS

Postmates + agencia Mother L.A

“El libro de recetas” que da soporte a la restauración

@Don’tCookbook es un libro que recopila multitud de «recetas», aunque en realidad son sugerencias para pedir comida a restaurantes locales.

Cada página explica el paso a paso para elaborar una receta en tono de humor pero siempre acaba con un código QR con el que puedes encargar el plato a domicilio.

Parte de las ganancias se destinarán a una organización de ayuda a los trabajadores de restaurantes afectados por la pandemia

American Express + Resy

Potenciando el consumo exterior creando ambientes “cozy”

@TheOutdoorVillages, es una acción desarrollada de la mano de Amex y Resy que permite a los ciudadanos de NYC disfrutar de una cena al aire libre en los restaurantes más codiciados. Además los miembros de la tarjeta American Express® Platinum tiene acceso exclusivo en algunos horarios.

Hay 30 restaurantes que forman parte de la iniciativa que busca potenciar el consumo exterior en espacios cuidados y agradables.

Ayuntamiento de Barcelona + Escuelas de Hostelería + reconocidos chefs

Reactivar la restauración y potenciar la alimentación sostenible

@MenúdelesEstacions es la propuesta de Barcelona para que los restaurantes, incluyan estos menús, en su carta.
Durante todo el año propondrá menús sostenibles para que los restauradores que quieran adherirse a la iniciativa los incluyan en sus cartas y así promover una alimentación saludable en el marco de la Capitalidad de la Alimentación Sostenible 2021.

Clúster Foodservice + INEDIT + Frit Ravich + Ametller Origen + Eurecat + Alimentium + Acció

La tecnología en el centro para mejorar la comunicación entre consumidor y foodservice

@QRconnecting consumer es el proyecto impulsado desde el cluster de foodservice en colaboración con varias empresas para estudiar la viabilidad del uso de diferentes tecnologías para mejorar la conexión y el diálogo con el consumidor y el foodservice y el retail.

Se estudiarán las posibilidades que ofrecen tecnologías como la realidad aumentada, la inteligencia artificial o la biotecnología, que permitan poner en valor el producto y la información, valores y atributos relacionados con la marca y la empresa.

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN

Los robots de cocina, aliados en la automatización de procesos

@Yushanfang, desarrolla robots de cocina para automatizar y estandarizar los procesos. El robot:

- Ocupa 1,6 metros cuadrados
- Termina un plato en 1,8 min
- cocina más de 700 tipos de platos.
- La cocina central de la empresa realiza la preparación básica y los entrega a los restaurantes.
- Prepara cuatro platos a la vez en dos minutos

Yushanfang abrió una cadena de restaurantes de comida rápida china, Yihexian, cada uno con uno o dos robots que cocinan entre 20 y 25 elementos del menú. Los puntos de venta sin trastienda, tienen dos empleados que operan los robots y atienden a clientes.

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Nando’s y Vita Mojo una apuesta por la multicanalidad

@Nando’s se ha unido a Vita Mojo para incorporar su tecnología en los puntos de venta y dar el salto digital. Un 85% de los pedidos actuales son digitales.

El cliente escanea un código QR para unirse a la cola virtual.

Una vez sentados, los clientes pueden pedir y pagar en la mesa usando su propio dispositivo.

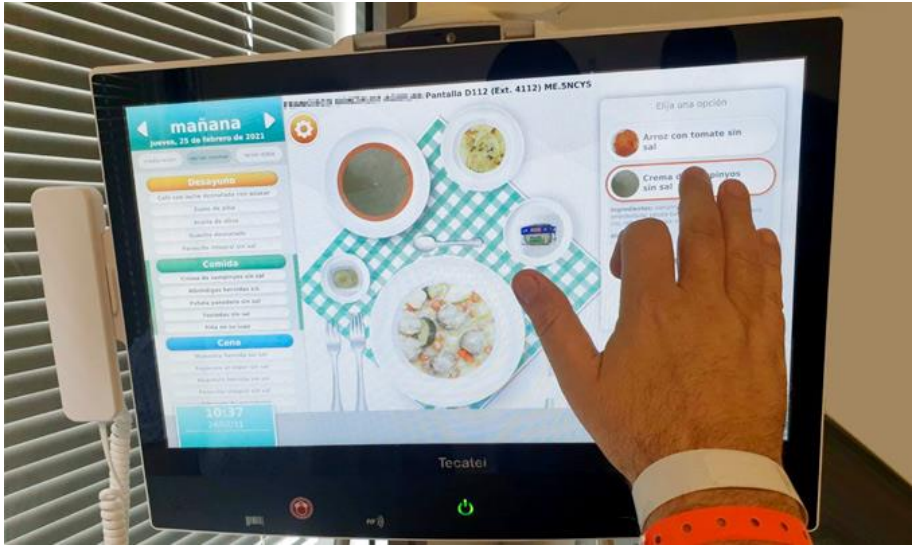
La experiencia digital es única para todos los canales de pedidos, una misma vía de acceso. Ofrece una experiencia de marca positiva para los clientes y su personal.

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Los hospitales digitalizan la elección de menús por parte de los pacientes

@HospitalSantPau de Barcelona en colaboración con Arcasa estrena un sistema de elección de menús digitalizado, a través del cual los pacientes pueden elegir los platos de su menú en las pantallas de los brazos articulados de las habitaciones.

La libre elección es posible en hasta once dietas diferentes. Aumenta la satisfacción del paciente, reduce el riesgo de desnutrición y se minimiza el desperdicio alimentario.



NEWS

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Las entregas de delivery se robotizan

@Cartken se ha asociado con REEF Technology, una startup que opera estacionamientos y centros de vecindario, para llevar robots de reparto autónomos a las calles del centro de Miami.

Los robots eléctricos REEF ahora están entregando pedidos desde la red de cocinas de REEF a personas ubicadas dentro de un radio de 3/4 de milla en el centro de Miami.

Los robots, pueden conservar el calor de un plato.

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

CONVENIENCIA Y DELIVERY
Trabajando la experiencia

La categoría del desayuno de hotel en casa

@Sercotel de la mano de Just Eat, ofrece una cuidada selección de su desayuno buffet

El concepto persigue que cualquier persona, con independencia de si se aloja en el hotel o no, pueda disfrutar de un desayuno completo y variado como el que se ofrece en los establecimientos.

NEWS

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Nuevos actores en la gastronomía virtual

@Campofrío y @Pescanova aúnan fuerzas para promover un nuevo proyecto de restaurantes virtuales, adaptado a la situación y que ofrece soluciones cómodas y una oferta gastronómica cuidada e innovadora.

Cada restaurante virtual ofrece una línea de cocina distinta teniendo como base la pizza, el hot dog y los productos del mar.

- Restaurante Napoletta, by Campofrío
- The Hot Dog Corner, by Oscar Mayer
- PeZcado Capital, by Pescanova

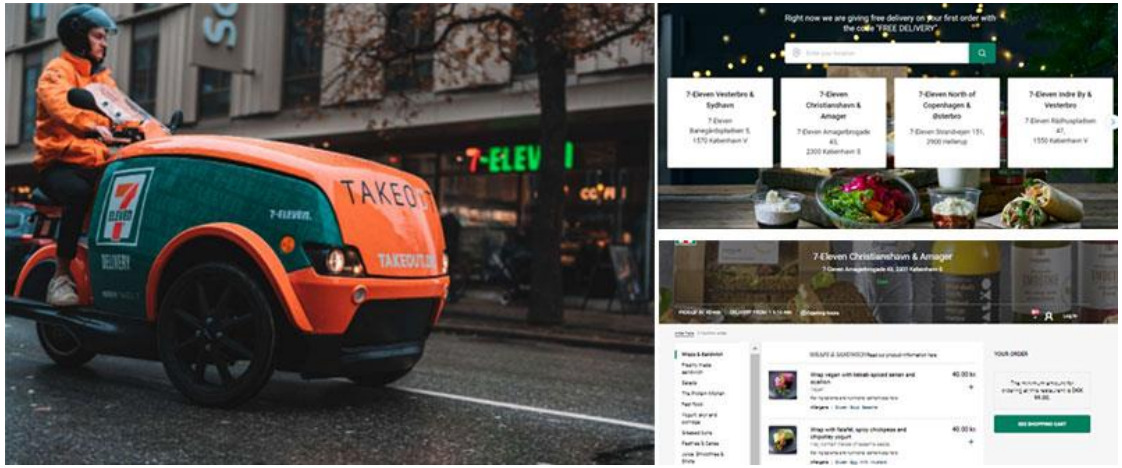
NEWS

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El retail se suma al delivery dando respuesta al target de oficinas

@7-Eleven ha lanzado una propuesta de delivery enfocado a los trabajadores de oficinas de Copenhagen.

La oferta incluye ensaladas, bocadillos frescos, bebidas y platos preparados en horario de 7.30 a.m a 10.30 p.m .



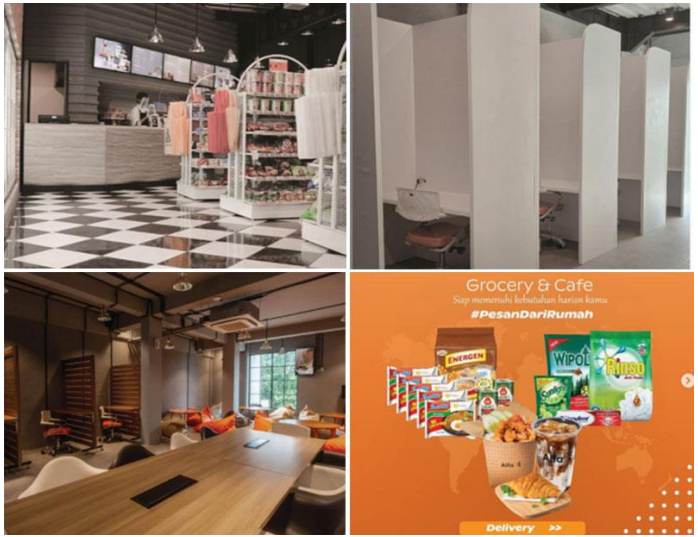
NEWS

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El retail apuesta por conceptos que incluyen restauración

@AlfaX, en Indonesia, tienda de conveniencia que incluye zona con asientos, coworking, sala de reuniones y un escenario para actuaciones. El diseño busca atraer al público millennial para que encuentre una propuesta de comida saludable que complete su compra.

@Healthi.ful, en Tailandia, es un formato de retail centrado en salud y bienestar. Incluye el Makai Café, una zona para comer con amplia oferta de comida saludable, café y té orgánico. Los platos se pueden customizar según las necesidades del consumidor (bajo en sal, azúcar o carbohidratos).

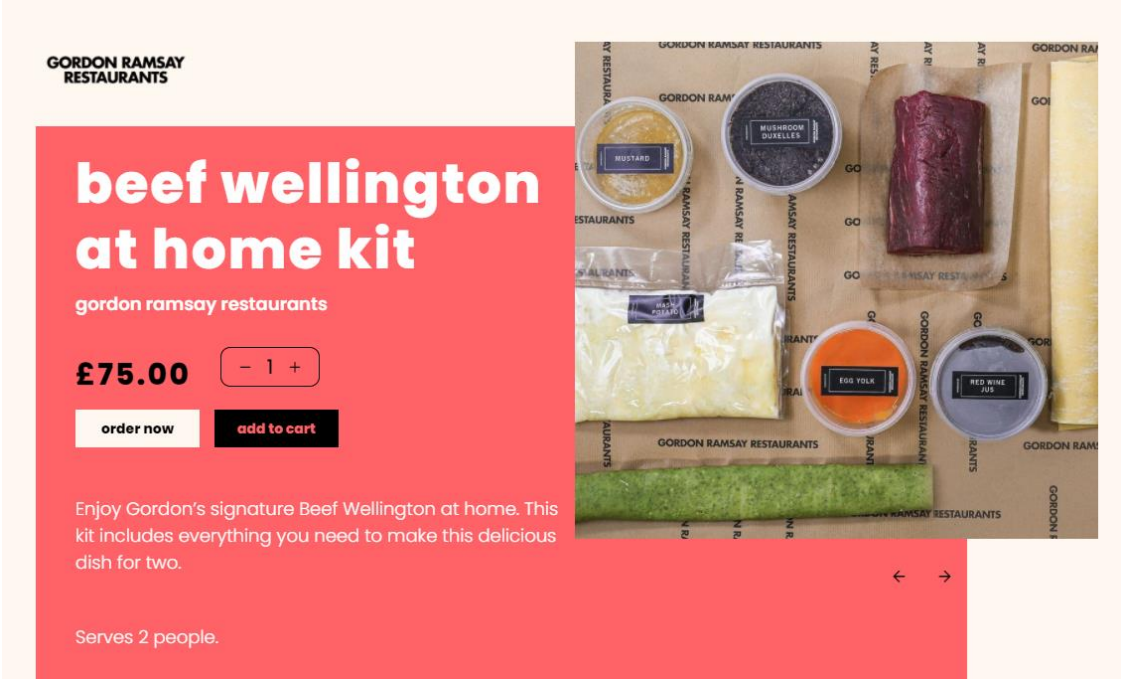


AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

kits de comida; Gordon Ramsay se suma a la tendencia

Gordon Ramsay activa su propio kit de comida a través de Restaurant Kits y se entrega en todo UK.

Apuesta por uno de sus productos clásicos de la carta: Beef Wellington, además ha creado un hashtag #ShowMeYourWelly para que los consumidores y fans compartan el resultado en RRSS.



Walmart explora las cocinas fantasma en Canadá y Estados Unidos de la mano de Ghost Kitchen Brands

@Walmart se une a Kroger en la exploración de la tendencia de las cocinas fantasma, que ofrece otra alternativa de comida para llevar.

Los compradores pueden seleccionar comidas de diferentes restaurantes y agregarlos en un mismo pedido.

Los pedidos se preparan insitu y se pueden recoger o entregar a través de plataformas de terceros.

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Las cocinas fantasma, un nuevo servicio para las comunidades de vecinos

@Kenect ha llegado a un acuerdo con las marcas digitales C3 para instalar cocinas fantasma en las comunidades de vecinos que gestionan.

Este servicio se suma a los espacios ya existentes como espacios de trabajo, zonas de gimnasio o restaurantes que normalmente ya están disponibles para los residentes.

Proyecto piloto para dar de comer en situaciones de emergencia

@Arcasa-Apetito es un proyecto piloto para alimentar a las personas que trabajan en situaciones de emergencia; un vehículo que supone una solución integral que combina tecnología y producto de calidad (quinta gama) para ofrecer hasta 300 menús por servicio, temporalmente y en cualquier ubicación.

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

03

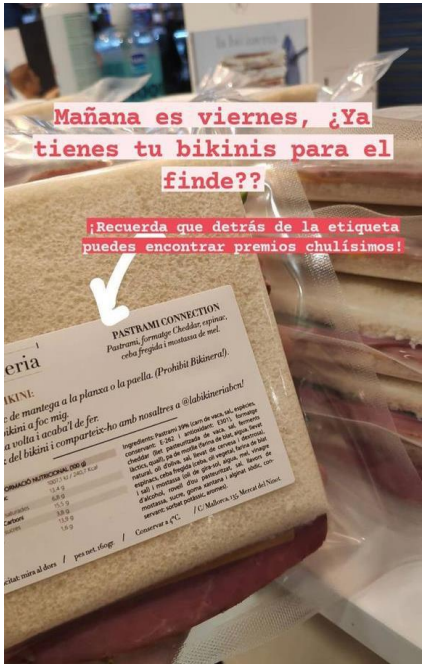
INICIATIVAS DEL SECTOR

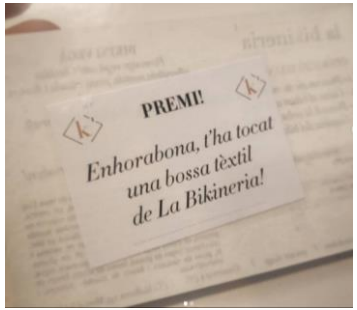
COMUNICACIÓN Y FIDELIZACIÓN

WoW.
Pedidos de delivery y/o take away con regalo escondido.

Incorporar premios en los pedidos como herramienta generadora de engagment con el consumidor.

@LaBikineria, especializado en bikinis gourmet, incorpora premios en sus bikinis envasados que viajan a casa de los consumidores vía delivery o take away.
Entre los regalos hay bikinis de su oferta gastronómica, una tote bag de la marca o 3 bikinis al mes gratis durante un año.





Elf Cosmetics y Chipotle se unen para una deliciosa colaboración

Dos marcas se unen para crear una propuesta notoria y específica para la GenZ.

@Chipotle se asocia con E.l.f por segunda vez para crea una línea de cosméticos con ingredientes reales y inspirados en la carta de la enseña de comida.

Ambas marcas están comprometidas en traer los mejores ingredientes a precios extraordinarios.

Producto gratis en favor de la vacunación de la ciudadanía

@KrispyKreme respalda la campaña de vacunación ofreciendo un doghnut glaseado gratuito a todos aquellos que muestren un carnet de vacunación valido de covid-19. No hay limitación, se puede utilizar la promoción durante todo el 2021.

Música en vivo para generar engagement e incentivar el consumo de la restauración en ruta

@Areas impulsa conciertos en directo en una de sus áreas de servicio, coincidiendo con la Semana Santa.

Se ha priorizado la creación de espacios exteriores seguros con el objetivo de proporcionar experiencias, además de fomentar la parada de seguridad de los viajeros que se desplacen. En este sentido, la nueva terraza del Montseny se estrena con los dos primeros conciertos de la temporada.

Generando compromiso y empatía con la comunidad y comensales

@Noma, quería hacer algo por todos los “héroes de la pandemia” y han decidido regalar a unos cuantos héroes daneses preseleccionados una cena en Noma en el que será su primer día después de tantos meses cerrado.

También ha previsto invitar a 100 héroes internacionales que tendrán la oportunidad de disfrutar gratuitamente de una cena con maridaje en el restaurante de Copenhague

Generando notoriedad y consumo en el local

@ElJaponés propone una divertida fórmula para que pruebes alguno de sus platos nuevos de la carta por la cara si visitas el local.

A través de sus canales propios dan a conocer una palabra clave que el consumidor debe de indicar al camarero para que éste le de a probar la novedad y conocer así de primera mano su opinión.

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

REPENSANDO LOS CONCEPTOS

Nuevos conceptos de restaurante
y nuevas líneas de negocio

La experiencia en QSR se centra en velocidad y conveniencia

@PizzaHut se suma a la dgitalización y al drive thru en sus nuevos locales.

The Hut Lane es parte de la "estrategia a largo plazo" de la compañía para modernizarse a través de pedidos digitales y mejores experiencias del cliente, y muchos propietarios de franquicias que buscan una ventaja en velocidad y utilizarán esta función

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

De materia prima a recetas veganas para los restaurantes

@HaciendaFuturo es la primera empresa de tecnología alimentaria de América Latina que produce productos cárnicos sin animales.

Para ayudar a los clientes a que se familiaricen con sus productos, ofrecen la experiencia completa, con un sándwich, una guarnición, una bebida y un postre que venden a través de Ifood de Sao Paulo.

Además, quieren ayudar a los restaurantes a crear un delicioso menú a base de plantas

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El modelo de suscripción coge fuerza, también para fabricantes de cerveza

@Estrella Galicia lanza un modelo de suscripción de su tienda online, La Cervecería de la Resistencia. Persigue eliminar los trámites logísticos a los que un usuario debe hacer frente cada vez que realiza una compra a través de internet. Con este sistema, se crea el pedido una sola vez y se indica la frecuencia con la que se quiere recibir a domicilio.

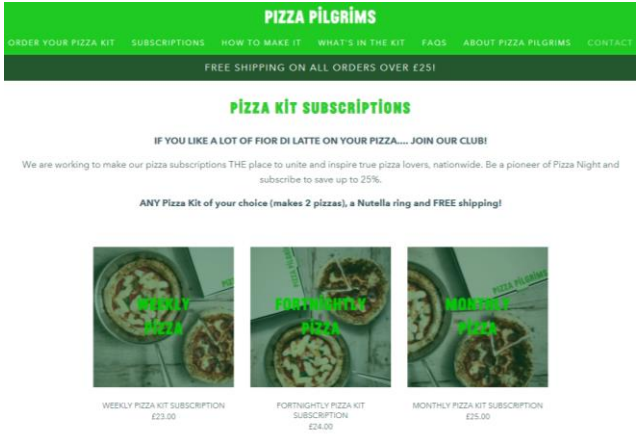
NEWS

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

Los modelos de suscripción cogen fuerza, exploran nuevos canales

@CocaCola lanza un modelo de suscripción en Japón, en sus máquinas de vending. Por 2.700 yenes ($ 25) al mes, los suscriptores obtienen una Coca-Cola de cualquiera de las 340.000 máquinas expendedoras de Japón por día.

@PizzaPilgrims está lanzando un servicio de suscripción centrado en sus kits de entrega Pizza in the Post.



AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El modelo de suscripción “sostenible” coge fuerza;

@Brewdog lanza el programa de suscripción Brewdog & Friends.

El modelo incluye una caja mensual que contiene 8 cervezas, 4 de Brewdog y 4 de “amigos de Brewdog”.

Como empresa certificada Bcorp y altamente comprometida con el medio ambiente, por cada caja que se envíe, compensará 2,5kg de CO2.

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

MULTICANALIDAD: El lineal sigue incorporando marcas de foodservice.

@GrupoRestalia entra en el lineal con algunos de sus productos estrella y un precio “Smart Cost”.

Restalia Retail es la línea de negocio para vender los productos de sus marcas en supermercados. Es una nueva línea de negocio, es una forma de adaptarse a los nuevos formatos de consumo. No descartan vender también productos exclusivos del canal 'retail' que sirvan de laboratorio para implantar después en los locales

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

RSC Y SOSTENIBILIDAD

Beyond Meat anuncia un acuerdo estratégico mundial de tres años con McDonald’s.

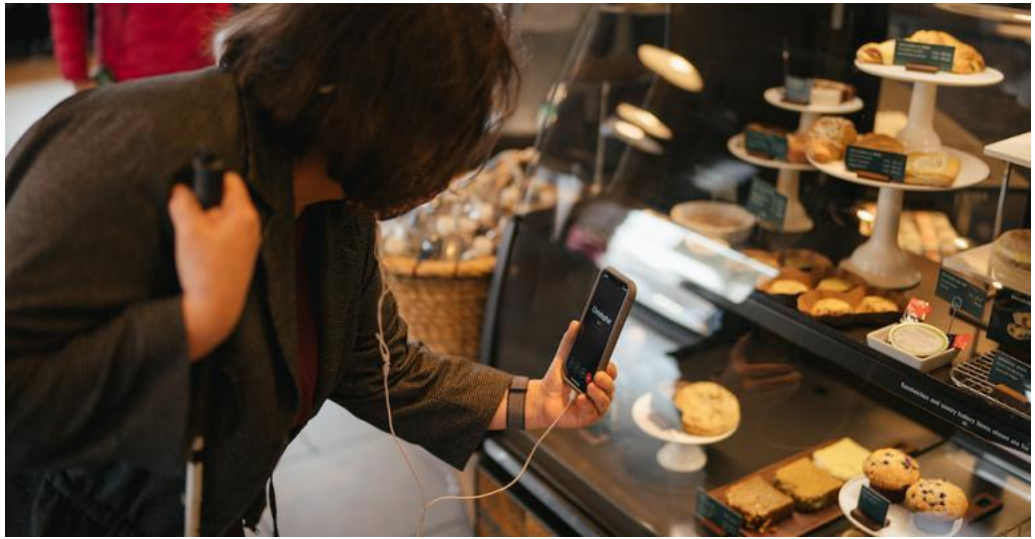
@Beyond Meat será el proveedor de @McDonald’s para la hamburguesa McPlant, así como para los futuros productos de la próxima gama basada en plantas que incluirá artículos como pollo vegano, cerdo y productos de huevo.

Beyond Meat también se convertirá en proveedor de Yum! Brands y desarrollará menús a base de proteína vegetal para sus restaurantes.

Starbucks incorporará el braille a sus menús y ofrecerá un servicio de interpretación visual en vivo.

@Starbucks, introducirá menús en braille y en letra grande en todos sus restaurantes en Estados Unidos y Canadá a partir de este verano.

También ha comenzado a ofrecer un servicio que conecta a los clientes ciegos o con baja visión con intérpretes visuales en vivo que pueden ayudarlos a realizar sus compras.



Popeyes quiere ser la primera gran cadena QSR con el 100% de su ‘packaging’ sostenible

@Popeyes, de Restaurant Brands Iberia, en su estrategia de sostenibilidad “Love This Planet”, tendrá todos sus envases sostenibles el próximo mes de junio. La marca concluirá la sustitución de los envases de plástico por alternativas sostenibles fabricando su ‘packaging’ exclusivamente con soluciones de cartón, fibra y madera.

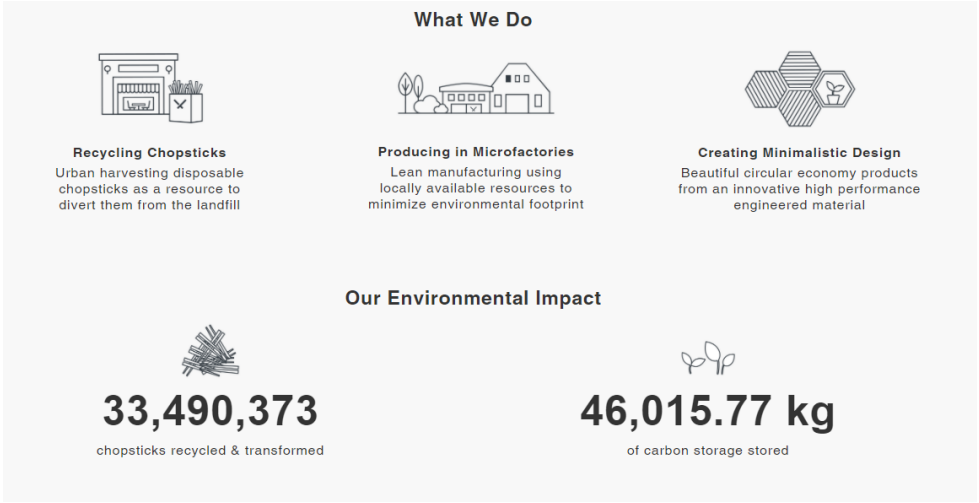
La marca ha trabajado en la construcción de edificios sostenibles y apostado por el uso de energías renovables.

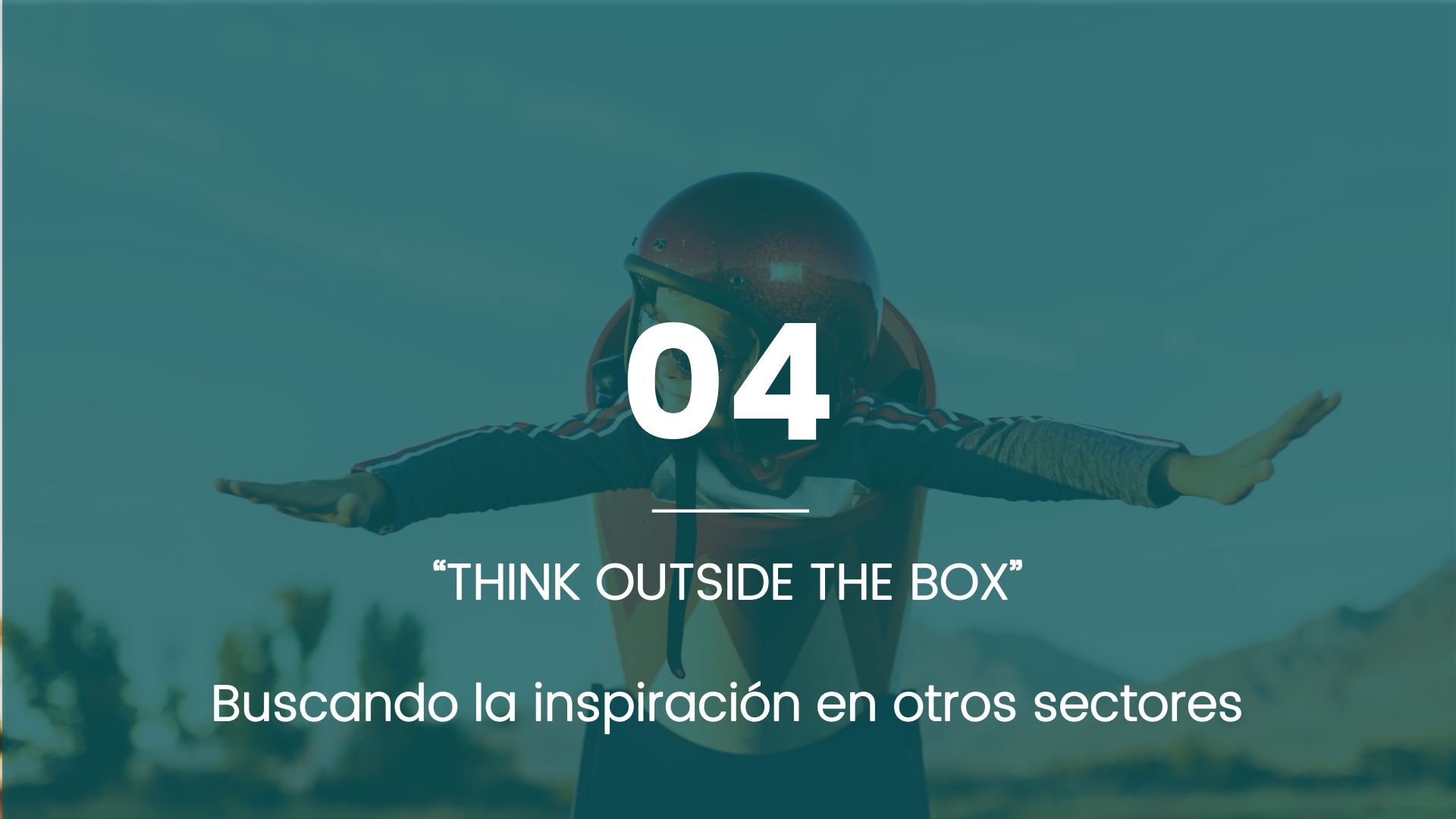
El sistema Nutri-Score llega a la restauración colectiva de la mano de Serunion.

@Serunion implantará el sistema Nutri-Score en su restaurante Metropolitan (Sant Cugat del Vallès). La compañía evaluará el método de cálculo Nutri-Score basado en la información nutricional de las recetas del centro, para mostrar el distintivo correspondiente en cada plato. Después de este piloto inicial, se extenderá gradualmente el distintivo Nutri-Score entre los clientes de Serunion B&I, la división que da servicio a empresas, así como al resto de divisiones de la compañía.

De residuo a diseño; como convertir el reciclaje de palillos en una propuesta funcional de diseño

Al año se desperdician 80 billones de pares de palillos a nivel mundial. @ChopValue, les da una segunda vida y les añade valor a través de le economía circular. Se convierten en utillaje y muebles de diseño para uso doméstico o profesional.





04

“THINK OUTSIDE THE BOX”

Buscando la inspiración en otros sectores

'gamificación' para concienciar al consumidor

En Estados Unidos, grandes superficies como Walmart, Target o CVS se han unido en una iniciativa llamada 'Beyond the Bag' para desarrollar alternativas innovadoras al uso de bolsas de plástico.

@SmartC, uno de los ganadores, es una bolsa a base de fibras naturales que cuenta con una plataforma digital que usa estrategias de los videojuegos para animarte a reutilizarlas.

La bolsa usa un código QR que se escanea cada vez que pasas por caja.

NEWS

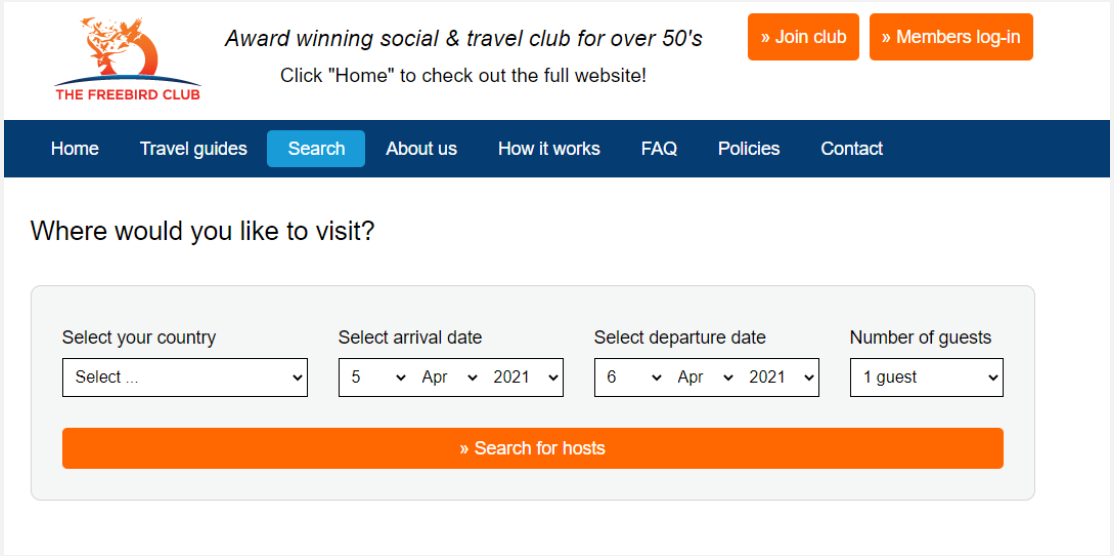
AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

El “airbnb”para mayores de 50 llega para combatir el aislamiento

@Freebird es un club que organiza viajes sociales y ofrece alojamiento en casas de particulares a personas mayores que forman parte de una comunidad de confianza.

Los miembros ofrecen el alquiler de sus habitaciones libres con el fin de generar unos ingresos extra, conocer gente nueva.

La intención es movilizar y empoderar a los adultos mayores para viajar y empareja a los miembros en torno a intereses comunes, lo que optimiza la compatibilidad y aumenta la predisposición a participar en actividades y experiencias compartidas durante la estancia.



El auge del ecommerce transforma los vehículos de reparto a domicilio.

@UPS con el incremento del ecommerce invertirá para preparar sus flotas para el delivery.

Los nuevos vehículos se conducen con el volante a la derecha para que el conductor no tenga que bajar para entregar en el buzón.

Serán 100% eléctricos e incluirá equipamiento tecnológico; sistema de cámaras de 360 grados, frenado automático, control de tracción ...

Se ha puesto atención a la capacidad de carga para que pueda asumir sin problemas el previsible incremento del ecommerce que se producirá en los próximos años.

"Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© [Enero, 2020] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC."

Ronda General Mitre 10 · 08017 Barcelona
T. 93 252 39 00 · F. 93 280 21 35 · G-08557985

www.aecoc.es

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE