



THE NEW FOODSERVICE

#TRENDS

Edición Mayo'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



#delivery
#tecnología
#experiencia
#colaboración
#digitalización
#conveniencia
#sostenibilidad
#omnicanalidad

...

#theNewFoodservice



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

Formación para potenciar una restauración más sostenible

El Gremi de Restauració de Barcelona y Aigües de Barcelona se unen para impulsar y fomentar la sostenibilidad entre la restauración de la ciudad.

Los restaurantes inscritos reciben una formación en materia de sostenibilidad. La idea es que cada restaurante adquiera varios compromisos de forma individual que serán revisados por los profesionales que lideran el programa. En unos meses se auditan los restaurantes para validar que han adoptado los compromisos y si es así reciben el sello azul que les acredita como "Restaurante Residuo Cero".



Convierte tu local en un restaurante comprometido con el cuidado de las

personas y el planeta.

Desde Aigües de Barcelona, junto con el Gremio de Restauración de Barcelona, queremos contribuir a generar un impacto ambiental positivo en la ciudad. Es por eso que hemos creado un programa que aporta herramientas y recursos para ayudar al sector de la hostelería a avanzar hacia el residuo cero.



A teal-tinted photograph of two hands holding a paper bag, set against a dark green background. The hands are positioned on the left and right sides of the bag, with the fingers gripping the top edges. The bag is a simple, rectangular paper bag with a gathered top. The overall image has a monochromatic teal color scheme.

02

INICIATIVAS COLABORATIVAS

Glovo + Lanzadera

Glovo y Lanzadera se unen para impulsar el desarrollo de empresas en el ámbito de la restauración y el delivery

La plataforma tecnológica impulsará el desarrollo de empresas innovadoras, impartirá formación y ofrecerá condiciones especiales y herramientas a las startups que colaboren con la app.

Se buscarán empresas de restauración y startups que desarrollen soluciones tecnológicas. Recibirán el apoyo del top management de la plataforma para desarrollar las pruebas de concepto, así como recursos técnicos y visitas a sus centros corporativos donde poder validar las propuestas.

Glovo apoyará a los emprendedores en distintas áreas, incluyendo formación a través de jornadas impartidas por directivos de la compañía o visibilidad en su app.



Tesco pone en marcha una campaña de publicidad para pedir a sus clientes que apoyen los pubs

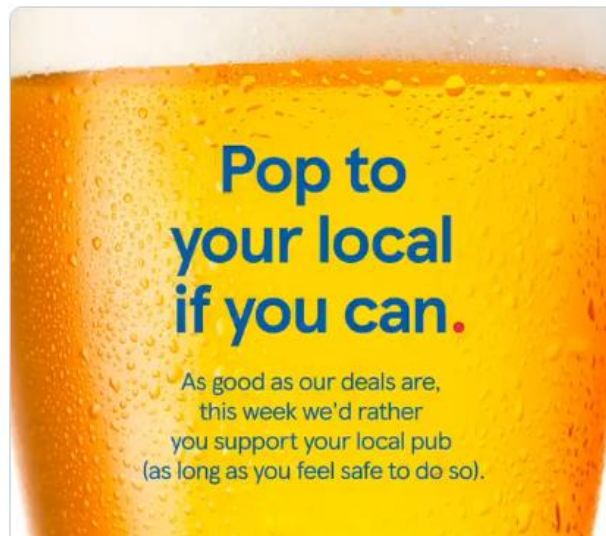
@Tesco ha impulsado una campaña publicitaria en periódicos nacionales, redes sociales y vallas publicitarias digitales, en la que reconoce el "duro" momento que ha vivido el sector de la hostelería. " Los bares lo han tenido difícil este año", dice el texto. "Por eso, por una vez, en lugar de hablarte de nuestras fantásticas ofertas, utilizamos este espacio para pedirte que las apoyes (siempre que te sientas seguro al hacerlo)".



Pubs have had it tough this year. So, as good as our deals are, this week we'd rather you support your local pub (as long as you feel safe to do so). Because right now, [#EveryLittleHelps](#).

Excludes Scotland, NI and Wales.

[Drinkaware.co.uk](#) for the facts 18+





03

INICIATIVAS DEL SECTOR

03

INICIATIVAS DEL SECTOR

TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN



QSR ponen en marcha pilotos de robots para entregar pedidos

@Domino'sPizza Inc y @Nuro Inc, una startup de Silicon Valley, han anunciado el lanzamiento de un servicio robótico de entrega de pizzas en Houston, buscan satisfacer el aumento de pedidos online durante la pandemia. Con vehículos pequeños y de baja velocidad para transportar paquetes en lugar de personas.

@Chick-fil-A se alía con Kiwibot para iniciar una prueba piloto de entregas con vehículos semi-autónomos en Santa Mónica.



La robotización un aliado para las dark kitchens

@Rebel Foods en colaboración con AWS han creado una plataforma de IoT que le permite automatizar los procesos de cocción y realizar un seguimiento del inventario, la adquisición, la fabricación o el almacenamiento.

"Tenemos 3.500 restaurantes en más de 35 ciudades, pero todos están conectados en la plataforma. La capa de software y la capa de hardware se conectan a través de nuestra plataforma de IoT. También hemos conectado nuestros enfriadores, congeladores y todo lo que hay en la cocina a través de sistemas de monitoreo de cocina. Esta es una capa adicional en la parte superior del IoT", dice Soumyadeep.



La robotización entra en las operaciones de las cocinas

@Komodo en New Jersey, especializado en cocina china, abre sus cocinas para mostrar como la robotización es una parte importante, les permite preparar gran parte de los platos de su carta de una forma automatizada y muy eficiente.



La robotización como centro de la estrategia contactless en una cantina escolar

En Shangai han robotizado un comedor escolar incorporando “robo-chef” en las cocinas, éste prepara 1000 servicios en 90 minutos y aporta seguridad a los comensales quienes no interactúan con personal.



Nuevas aperturas que se centran en la experiencia “solo digital”

@TacoBell abre un restaurante “digital” en Times Square. El nuevo local cuenta con 10 kioscos donde los clientes hacen sus pedidos y pagan. Frente a estos hay una pared de cubículos cerrados que dispensan tacos, burritos y patatas fritas.

Cuando el pedido está listo, se coloca en compartimentos térmicos que se iluminan. Los clientes introducen su número de pedido en la pantalla táctil del cubículo y la puerta se abre, detalla el portal.



Los precios dinámicos llegan a la hostelería

@DynamEat, la startup que ofrece una plataforma de gestión y optimización de cartas digitales.

Ofrece a la restauración "el menú dinámico", en el que platos y precios pueden evolucionar, en cantidad, posicionamiento y personalización de la oferta, según las horas, el día de la semana o, incluso, la oferta y la demanda.

El objetivo que se propone es optimizar el "beneficio por cada cliente".



03

INICIATIVAS DEL SECTOR

CONVENIENCIA Y DELIVERY
Trabajando la experiencia

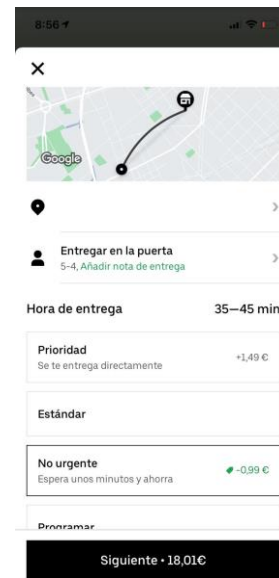
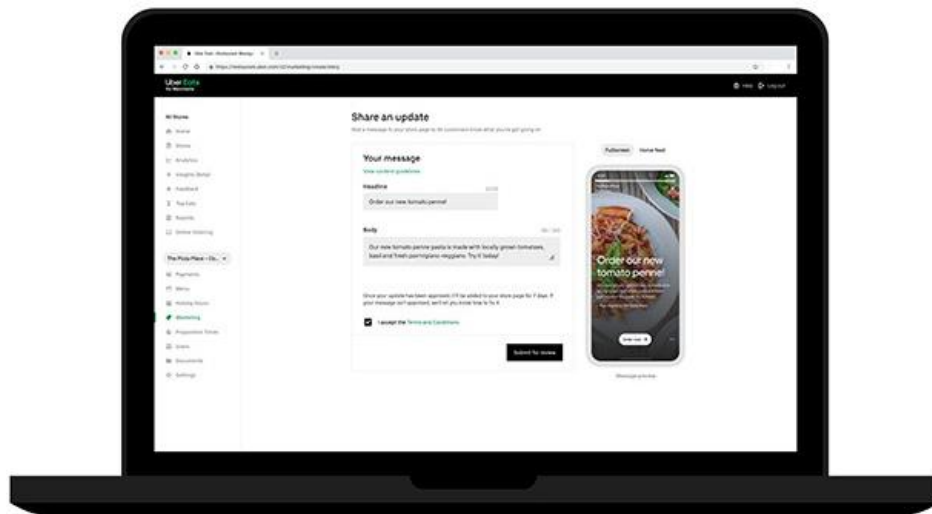
Uber Eats se integra con Instagram y otras funcionalidades de conveniencia

@UberEats permite una integración del perfil Uber Eats con el feed de Instagram.

Merchant Stories permitirá a los clientes seguir un restaurante para recibir notificaciones con actualizaciones cambios de menú, ofertas y promociones.

Además Uber España añade otras funcionalidades como:

- **Pick Up and Go**, permite hacer pedidos y recogerlos durante el viaje en Uber
- **multi-cesta**, permitirá crear, gestionar y pagar varias cestas de la compra.
- **Premiando** a los consumidores que no tienen prisa en el reparto



Doritos estrena restaurante virtual pop-up y se adentra en el delivery

Doritos Nachos House, estará en exclusiva en Madrid durante un mes a través de Deliveroo Editions.

@Doritos ofrece 6 recetas de nachos, creadas para esta ocasión y una opción Make Your Play para todos aquellos que quieran crear sus propias combinaciones.

El objetivo es conectar con la Generación Z, los gamers, los amantes del dippee y de los pedidos a domicilio.



PEPSI lanza un restaurante virtual donde la bebida centra la oferta

Pep's Place Restaurant, es el restaurante virtual de @Pepsi, donde el usuario tiene que seleccionar primero la bebida (evidentemente solo se puede elegir entre las diferentes versiones de Pepsi) y según su elección, la plataforma le recomienda los mejores platos del menú para acompañarla.

Pepsi se ha asociado con la cadena de barbacoas Famous Dave's, que serán los encargados de preparar la comida.



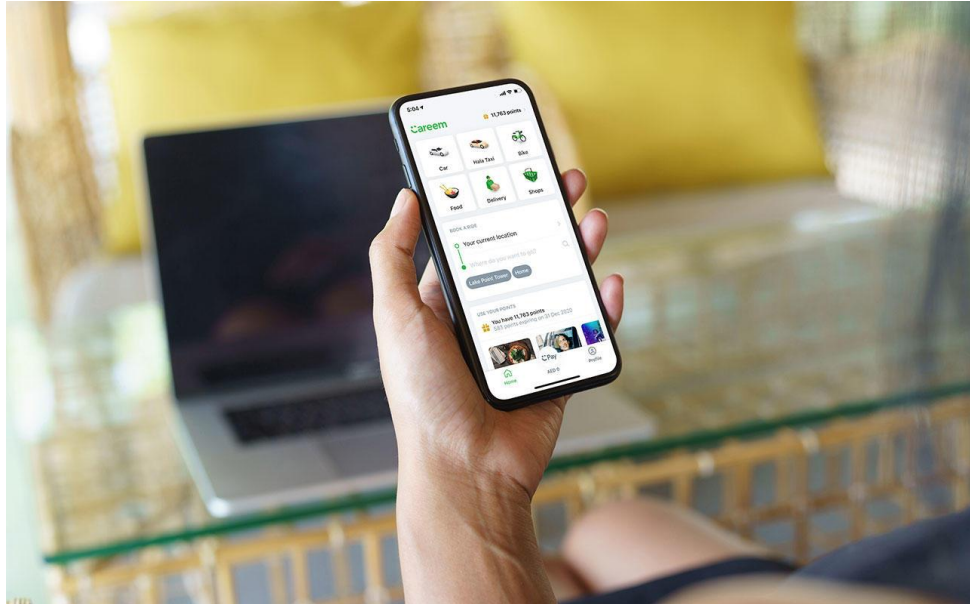
Los modelos de suscripción como herramienta de fidelización

@Careem, la aplicación de transporte de pasajeros con sede en Dubai, lanza un programa de fidelización (tarifa mensual de 39 AED) con beneficios en todos los servicios.

La Super App incluye todos los servicios de Careem disponibles:

- viajes compartidos
- viajes interurbanos
- entrega de alimentos
- opciones de comestibles bicicletas compartidas
- opciones de pago digital
- servicios de entrega

Los beneficios incluyen reembolso instantáneo en todos los paseos de Careem y Hala, entrega de comida gratuita en una variedad de restaurantes y tiendas y acceso ilimitado a Careem Bike.



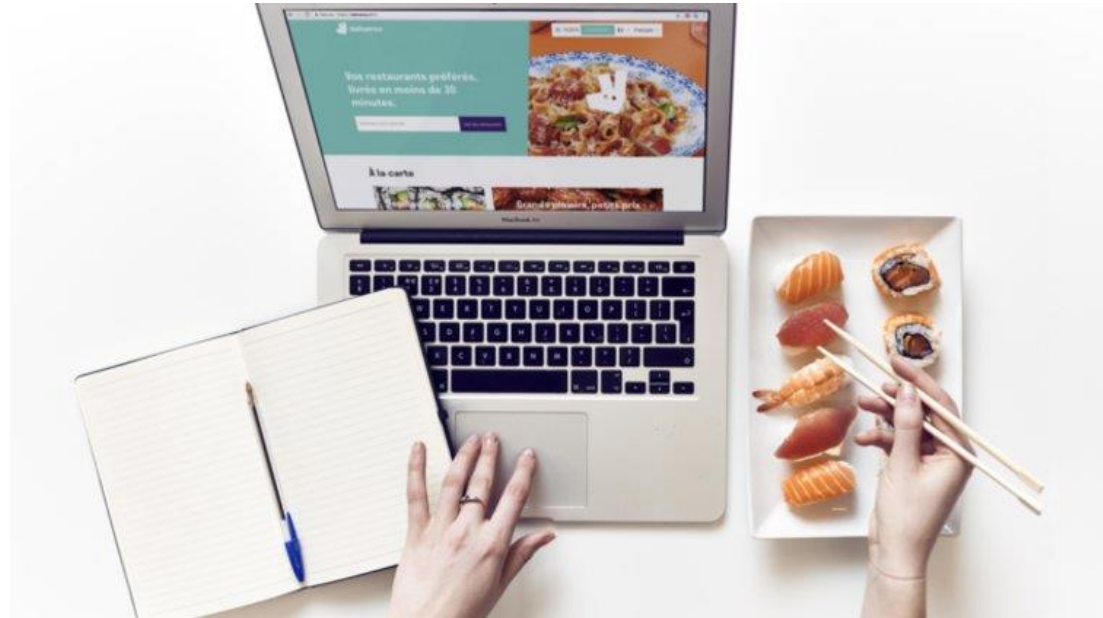
Rooviewers; los nuevos críticos gastronómicos de Deliveroo en UK

@Deliveroo en UK, ha seleccionado a 3 críticos gastronómicos durante 2021.

Los candidatos aceptados para esta iniciativa han recibido un crédito por valor de 3120 £ en sus cuentas de Deliveroo. Este dinero les permite pagar hasta tres pedidos por semana a través de la plataforma, durante las 52 semanas que dura la experiencia.

A cambio deberán compartir:

- Reseñas de restaurantes y experiencias gastronómicas.
- Imágenes y contenido de video de los platos que prueban, para ser potencialmente utilizados en el blog de Deliveroo y en los canales sociales.



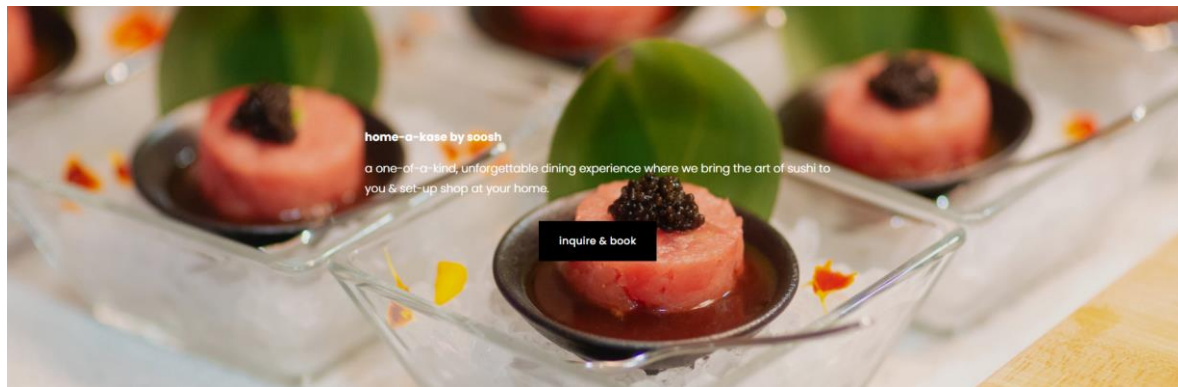
Home-A-Kase: personalización de la experiencia en casa

@HomeAKase, es la nueva propuesta del chef Brian Ogawa. Ha encontrado la manera de trasladar la experiencia personalizada para el consumidor a casa.

Los clientes responden un cuestionario detallado antes de que Ogawa diseñe su menú. Les hace preguntas sobre sus restaurantes favoritos, platos favoritos o preferencias de pescado, para ayudarlo a diseñar la mejor experiencia.

El chef y su equipo se trasladan a casa del cliente y en la propuesta además de gastronomía, incluyen música y accesorios que convierten la velada en algo único.

Omakase significa "Lo dejaré en tus manos" y es la esencia del concepto.



La sostenibilidad como pilar de la propuesta de delivery

@Dickie's es el negocio de comida a domicilio lanzado por el chef Richard Turner, al frente de varios negocios de éxito en Londres.

Este negocio nace enfocado al delivery y la sostenibilidad, apoya la buena agricultura y se ha asociado con pequeños productores de Reino Unido y solo usa envases sostenibles.

Centra la oferta en carnes, aves y lácteos criados al aire libre y éticamente.

"He considerado que cada artículo del paquete sea lo más biodegradable posible. Nuestra cultura gira no solo en el bienestar de los humanos, sino también en el bienestar de los animales que usamos y el medio ambiente que estamos tratando de mantener. Nuestro objetivo es mantener una relación sana." Richard Turner



03

INICIATIVAS DEL SECTOR



COMUNICACIÓN Y FIDELIZACIÓN

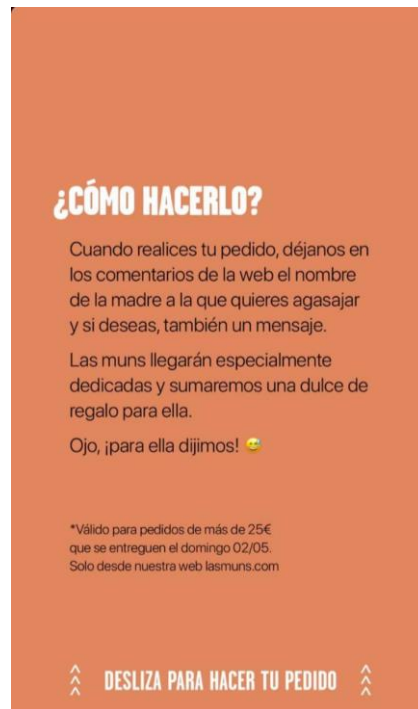
Edición especial
para celebrar.
El packaging tiene
mucho que contar

@ManoloBakes se une con la diseñadora @Pilsferrer para vestir la propuesta gastronómica de la enseña con un packaging especial para celebrar el día de la madre. El packaging es una potente herramienta de comunicación y que mejor que envolver unos dulces con un bonito mensaje en una bonita caja.



Sorprende al consumidor para celebrar las festividades

@LasMuns se suma a festejar el día de la madre personalizando el pedido con su nombre y un mensaje y obsequiando a las madres con un regalo dulce para completar el pedido. Las opciones de delivery se convierten en regalos perfectos para festejar y las RRSS el principal canal de comunicación y generador de tráfico hacia los canales propios.



Packaging especial y pack regalo para celebrar las festividades

@Montaelpollo, concepto especializado en pollos gourmet además de presentar su producto en un cuidado y original envase, celebra el día de "Sant Jordi" en Cataluña con un pack especial para festejar en buena compañía. Menú completo para 4 personas con postres y vino incluido además de su pollo, estrella de la carta.



4 Me gusta

montaelpollo SANT JORDI MONTANDO EL POLLO!! 🍷 🍷

Hemos preparado este PACK ESPECIAL DE SANT JORDI (para

Bubbles&Cheers; Un brindis de regalo para celebrar la reapertura de la restauración.

@DiningSix, grupo de restauración ubicado en los países nórdicos. Para celebrar la reapertura de sus locales de Dinamarca, y para agradecer a los comensales el soporte recibido durante el periodo de cierre, ofrecieron una copa de espumoso gratuita para los comensales de la mesa. Para acceder a la invitación, al reservar mesa tenías que indicar el nombre del director del grupo: Morten P.



Los pedidos más populares de los famosos como herramienta de ventas global

@McDonald's sigue apostando por su campaña Famous Orders; durante un tiempo limitado ofrecen los pedidos más populares de un artista o personalidad conocida por sus clientes.

Su próxima apuesta es BTS, el grupo de música surcoreano y el menú se estrenará en 49 mercados a nivel mundial.

El pedido de BTS incluye Chicken McNuggets de 10 piezas, patatas fritas medianas y una bebida mediana y las opciones de salsa incluyen chili dulce y salsas cajún, inspirados en recetas populares de McDonald's en Corea del Sur.



BTS 
5.26.2021



United States	05/26	Costa Rica	06/01
Austria	05/26	India (Delhi)	06/01
Bahamas	05/26	Mexico	06/01
Brazil	05/26	Panama	06/01
Canada	05/26	UAE	06/01
Colombia	05/26	Bahrain	06/02
Dominican Republic	05/26	Cyprus	06/02
Israel	05/26	Qatar	06/02
Malaysia	05/26	Hong Kong	06/03
Paraguay	05/26	Macao	06/03
St. Maarten	05/26	India (Mumbai)	06/04
Ukraine	05/26	Morocco	06/05
Australia	05/27	Estonia	06/07
Belarus	05/27	Latvia	06/07
Belgium	05/27	Lithuania	06/07
Croatia	05/27	Taiwan	06/09
Greece	05/27	Romania	06/11
Hungary	05/27	El Salvador	06/15
Kazakhstan	05/27	Guatemala	06/16
Oman	05/27	Honduras	06/15
Singapore	05/27	Nicaragua	06/16
South Korea	05/27	Suriname	06/16
Vietnam	05/27	Philippines	06/18
Malta	05/28	Indonesia	06/25
Puerto Rico	05/28		

THE BTS MEAL



For a full list of participating McDonald's, © 2021 McDonald's

El Coronel Sanders entra en el mundo streamer con el videojuego 'Marbella VICE'

@KFC apuesta por el mundo gamer y streamer con la incorporación de un restaurante y el Coronel Sanders en el videojuego 'Marbella VICE' de Ibai Llanos, dentro de su estrategia digital.

El juego incluirá un restaurante de KFC, en el que se podrán pedir tres buckets y La Sobrada, la nueva hamburguesa de pollo.



Un tatuaje permanente a cambio de un año de producto gratis

@FarmerBoys, cadena de restaurantes de origen Californiano, ofrece hamburguesas gratis durante un año a cualquiera que se haga un tatuaje con el nombre del restaurante.

La cadena quiere celebrar así los 40 años de la misma y se ha alineado con un salón de tatuajes para llevar a cabo esta acción.



CHOOSE YOUR

FarmerBoys

Design 1

Design 2

Design 3

FARMER BOYS INK

FARMER BOYS



#ShearGenius, reactivando los pubs con un cambio de estilismo

@Heineken ha apoyado la reapertura de pubs y peluquerías con pop-ups en los jardines de los pubs para que los clientes puedan disfrutar de una pinta mientras se cortan el pelo. El evento ha contado con el apoyo de una campaña en las redes sociales que animaba a los clientes a compartir su experiencia con el siguiente hashtag: #ShearGenius



03

INICIATIVAS DEL SECTOR

REPENSANDO LOS CONCEPTOS

Nuevos conceptos de restaurante
y nuevas líneas de negocio

7 Eleven abre su primer restaurante drive-thru y inicia un plan de expansión de restaurantes QSR

@7-Eleven abre su primer restaurante drive-thru de Laredo Taco Company en Dallas. El restaurante, que ofrece asientos en el interior, comparte espacio con una nueva tienda 7-Eleven Evolution, la tercera de su tipo en Dallas y la sexta en los Estados Unidos.



De digital a restaurante físico; hospitalidad futurista en base a datos

@Layla, es el primer restaurante de la plataforma de reservas Opentable, se encuentra dentro del primer hotel de kayak en Miami Beach.

El restaurante incorpora la tecnología de Opentable que permite personalizar la experiencia porque conocen a sus clientes.

La idea es poder perfeccionar el programa de hospitalidad y trasladar mejoras e innovaciones en la plataforma Opentable,



Los operadores de foodservice, ofrecen nuevos productos al retail.

@Smöoy inicia la comercialización de uno de sus productos en la gran distribución vía Aldi.

La compañía ha adaptado a este formato de distribución una selección de sus productos de mayor éxito, que irá introduciendo a lo largo de este año en las distintas cadenas de supermercados, para acceder así a su público a través de la cesta de la compra.

@PretaManger amplía su gama de productos de desayuno en Tesco, lanzan una propuesta de granola para el lineal.



Bridge: Gastronomía, supermercado y eventos. EL punto de encuentro gastronómico

@Bridge es el nuevo concepto de Migros en Zúrich que cumple diferentes misiones de la alimentación.

Son 2000 metros cuadrados diseñados para ofrecer una experiencia que conecte a las personas y la alimentación de calidad. Es un variado mercado de alimentos frescos, gastronomía creativa, eventos, pop-ups de moda y productos únicos.

En el bistró, un nuevo chef es un invitado cada tres meses.



Comida a domicilio con enfoque sostenible y que minimiza el desperdicio alimentario

@FoodStories, presente en Madrid y Barcelona es una compañía que hace llegar menús de comida saludable a casa del cliente atendiendo a los estándares de sostenibilidad y cuidado del medioambiente.

Venden kits de comida que se entregan a los hogares pero para minimizar el desperdicio, compran bajo demanda.

Además incorporan envases de vidrio retornables en sus pedidos.



NUESTROS ENVASES

Para minimizar el plástico de un solo uso, funcionamos con un método de fianza para nuestros envases. Porque reutilizar lo que tenemos, es la mejor manera de cuidar nuestro planeta.



Fianza de los envases

Cada receta incluye una fianza, dependiendo del número de envases que tenga.



Tu « Meal kit » sin plástico

Recibirás tu Meal Kit en envases de vidrio. ¡Guárdalos y los recogeremos en el siguiente pedido!



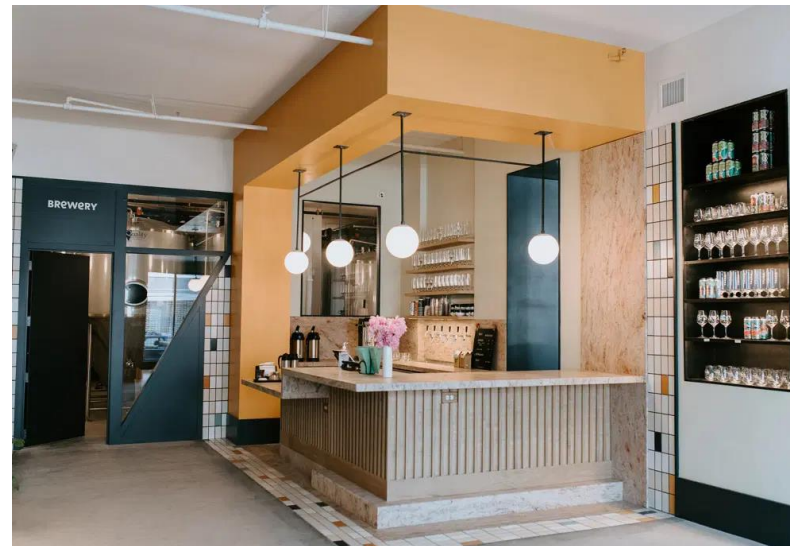
Reembolso de tu fianza

Aquí empieza la magia. Una vez recojamos tus envases, te devolveremos tu fianza. ¡Nosotros les daremos una segunda oportunidad, mientras juntos cuidamos el planeta!

Contratación equitativa para una cervecería artesanal con espacio degustación.

@Talea, alberga la producción artesanal de sus propias cervezas y un acogedor espacio de degustación que pretende ser un punto de reunión en Williamsburg. ¿Pero qué le diferencia de otros negocios? la contratación equitativa. Tienen un solo equipo de personal capacitado para hacer todo.

“En lugar de contratar un lavaplatos y una anfitriona, tenemos 23 personas que hacen todos esos roles. Cada uno de ellos rota a través de sus turnos, desde el servicio de cocina hasta la elaboración de cerveza y el anfitrión. Además, a todos se les paga lo mismo y todas las propinas se dividen en partes iguales, ya sea que alguien esté frente a los clientes o entre bastidores en la cervecería.



03

INICIATIVAS DEL SECTOR

RSC Y SOSTENIBILIDAD

Las opciones veganas siguen ganado espacio en las cartas del foodservice

@Dunkin en Holanda lanzan una propuesta vegana con más de 40 opciones a escoger.

Seguirán trabajando la oferta y no descartan ampliar el surtido de productos plant –based.

@Nathan's el icónico hot dog de Coney Island se vuelve vegano, para ello han llegado a un acuerdo con Meatless Farm



#lunessincarne; potenciando el consumo de los productos de origen vegetal

@BurgerKing UK, introduce los “Lunes sin carne” en todo el país para todos los usuarios de la aplicación. Los clientes pueden adquirir las nuevas hamburguesas sin carne por 1,99 libras cada lunes.

Su propósito es seguir introduciendo más opciones sin carne hasta que la mitad del menú sea de origen vegetal en 2030.

Esta iniciativa ya está activa en otros países como México.



Taco Bell se asocia con TerraCycle para reciclar paquetes de salsa picante

@Taco Bell colaborará con el líder internacional en reciclaje TerraCycle para reciclar los paquetes de salsa de la marca y que no terminen en un vertedero. Aún no se han dado los detalles específicos de este programa piloto de reciclaje nacional de EE. UU, pero si que garantizan que para el cliente, los sobres serán fáciles de devolver y no representarán un coste para ellos.



Borrow a Cup, el piloto de Starbucks para potenciar el uso de vasos reutilizables.

@Starbucks está lanzando un programa "Borrow A Cup" que permite a los clientes pedir en una taza reutilizable por un depósito de \$1. El programa de dos meses se ejecutará en cinco tiendas de Seattle, permitirá a los clientes pedir una bebida en un vaso reutilizable.

Los vasos se devuelven en los quioscos de devolución sin contacto de la tienda y se otorga un crédito de \$1 y 10 estrellas de bonificación a través de la cuenta de Starbucks Rewards.



El día de la tierra, concienciando a los consumidores sobre sostenibilidad.

@Starbucks México se unió a la celebración del día de la tierra concienciando a sus clientes.

Los clientes que compraban una bebida de tamaño grande en las tiendas Starbucks el 22 de abril recibieron una taza de bebida caliente reutilizable.

Los usuarios de Starbucks Delivers, recibieron residuos de café molido para preparar compost y dar vida a una nueva planta. Esta acción funcionó con las plataformas de entrega a domicilio DiDi Foods, Rappi y Uber Eats



El día de la tierra; Las grandes cadenas se suman en su compromiso con la sostenibilidad

@DunkinDonuts en USA, dio a conocer diferentes iniciativa que está llevando a cabo en su compromiso con la sostenibilidad:

- Programa de donación de alimentos
- Programa de compostaje que permite a los franquiciados compostar los posos de café y otros materiales orgánicos.
- Sustitución del plástico
- Plantación de 200.000 árboles en Honduras y Guatemala para promover la estabilidad ambiental regional.
- La compañía ha creado un programa de capacitación para sus trabajadores agrícolas para que aborden los desafíos de la sostenibilidad, entre otros.



El redondeo solidario en hostelería. Iniciativas que involucran al consumidor en causas solidarias

@Areas se suma a la iniciativa de #redondeosolidario en algunos de sus establecimientos.

Los clientes que hagan su aportación a esta acción, colaboran en favorecer la inserción laboral de personas con trastorno mental y exclusión social a través de la Fundació Cassià Just - Cuina Justa.



Newrest ilustra un recetario para apoyar a la Polinesia Francesa en su lucha contra la diabetes

@Newrest se suma a esta iniciativa para dar soporte a la Polinesia, actualmente un 15% de la población sufre diabetes.

Esta publicación tiene como objetivo educar al público sobre alimentos saludables y apetitosos. Desde Newrest cocinaron las recetas y presentaron los platos para producir contenido de calidad. Ayudaron a fotografiar e ilustrar las recetas que componen el libro.



Burger King prueba unos envases ecológicos en el área de Miami

@BurgerKing, está testando nuevos envases sostenibles en sus artículos más utilizados: tenedores, cucharas, cuchillos, pajitas, tapas de bebidas, envoltorios Whopper y servilletas. Además:

- Continúa desarrollando su asociación global con Loop para reducir los envases de un solo uso a través de reutilizables.
- Burger King también se ha asociado con The Coca-Cola Co. y Kraft Heinz para dar vida a las iniciativas de sostenibilidad.





04

“THINK OUTSIDE THE BOX”

Buscando la inspiración en otros sectores

Too Good To Go crea un distintivo que anima a usar los sentidos antes de desechar un alimento

@Too Good To Go ha puesto en marcha la iniciativa "Mira, Huele, Prueba", a la que se han sumado marcas como Central Lechera Asturiana, La Vaca Que Ríe, Gaza, Babybel, Hellmann's, Heura o Danone.

En total, son ya 17 marcas nacionales las que apoyan el movimiento. Con voluntad divulgativa, todas ellas desean recordar a los consumidores que la fecha de consumo preferente indica el momento hasta el cual el alimento conserva la calidad organoléptica prevista y, una vez pasada esa fecha, el alimento puede haber cambiado ligeramente su textura o sabor, pero su consumo sigue siendo seguro.

The advertisement features the Central Lechera Asturiana logo and the Too Good To Go logo at the top. The main text reads: "AÑADIMOS ESTE DISTINTIVO A NUESTROS PRODUCTOS PARA LUCHAR CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS". Below this, a carton of "Leche entera" is shown next to a dark green sticker with a white heart icon. The sticker contains the text "ANTES DE TIRARME" and "COMPRUEBA SI SIGO EN BUEN ESTADO", along with three icons: an eye for "MIRA", a nose for "HUELE", and a tongue for "PRUEBA". An orange arrow points from the sticker to the carton.

A close-up of the dark green sticker with a white heart icon at the top. The text on the sticker reads: "ANTES DE TIRARME" and "COMPRUEBA SI SIGO EN BUEN ESTADO". Below this, there are three icons: an eye for "MIRA", a nose for "HUELE", and a tongue for "PRUEBA".



Amazon Salon; testando novedades tecnológicas en entornos reales

@Amazon Salon, un lugar experimental para probar nuevos productos y tecnologías.

- los usuarios podrán por ejemplo ver en realidad aumentada cómo les quedaría un corte de pelo o si se lo tiñen de un color determinado.
- han incluido una tecnología para "apuntar y aprender". El cliente apunta con el dedo un producto concreto de la estantería y aparece en una pantalla cerca vídeos y más información sobre el producto.
- comprar online desde Amazon y que llegue a casa.

No quieren crear peluquerías en el futuro sino experimentar con diferentes tecnologías para interactuar con los consumidores y aportar nuevas maneras de hacerlo.



Showfields; el retailment cobra vida en NYC.



@Showfields, visto desde fuera, es como un gran almacén, sin embargo por dentro se convierte en un teatro de narraciones inmersivas, con escenarios pop up, donde destacan productos innovadores que aportan al consumidor emoción e interactividad. Es una original sinergia entre las marcas de moda online y el espacio físico

La experiencia Showfields solo con cita previa es gratuita. El tour de 30 minutos guiado por un equipo de actores que guían por el establecimiento, desde un artista o cocinero a un científico o explorador, con el objetivo de brindar un momento memorable y crear una conexión emocional. Una forma única de experimentar, oler, escuchar y saborear el producto, donde el consumidor se convierte en parte del show.



La conciencia mediambiental, lleva a H&M a Animal Crossing.

@H&M, consciente de la importancia de apostar por la digitalización y por llegar a un público joven con nuevos hábitos de consumo, se ha embarcado en un proyecto que une esas dos partes.

Ha creado una isla en uno de los videojuegos de moda, "Animal Crossing: New Horizons" de Nintendo.

En la isla lanzada por la marca, los jugadores podrán explorar y reciclar sus atuendos del juego para convertirlos en otros nuevos en la primera estación de reciclaje de ropa de "Animal Crossing". El objetivo de este proyecto es que los jugadores puedan aprender más sobre el reciclaje y compartir sus pensamientos sobre la moda circular.

A lo largo de 2021, la compañía y la actriz Maisie Williams, su nueva embajadora global de sostenibilidad, se embarcarán en varias iniciativas en torno a la Economía Circular.



“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.”