



De izquierda a derecha: Felip Pascual, Alfonso García, Rosa García y Javier Arenillas, moderador de la mesa. ©Eduardo_Alapont.

La evolución de los conceptos y las tendencias también tuvieron protagonismo en el CRC17

15-11-2017

Una de las últimas sesiones del Congreso de Restauración Colectiva celebrado en Valencia, fue la dedicada a analizar las tendencias y nuevos conceptos del sector. Los restaurantes de empresa y los servicios en recintos deportivos y grandes eventos son algunos de los segmentos que han sufrido un cambio más radical... así mismo, la sostenibilidad es también tendencia y el reverse vending es algo que, sin mucho tardar, deberán adoptar todas las empresas.

La última sesión del Congreso de Restauración Colectiva, 2017, moderada por **Javier Arenillas**, secretario general de Feadr, se dedicó a las tendencias y nuevos conceptos en restauración colectiva y dio comienzo con la intervención de **Felip Pascual**, director de la división de B&I de Serunión, que abordó el cambio de concepto 'Del comedor al restaurante de empresa'. Pascual argumentó sobre la evolución de este modelo, comentando como caso de éxito, el conseguido por su propia compañía. *"Mi empresa se planteó de una forma muy seria que lo que queríamos ofrecer a nuestros clientes era una experiencia global y decidimos cambiar el foco pasando de un modelo B2B2C al B2C2B, donde lo importante es el consumidor final. Así surgió una nueva filosofía con tres pilares: enriquecer la experiencia del comensal, dar prioridad al comensal, y desarrollar, innovar y acelerar"*.

Según los estudios consultados por esta compañía, el consumidor final está cada vez más influido por la restauración comercial, su gastronomía, la variedad de su oferta y la experiencia digital. *"Con este convencimiento trabajamos con institutos de investigación y startups para distinguir claramente lo que es realmente tendencia, a la vez que llegamos a un conocimiento más profundo de nuestros clientes. Así surgió el programa de innovación 'Life for challenge', una dinámica y proyectos que encarnan la transformación digital del Grupo Elior, y permite a todos los trabajadores participar y transformar una buena idea en una verdadera startup. Además invertimos capital en las startups más interesantes para nuestro negocio y lanzamos pilotos (tesElern). Cada año nos presentan doce proyectos, de los cuales escogemos tres que estén muy vinculados a nuestro negocio, y que por consiguiente podemos aplicar directamente a las demandas de nuestros clientes. Los 'ganadores' son subvencionados por el grupo"*. De esta forma, la compañía cuenta con toda la información necesaria para desarrollar sus diferentes restaurantes en todo el mundo, en función de una gran cantidad de necesidades y variables.

Para concluir, Felip Pascual también habló de sus proveedores y de sus relaciones a través del *foodtech*, además de la importancia y compromiso que el desarrollo sostenible tiene para su grupo, motivo de la creación del proyecto Elior Group Positive Foodprint Plan.

La siguiente intervención corrió a cargo de **Alfonso García**, director general del Grupo Bakara, que habló sobre el complejo servicio de la 'Restauración en recintos deportivos y grandes eventos'. La empresa que dirige se compone de diferentes divisiones entre las que destaca la de catering especialista en eventos de deportes y ocio. Según García, "este tipo de catering no tiene nada que ver con el que se lleva a cabo en otros países, como EEUU por ejemplo, en el que este servicio cobra tanta importancia o más que el propio evento. Pero este hecho está cambiando y nuestra empresa está contribuyendo a ello". A continuación comentó las grandes diferencias de ofrecer el servicio en diferentes tipos de eventos (multideporte), ya sea *outdoor* o *indoor*, y la complejidad de ofrecer multiservicios con muchas variables.

Las tres patas de este modelo se basan en el servicio de hostelería para el público asistente al evento; la zona VIP y hospitality; y el servicio de catering y de comidas para deportistas y *staff*. También existen claros factores diferenciadores de este servicio, entre los que destaca la elaboración en su cocina central, o en la de los colaboradores locales de, como mínimo, un 75% de la producción, "una seña de calidad que nuestros clientes valoran". También, el transporte en frío, la conservación en destino, el montaje final y el servicio por parte de profesionales formados de manera multidisciplinar, son factores a tener en cuenta en el capítulo de producción y logística.

"Otro tema importante que hemos de tener en cuenta es la identidad geográfica en la que se desarrolla el evento, ateniéndonos a las costumbres y a la gastronomía locales, que ha de representar entre el 25 al 30% de la oferta. Y todo ello sin olvidar la sostenibilidad de nuestro servicio, a través de la gestión de envases (ni vidrios, ni loza) y otros elementos de servicio, y la gestión de nuestra producción. En consecuencia atendemos a un nicho de mercado cada vez más especializado y de alta calidad".

La sostenibilidad también es tendencia: el *reverse vending*

Para finalizar esta última sesión, el CRC'17 contó con la participación de **Rosa García**, directora de Rezero, *Fundació Catalana per a la Prevenció de Residus i el Consum Responsable*, una organización independiente sin ánimo de lucro que trabaja con el objetivo de llegar a conseguir el 'residuo cero' en producción y consumo de envases y quien habló de 'Reverse vending como tendencia. Recoger, reducir, reutilizar'.

"Nuestra fundación impulsa acciones y políticas de prevención de residuos y consumo responsable, trabajando en red con todos los agentes, porque uno de nuestros principios básicos es la responsabilidad compartida". Tras explicar los objetivos de su fundación, sus campañas estratégicas, el concepto de 'residuo recurso', la 'mochila ecológica' y algunas problemáticas vinculadas a la restauración, Rosa García pasó a explicar el proyecto de *reverse vending* impulsado por su fundación. El sistema se fundamenta en la reducción, la reutilización y reparación, y la recuperación y reciclaje de los residuos. "El proyecto de *reverse vending* actúa en la fase de recuperación, por el cual se incentiva la devolución de determinados envases a través de un importe (depósito) asociado al envase en el momento de la venta y que se recupera al devolver al envase vacío o incentivo en máquinas de vending. Este proyecto favorece la prevención del abandono de envases (*littering*), facilita el reciclaje de alta calidad, y disminuye el consumo de materias, recursos naturales y energía".

- Os podéis descargar las ponencias de la mesa en este enlace: Ponencias CRC'17.
- Álbum de fotos CRC'17.
- Vídeo resumen del CRC'17.

Noticias Relacionadas

- El Congreso de Restauración Colectiva avanza como el gran foro de comunicación del sector
- Un código de buenas prácticas, en materia de compras sostenibles, nos espera en Bruselas
- Comunicación: la gran asignatura pendiente del sector de la restauración social y colectiva
- La seguridad alimentaria: foco de atención prioritaria del sector y de nuestro congreso
- Alimentar bien para vivir mejor, un compromiso ineludible con todas las colectividades
- Hacia una restauración sostenible, eficaz y comprometida, en todos los segmentos
- Conoce mejor las firmas que han apostado por el Congreso de Restauración Colectiva, 2017



Fiori Calvo es licenciada en Ciencias de la Información y periodista especializada en restauración, alimentación y tecnología alimentaria. Ha trabajado durante 18 años en revistas del sector horeca, incluida una conocida publicación técnico-empresarial del sector de restauración social y de colectividades. También ejerce su actividad profesional como asesora y consultora de comunicación. @: fioric@telefonica.net