

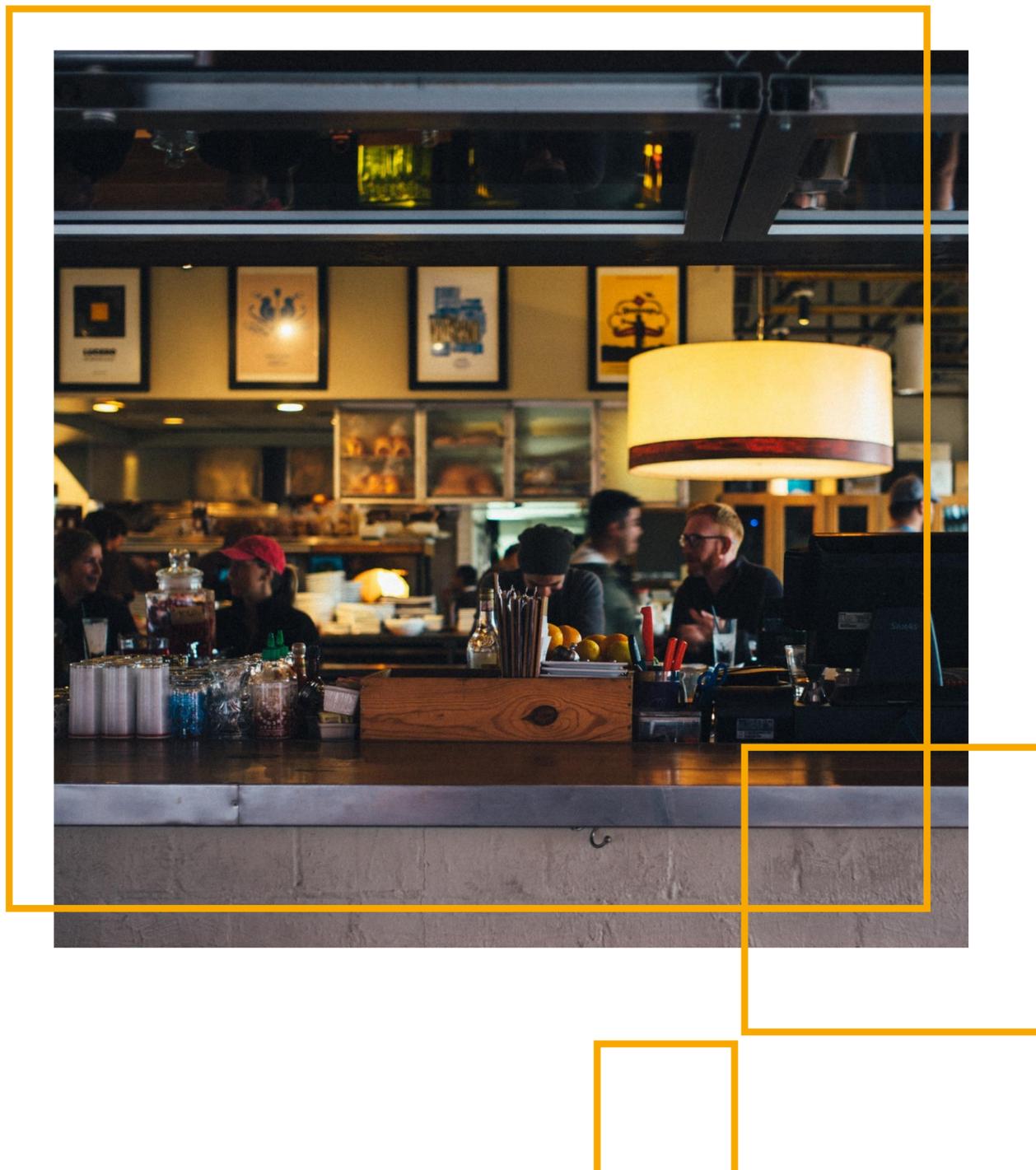


QUALITYFRY®

**FOODSERVICE: NUEVAS
TENDENCIAS PARA 2022**



www.qualityfry.com



La experiencia FoodService

Desde QualityFry queremos ofrecerte herramientas que te ayuden a identificar y analizar las oportunidades y beneficios de introducir nuevas tendencias en tu negocio así como a conocer las mejores prácticas de este servicio de restauración. Este documento es ideal para aquellos emprendedores que se animan a dar el paso para montar su propio negocio y para quienes buscan ideas para innovar.

QUÉ ENCONTRARÁS EN ESTA GUÍA



**BAKERY COFFEE:
QUÉ ES, CLAVES Y
ÚLTIMAS TENDENCIAS**

**TIENDAS DE PROXIMIDAD, A
POR LA CUOTA PRESTADA DE
LA HOSTELERÍA**

**OTROS CONCEPTOS:
FOODCOURT Y
RESTAURACIÓN EN
TRAVEL CHANNEL**

**QUALITYFRY, LA SOLUCIÓN
AUTOMÁTICA, SIN HUMOS.
SIN OLORES**

**PREPARA TU MENÚ: COMIDA
RECIÉN HECHA PARA TODOS
LOS GUSTOS**

Factores fundamentales a tener en cuenta

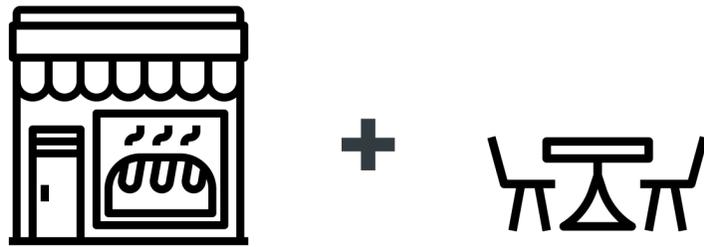
Las cadenas de supermercados se están adaptando a la transformación acelerada de los hábitos de consumo

La restauración en centros comerciales o aeropuertos cada vez cobra más importancia

Características principales de los equipos QualityFry para aumentar las ventas de tu negocio.

Elabora un menú más variado y más atractivo para tu público objetivo

¿QUÉ ES UN BAKERY COFFEE?



El **Bakery Coffee** o **Coffee Bar** es un innovador modelo de negocio que surge debido a las nuevas demandas del consumidor actual. Consiste en la **fusión de una panadería tradicional con los servicios de restauración de un establecimiento hostelero.**

Este nuevo concepto se caracteriza tanto por la **calidad de sus productos artesanos** como por la **decoración y el ambiente** del establecimiento.

El consumidor de este tipo de negocio busca un espacio multifuncional que le ofrezca las diferentes opciones de **degustación, compra y consumo** de un producto artesano y de calidad para **consumir tanto en el local como para llevar.**

Con un gran abanico de productos y en un horario non stop, los consumidores pueden disfrutar de sus instalaciones en cualquier momento del día. Además, debido al éxito de este concepto de negocio, también ha aumentado la expansión de franquicias en este sector.

CLAVES PARA ABRIR TU BAKERY COFFEE



01

Presta atención a la decoración

Piensa que el ambiente que vas a crear está dirigido a un público específico: joven estudiante o trabajador que busca un lugar cálido que les evoque tranquilidad y comodidad donde pasar un buen rato.

02

Calidad en el menú

Céntrate en una pequeña selección de productos gourmet elaborados con un toque tradicional, utilizando harinas de calidad, respetando los tiempos de amasado, etc.

03

Proporciona otros servicios

Ofrece una carta con menús y medios menús que combinan productos dulces y salados elaborados con Ingredientes novedosos. Además, recuerda que en estos locales la bebida es tan importante como la comida.

ÚLTIMAS TENDENCIAS



Los Bakery Coffees están creciendo exponencialmente en todo el país. Aquí encontrarás las tendencias que responden a este progresivo aumento:



Búsqueda de confort para pasar un rato

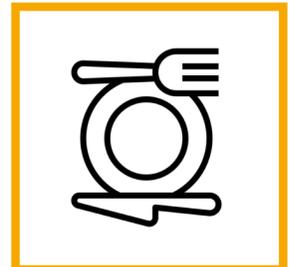
Los clientes buscan un diseño y una decoración que les haga sentirse como en casa sin renunciar a la rapidez de servicio de los restaurantes.



Aumento de consumo de productos artesanos

El público objetivo de este tipo de negocios busca productos únicos, especiales y de calidad elaborados a base de recetas tradicionales. Es muy importante proporcionar una experiencia a través de una atención personalizada.

Sentarse a comer a cualquier hora



Lo más importante es proporcionar un espacio donde poder comer bocadillos o ensaladas, tomar un té o un zumo natural en cualquier momento. Y además, que sirva para poder quedar a cenar fácil y rápido tanto con la familia como con los amigos.

ÚLTIMAS TENDENCIAS



Búsqueda de una experiencia única

Sorprender con el aroma del local a través del olor a repostería recién horneada. Participar en catas o barras de degustación de cafés, té y repostería.

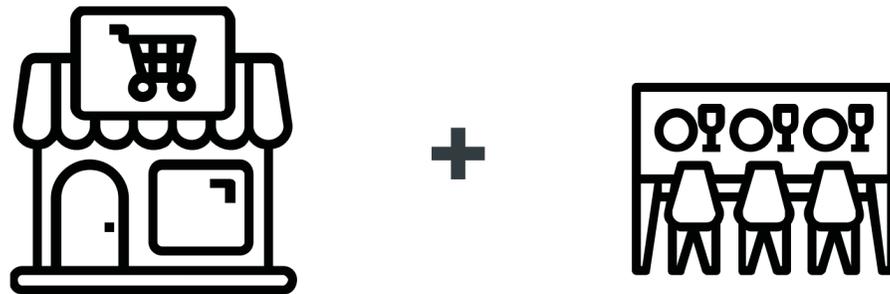
Opción de delivery y/o take away



Para aumentar las ventas, lo mejor es ofrecer las diferentes alternativas disponibles en el mercado: poder comer en el local, o pedir la comida para llevar o pedir que te entreguen la comida a domicilio.

Esta tendencia de crecimiento demuestra el potencial que tiene este tipo de negocio. Sin embargo, es un concepto que evoluciona continuamente y que atrae a un público con gustos muy definidos.

TIENDAS DE PROXIMIDAD



En los últimos años, las tiendas de proximidad están optando por incluir un córner take away o para tomar en el local de comida preparada en el establecimiento. Aunque esta técnica se ha acentuado durante la pandemia, tiene como reto mantener parte de la cuota prestada de la hostelería y adaptarse a la transformación acelerada de los hábitos de consumo, dando respuesta a un consumidor más ahorrador, que prefiere los productos de proximidad, saludables y sostenibles, más digital y, en general, poco fiel.

Esta tenencia está destinada a que el consumidor pueda **realizar la compra y a su vez comer** los productos elaborados en el mismo establecimiento. Un modelo de negocio diferente que busca satisfacer las necesidades de un nicho de mercado que quiere comodidad, buen precio y que no tienen tiempo para cocinar.

QUÉ VALORAN LOS CLIENTES



EN UN SUPERMERCADO

Un gran número de tiendas apuestan por este modelo de negocio, ya que consumir los productos directamente en el local abre una oportunidad para que los clientes puedan degustar las **comidas elaboradas con ingredientes y productos propios del establecimiento**. De esta manera los usuarios se decantarán por más productos que antes no formaban parte de su lista de la compra. En este es contexto, uno de los desafíos inmediatos del sector consiste en adaptarse a la transformación acelerada de los hábitos de consumo, dando respuesta a un nuevo perfil de consumidor más ahorrador y selectivo, que prefiere los productos saludables y sostenibles.



Comodidad y rapidez

Ofrecer la posibilidad de hacer la compra y comer en el mismo lugar, ahorrando tiempo en desplazamiento y pudiendo elegir su propio menú y degustarlo inmediatamente.



Precios competitivos

Propician un ahorro para el consumidor debido a que el cliente paga exclusivamente los alimentos que elige y no por un servicio en sala.



Menús saludables

Dado que los platos son elaborados in situ con productos frescos y a elección de los consumidores, las opciones son sencillas, nutritivas y poco calóricas.

QUÉ TENER EN CUENTA PARA INTRODUCIR UN CÓRNER DE COMIDA PARA LLEVAR

Inicia un servicio de comida para llevar

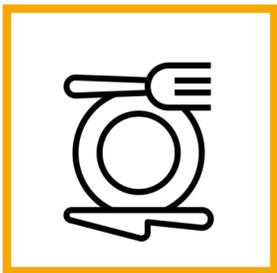
Por las grandes posibilidades que ofrecen al segmento y gracias a las facilidades que encuentras en el equipamiento, este sector generará una repercusión muy grande en la restauración de conveniencia. El acercamiento al concepto de restauración, el aumento en la oferta gastronómica, los acuerdos con plataformas de servicio a domicilio, la inclusión de espacios adecuados para el consumo de los productos en el local, cocinados in situ de producto fresco del supermercado delante del propio usuario... hacen que los espacios de comida para llevar se conviertan en el futuro del retail.



CÓRNER DE COMIDA PARA LLEVAR



Una vez que se ha tomado la decisión de implantar un córner de comida para llevar, hay que tener en cuenta varios puntos fundamentales:



Comida saludable

En la actualidad hay tantas opciones de comidas preparada como tipos de clientes. Y es que los distintos gustos, intolerancias y formatos de menú se tienen muy en cuenta para desarrollar propuestas enfocadas a todos los perfiles. La personalización posibilita multiplicar opciones.



Aprovecha la frecuencia de compra

Las fronteras entre retail y restauración se diluyen creando modelos donde el eje central ya no es el producto sino el consumidor, que deja de ir a una tienda para comprar y a un restaurante para comer, ya que busca vivir experiencias en un mismo espacio.

Espacio agradable



Las zonas de restauración de los retailers ya no son solo un punto de conveniencia. La mayoría de los clientes buscan una experiencia completa con un plus de ocio. Se tiende cada vez más a crear espacios contemporáneos más cálidos y personales, donde prima el confort y que el cliente se sienta como en casa.

CÓRNER DE COMIDA PARA LLEVAR



Precios asequibles para todos los bolsillos

El delivery y los supermercados han sido actores principales a la hora de democratizar el acceso a la comida preparada, con precios competitivos y asequibles.



Servicio rápido

La conveniencia sigue siendo la razón principal por la que acudir a soluciones de comida preparada: comprar, cocinar y comer en la mayor brevedad posible.

Servicios de valor añadido



Además de la oferta gastronómica y comercial, puedes agregar una gama de servicios con los que mejorar la experiencia de compra del cliente: talleres, degustaciones, personal shopper, catering...



La restauración en centros comerciales o aeropuertos cada vez cobra más importancia

Los *food court* de los centros, parques comerciales o zonas como aeropuertos y estaciones de tren se han convertido en un aspecto esencial del funcionamiento de estos complejos. Si bien antes eran meramente un complemento de la actividad comercial, la afluencia de un mayor número de público a estos recintos motivado por la generación de experiencias que aporta la gastronomía ha posicionado a esta como parte diferencial de estos espacios.

LA RESTAURACIÓN, CLAVE PARA EL RETAIL

Estrategias

La restauración tiene un gran peso en el mix comercial de los centros comerciales y hay una tendencia en toda Europa, a que cada vez tenga mayor importancia, pues se trata de uno de los principales generadores de experiencias en centros y parques comerciales y, desde luego, el camino de las experiencias seguirá siendo uno de los elementos más importantes de esta industria en el futuro.

La restauración tiene una gran influencia dentro de estos conceptos puesto que una oferta bien diseñada en un centro comercial permite alargar la estancia de las personas y puede atraer a un determinado público que solo venga al centro comercial a comer. La restauración ha pasado a ser un aspecto central en el centro comercial contemporáneo y esta tendencia va a seguir puesto que el consumidor valora la posibilidad de elegir entre distintos conceptos, disfrutando a la vez de las comodidades y ventajas de un centro comercial.

Por ello, la restauración ha pasado de ser un complemento a la oferta comercial a ser una parte diferenciadora que aporta un valor tan importante como el resto de las categorías. Y este peso cualitativo y cuantitativo tiene el mismo peso tanto en centros como en parques comerciales ya que se ha convertido en un atractivo fundamental para que las visitas sean más prolongadas y recurrentes y, sobre todo, para que sean visitas en grupo, familias o amigos.

La restauración variada, de calidad y con los últimos conceptos gastronómicos tanto de cocina local, como de los grandes grupos de restauración cada vez tienen más cabida en estos centros.

LA RESTAURACIÓN, CLAVE PARA EL RETAIL

ESTRATEGIAS

En el panorama actual, ningún propietario concibe un centro o parque comercial moderno y dominante sin una oferta de restauración y ocio del más alto nivel. Tras la pandemia, además, la mayoría de proyectos de reposicionamiento de centros incluyen un importante componente de dining offer.

Este papel esencial de los food court en los centros comerciales se ha hecho más relevante si cabe tras la pandemia del Covid-19. Ahora más que nunca, la restauración organizada juega un papel clave en los centros comerciales, puesto que suponen un reclamo para todo aquel que desee ir a un establecimiento a comer, merendar o cenar.



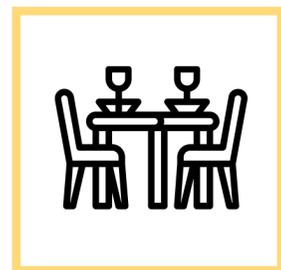
Presencia de grandes grupos de restauración

Son una palanca que funciona para aumentar y fomentar la asistencia al centro, así como para impulsar las ventas de los comercios que se encuentran alrededor.



Posibilidad de elegir entre distintos conceptos

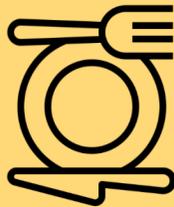
Esta opción permite alargar la estancia de las personas y puede atraer a un determinado público que solo venga al centro comercial a comer.



Generar experiencias

La restauración es uno de los principales generadores de experiencias en centros y parques comerciales.

LA RESTAURACIÓN, CLAVE PARA EL RETAIL



FOOD COURT,
**ELEMENTO
DIFERENCIADOR**

Es tal el peso de la restauración en la actividad de los complejos comerciales, que en los últimos años muchos de estos están apostando por renovar estas zonas para reposicionar el centro. En esta renovación se le da máxima importancia a las zonas de restauración, haciendo hincapié en la modernización de todas las estructuras de los centros.

El cambio del look & feel pone especial atención en las estancias comunes dedicadas al reposo de los visitantes o a la iluminación de toda la zona de restauración. El objetivo es siempre potenciar esa experiencia de cliente y que encuentre toda la oferta en su centro comercial. Al mejorar todos los espacios, estos resultan más atractivos para el consumidor provocando una sensación de comodidad mayor. Por ello, la afluencia se ve aumentada tanto en el espacio de restauración como en el propio centro.

RESTAURACIÓN EN TRAVEL CHANNEL

MIX ENTRE NUEVAS ENSEÑAS Y MARCAS ESPECIALISTAS

La red de establecimientos gastronómicos de los distintos recintos de transporte y viajeros mantiene la tendencia iniciada antes de la pandemia por acercarse a los conceptos y enseñas de la calle. Destaca así la irrupción de nuevas enseñas, que siguen las últimas tendencias de la restauración organizada y que cada vez tienen más presencia entre las marcas propias de los especialistas en el resto de recintos de viajeros.



RESTAURACIÓN EN TRAVEL CHANNEL

Grab & Go

La restauración en los centros de viajeros continúa su metamorfosis. Los distintos especialistas del sector han apostado por la renovación de estos espacios, para adaptarse a un público cada vez más exigente que, si consume en estos recintos, no quiere una oferta limitada en cuanto a productos y servicios. Así, en los últimos años, estos espacios han ido transformando su catálogo, que de un tiempo a esta parte incluye numerosas enseñas de la calle, que aún así conviven con los conceptos creados adhoc para suplir las necesidades particulares de estos recintos, caracterizados por horarios muy amplios y grandes afluencias de clientes en cortos espacios de tiempo.

En esta línea se ha extendido el formato grab&go con el objetivo de cubrir las diferentes necesidades, a cualquier hora del día, de los millones de viajeros que pasan cada año por los aeropuertos de todo el mundo.

También se están extendiendo los quioscos de auto pedido para facilitar y agilizar el tránsito de los pasajeros. Sin duda, estos nuevos formatos buscan la adaptación al flujo de los viajeros, principal valor de las marcas creadas adhoc por los propios operadores especialistas.

QUALITYFRY

LA SOLUCIÓN AUTOMÁTICA. SIN HUMOS. SIN OLORES.

La falta de cocina y la limitación del espacio son unos de los retos a los que se enfrentan los supermercados que ponen la vista en convertirse en un mercaurante. Por eso, te presentamos la tecnología sin humos ni olores desarrollada en todos los equipos QualityFry que se establece como el mejor aliado de este modelo de negocio. Te explicamos por qué:



TECNOLOGÍA QUALITYFRY

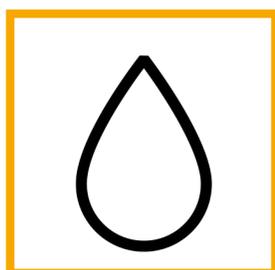


Es importante contar con equipamiento que te permita cocinar los alimentos por encima de los 70°C. La tecnología desarrollada en todos los equipos QualityFry se ajusta a los requerimientos de cocción, limpieza y rendimiento necesarios.



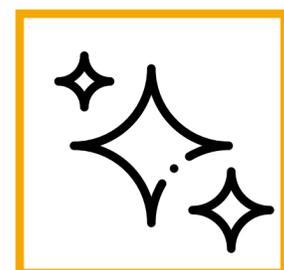
Temperatura

Controla la temperatura y cocina a 180° - 190°.



Sistema cerrado

Protege el aceite de la luz y del oxígeno alargando su vida útil.



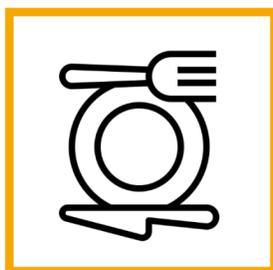
Limpio

El proceso de cocción no ensucia el entorno.



Automatización

Programa los tiempos de fritura de entre 4 a 6 raciones.



Versatilidad

Útil para todo tipo de alimentos: dulces, salados, frescos o congelados.



Sin humos y sin olores

Sólo expulsa aire seco y libre de partículas de olor.

¿POR QUÉ ELEGIR QUALITYFRY?



Sin salida de humos ni campana de extracción

El equipamiento QualityFry puede cocinar sin necesidad de salida de humos y sin campana extractora. Hemos desarrollado un innovador sistema de filtros que, elimina totalmente los humos, minimiza radicalmente los olores de la fritura y permite freír diferentes alimentos en el mismo aceite sin mezclar sus sabores.

De esta manera no existe contaminación en el ambiente y gracias a sus dimensiones reducidas se pueden ubicar en cualquier parte de la sección de comida preparada de los mercaurantes. Además, al ser monofásicas sólo necesitan una toma de corriente eléctrica para empezar a cocinar.

¿POR QUÉ ELEGIR QUALITYFRY?

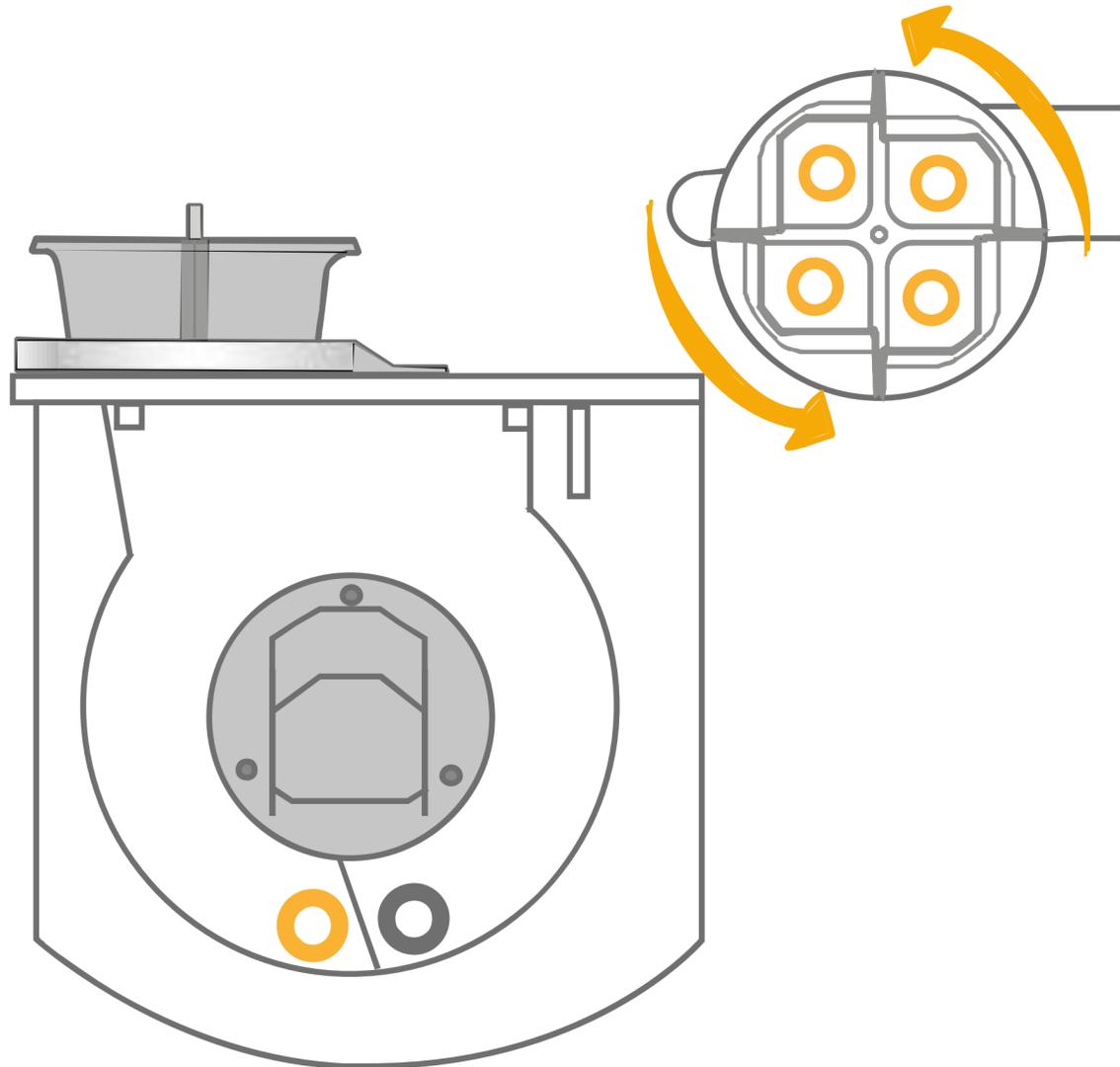


Seguridad

La cámara de fritura está construida con una doble capa de acero inoxidable (AISI 304 L) que aísla las altas temperaturas del interior y protege absolutamente al operario y su entorno.

Es una máquina estanca, cerrada, que cocina con una muy baja concentración de oxígeno garantizando la seguridad y su sencillo y rápido manejo permite eliminar los errores de manipulación por el personal.

¿POR QUÉ ELEGIR QUALITYFRY?

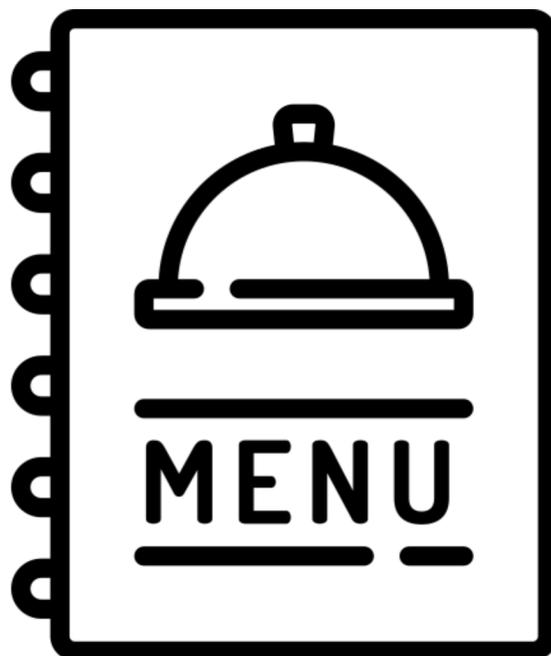


Rapidez y estandarización de los procesos de cocina

Su innovador diseño permite programar de 6 raciones a la vez, 2 en la cámara de fritura y 4 en el carrousel, sin necesidad de recarga. Todo ello en tiempo récord y de forma totalmente automática.

Es una máquina capaz de freír de manera autónoma acortando los tiempos de cocina. Permite freír en un tiempo record varios tipos de alimentos a la vez (salados y dulces) o de manera consecutiva, sin mezclar los sabores de los mismos y consiguiendo un alto estándar en la calidad de la fritura en todos los locales.

PREPARA TU MENÚ: COMIDA RECIÉN HECHA PARA TODOS LOS GUSTOS



¿Necesitas ayuda para diseñar tu carta?



Las posibilidades que el equipamiento de QualityFry te ofrece son ilimitadas. Freír, sellar y regenerar te permitirán elaborar un menú que se adapte a las necesidades de tu negocio. Aquí te proponemos varias ideas.

PREPARA TU MENÚ

Complementa tu oferta gastronómica y ofrece variedad de platos en tiempo récord.



APERITIVOS

Nuggets de pollo • aros de cebolla • palitos de mozzarella • sushi en tempura • empanadillas, etc.



PREPARA TU MENÚ



CARNES

Carnes

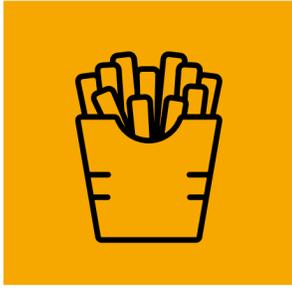
Solomillo de cerdo • presa ibérica
• albóndigas • alitas de pollo •
costillas • torreznos • lomo • etc.

Hamburguesas

Tanto miniburguers como
hamburguesas de 160 gramos.



PREPARA TU MENÚ



PATATAS



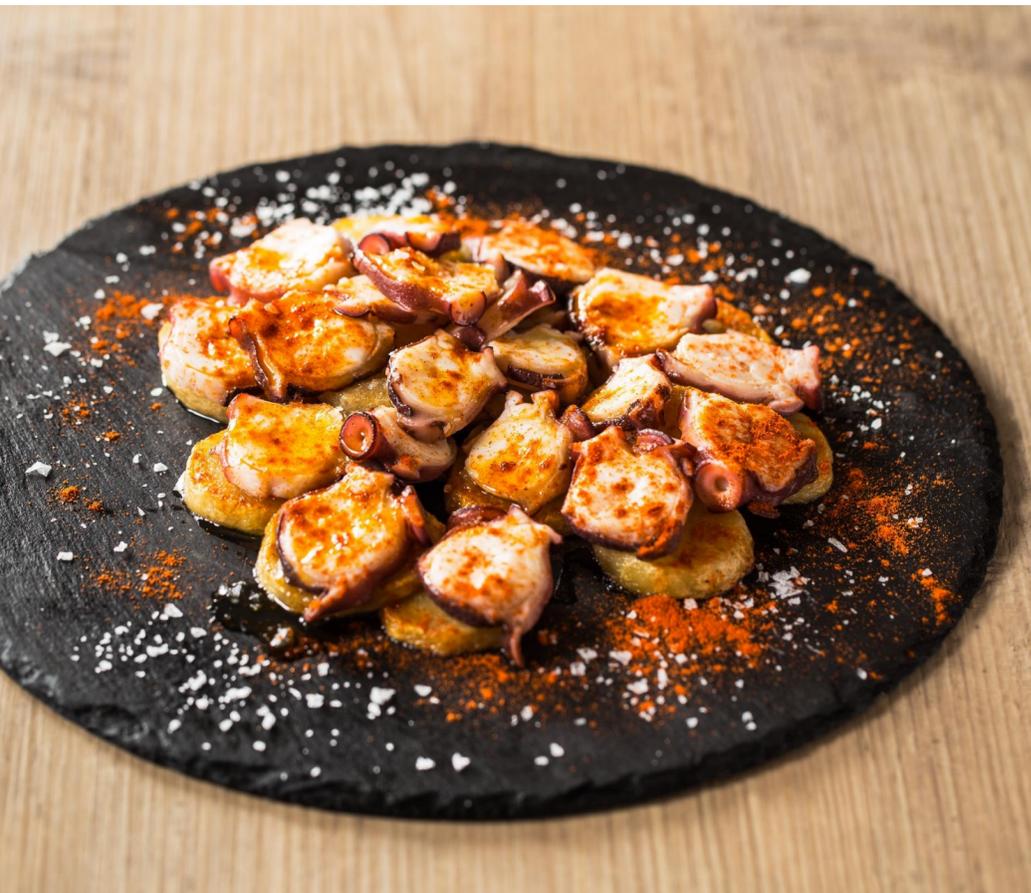
Patatas 6x6 • gajo • bistro style • bravas • batata, etc.



PREPARA TU MENÚ



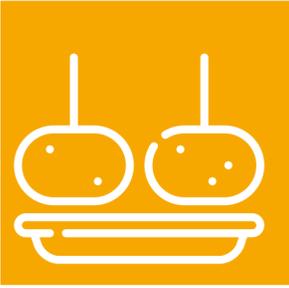
PESCADOS Y MARISCOS



Calamares • pulpo
• gambas •
merluza • palitos
de marisco •
chopitos • muslitos
de cangrejo •
gyozas • saquitos
de mariscos, etc..



PREPARA TU MENÚ



CROQUETAS

De jamón • cocido • pollo •
boletus • queso • queso
idiazábal • marisco, etc.



PREPARA TU MENÚ



VERDURAS

Pimientos de padrón • espárragos • berenjenas con miel de caña • alcachofas • tempura de verduras, etc..



PREPARA TU MENÚ



DULCES

Tanto fresco como congelados, con el equipamiento QualityFry puedes preparar dulces como: churros • leche frita • samosas dulces • rosquillas, etc.





¿Necesitas asesoramiento?

**¿Tienes dudas sobre cómo funciona
nuestra máquina?**

www.qualityfry.com

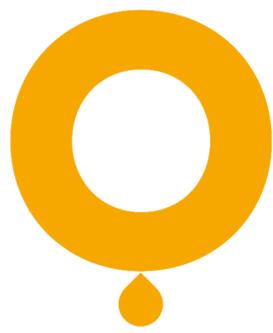
Cuéntanos cuál es tu idea de negocio y con gusto de ayudaremos a encontrar la mejor máquina para que obtengas rentabilidad en poco tiempo.



marketing@qualityfry.com



+34 913 759 567



QUALITYFRY
AUTOMATIC SMART COOKING



www.qualityfry.com