



Restauracióncolectiva
El portal de referencia para los profesionales del sector

Te encuentras en Inicio / Empresas / Proveedoras /



Selecta España crea dos espacios 'Foodie's Micromarket' en la sede del Grupo Santander

15-01-2020

Selecta España, compañía de servicios avanzados de restauración automática, ha inaugurado recientemente dos espacios 'Foodie's Micromarket' en la sede corporativa de Grupo Santander, en Boadilla del Monte. Una apuesta decidida por la alimentación de calidad y saludable, en un entorno de alta tecnología, que posiciona a este banco como pionero en la introducción de este servicio exclusivo e innovador que supone una interesante propuesta de valor para sus empleados.

"Nos enorgullece poder decir que el Banco Santander ha confiado en nuestros servicios especializados de restauración automática, apostando por nuestro concepto premium más sostenible y saludable para aportar una mejora en la experiencia en sus áreas de descanso y un valor añadido a sus equipos", afirma Carmen Fernández, directora Comercial y de Marketing de AB Servicios Selecta España.

Más flexibilidad y sostenibilidad

'Foodie's Micromarket' es un espacio autoservicio de productos de gran calidad, frescos y saludables para empresas, que supone una auténtica innovación en el mundo del vending y una nueva experiencia de consumo para los usuarios. Y es que en este innovador modelo de negocio, el empleado libremente puede adquirir un menú completo (opciones saludables, piezas de fruta...), cogerlo directamente del lineal y pagarlo en el kiosco de pago, utilizando incluso el pago con huella dactilar. Además, en colaboración con el banco, a este modelo de negocio se le ha dotado de la variedad de productos más sostenibles en el mercado del vending, impactando muy positivamente en el cuidado del medio ambiente.

Esta cómoda opción de multicompra, un mayor surtido en el autoservicio y una mejor calidad de los productos a los que se accede suponen toda una revolución en la experiencia del consumidor. Sin olvidar, el factor clave: la rapidez. Sin necesidad de desplazamientos, ni esperas en comedores ni restaurantes, facilitando así la flexibilidad al empleado en línea con la creciente tendencia de conciliación de horarios.

Los espacios incorporan varias máquinas vending que ofrecen una gama de productos frescos, saludables y de calidad; se amplía el surtido de producto, con la posibilidad de incorporar productos frescos y fruta del día no disponibles en formato de vending tradicional. Una oferta que se completa con bebidas calientes, en el corner exclusivo de Selecta, 'Starbucks on the go', integrado en la solución Micromarket, que ofrece la auténtica experiencia de Starbucks en entornos de trabajo.

Además, esta novedosa área de descanso es un espacio abierto, cercano e interactivo que favorece la creación de un ambiente agradable, generando momentos de conexión entre los trabajadores. *"Conecta a las personas, incrementando la implicación del empleado, su nivel de felicidad en el entorno de trabajo y su productividad"*, comenta Fernández.

Se trata de un concepto mucho *premium* que permite elevar la experiencia de compra a otro nivel, dando respuesta a los nuevos hábitos de unos consumidores cada vez más exigentes y proactivos, que demandan productos saludables y a la vez sostenibles. "Con 'Foodie's Micromarket' contribuimos a un consumo sostenible. Y es que ponemos el foco en productos equilibrados envasados con packagings respetuosos con el medio ambiente. Nuestro compromiso pasa por ir introduciendo en este concepto las referencias más sostenibles que van surgiendo en el mercado", explica **Pablo Espada**, responsable comercial de Soluciones Premium de Selecta España.

El proyecto 'Foodie's' se ha desarrollado de forma conjunta a nivel europeo con el Grupo Selecta. El concepto original comparte la parte de su filosofía, estética, *branding*, mobiliario, tecnologías y circuito de compra, pero el diferencial radica en la provisión de productos, ya que el 100% del surtido de referencias se gestiona a nivel local para poder adaptarse mejor a los diferentes hábitos de consumo de cada país.