



## **La salud y el bienestar, el consumo experiencial y la sostenibilidad son las tendencias destacadas en 2017 según la IV GUÍA DE INNOVACIONES de Club GRECO**

- En promedio, las empresas con división foodservice habrán emprendido 15 desarrollos en el período 2017, es decir, casi 300 novedades generadas para el total del canal. De éstas, el 41% corresponde a extensiones de productos, el 27% a lanzamientos, el 23% a innovaciones y el 9% a nuevas herramientas de comunicación y formación y apoyo a la gestión y promoción de los locales.
- La salud y el bienestar, el consumo experiencial y la sostenibilidad son las tendencias destacadas en 2017 que impulsan la innovación.

**MADRID, 7 de noviembre de 2017.-** La Asociación para el Estudio de la Restauración y Colectividades (CLUB GRECO) ha presentado la IV Guía de Innovaciones en el Canal Horeca, un informe que recopila y describe las principales tendencias en innovación en el sector de la hostelería y la restauración en España. La presentación contó con la participación especial del Secretario General de FEHR, Emilio Gallego Zuazo, en cuya intervención analizó la diversidad de la estructura de la hostelería en España y sus principales palancas de crecimiento.

La Guía resalta la importancia de la innovación en la dinamización del mercado y en el impulso de las divisiones de Foodservice de las compañías. Se estima que las innovaciones en Horeca representaron el 4% de la facturación total de los departamentos de Foodservice en 2017, e impulsaron un crecimiento de las ventas del 22% en estas divisiones.

“En promedio, las empresas pertenecientes a CLUB GRECO han emprendido 15 desarrollos en 2017, un dato muy importante dado que los criterios de compra del cocinero atienden a la calidad, la amplitud de gama y el servicio, atributos que engloban estas novedades”, declara el Presidente de CLUB GRECO, João Baldaia.

De este total de desarrollos, el 41% corresponden a extensiones de productos, el 27% a lanzamientos y el 23% innovaciones, mientras que el 9% se materializaron en nuevas herramientas de comunicación, formación y apoyo a la gestión y promoción de los locales. Las extensiones de productos y los lanzamientos han sido los que ganan en peso relativo los últimos 12 meses.



## **Tendencias en las soluciones culinarias que demanda el consumidor al restaurador**

De acuerdo con la IV Guía de Innovaciones de CLUB GRECO, los desarrollos lanzados en 2017 responden a **tres grandes tendencias**, algunas de las cuales evolucionan en línea con respecto al ejercicio anterior:

### **1. Salud y Bienestar**

Una vida saludable y equilibrada depende en gran medida de la alimentación. Uno de cada cuatro hogares declara que algún miembro de la familia tiene un tipo de problema de alergia o intolerancia a ciertos alimentos. A este segmento de población se suman los consumidores con necesidades dietéticas especiales o sensibilizados por gamas *healthy*.

En el mundo de la restauración se ha instalado esta inquietud, impulsando:

- Incremento de propuestas de menús más ligeros
- Introducción de nuevos alimentos, los superalimentos
- Soluciones para responder a intolerancias o alergias alimentarias

### **2. Consumo experiencial**

El cliente ya no se conforma con una propuesta culinaria, demanda que ese momento de consumo sea una experiencia única. Desde el sector se facilitan soluciones que introducen novedad y variedad en la carta:

- Conceptos que fusionan culturas, sabores y texturas
- Nuevos momentos de consumo: take away, tapas/snacking
- Campañas, concursos y nuevos espacios en los locales

### **3. Sostenibilidad**

Los operadores del canal horeca tienen una responsabilidad con nuestro entorno y deben contribuir a su equilibrio económico, social y medioambiental. Las empresas fabricantes introducen en los procesos de la cadena de valor las mejoras necesarias para cumplir con este objetivo. Reseñamos tres tendencias:

- Materias primas más respetuosas con el medioambiente
- Productos de proximidad; desarrollo/impulso local
- Formación y asesoramiento en la reducción del desperdicio

## **Diversidad de la estructura de la hostelería en España y sus principales palancas de crecimiento** (fuente FEHR)

El universo de consumo fuera del hogar en España es atomizado y heterogéneo, con cerca de 280.000 establecimientos, de los cuales aproximadamente el 76% lo constituye la restauración



*líderes en foodservice*

comercial, con una estructura de operadores especialmente compleja, que incluye intermediarios, distribuidores, operadores logísticos, hosteleros, cocineros, etc.

Se trata de uno de los mercados estratégicos para la economía nacional, con un 6.8% del PIB (5,3% restauración y 1,5% alojamiento). Este conjunto empresarial da trabajo a más de 1,6 millones de personas, de los que 1,2 millones pertenecen a restauración

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas, la variación anual del índice de la cifra de negocios en el sector de comidas y bebidas en los primeros 8 meses de 2017 ha registrado una media de crecimiento del 4,7%, y una variación anual del 5,2%.

Desde el período 2014-2016 hasta la fecha, ha habido dos fuertes palancas de impulso del gasto en HORECA: **un porcentaje mayor de los presupuestos familiares dedicados a los servicios de comidas y bebidas fuera del hogar y un gran dinamismo en el sector turístico** (motivado fundamentalmente por el incremento en el número de turistas extranjeros).

Este último factor, el turismo, marca evoluciones regionales muy distintas en la actividad de hostelería: hay regiones que tienen un crecimiento muy potente y otras que incluso están estancadas. La demografía apunta también a ser un elemento a tener en cuenta en la recesión de la actividad en zonas que están despoblándose.

\*\*\*\*\*

**Más información:** CLUB GRECO - Andrea Burstín - Soledad Hijano

Tel. 93 207 25 16 – [greco@clubgreco.com](mailto:greco@clubgreco.com) – [www.clubgreco.com](http://www.clubgreco.com)



## **Sobre CLUB GRECO**

La Asociación para el Estudio de la Restauración y Colectividades es foro de estudio y promoción del valor del canal Foodservice y de las marcas de fabricante, Club GRECO agrupa a las principales empresas de la alimentación con divisiones específicas dedicadas al mercado de la alimentación y bebidas fuera del hogar.

Constituyen CLUB GRECO: ADAM FOODS, AUDENS FOOD, BONDUELLE FOOD SERVICE, BORGES BRANDED FOODS, CALIDAD PASCUAL, CAMPOFRÍO SMART SOLUTIONS, CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, DANONE, FINDUS FOODSERVICES, INDUSTRIAS ALIMENTARIAS DE NAVARRA (Grupo IAN), GALLINA BLANCA FOOD SERVICE (GB FOODS Company), GRUPO CALVO, GRUPO YBARRA ALIMENTACIÓN, J. GARCÍA CARRIÓN, KAIKU CORPORACIÓN ALIMENTARIA, LACTALIS FOODSERVICE IBERIA, MAHESO, NESTLÉ PROFESSIONAL, PESCANOVA, UNILEVER FOOD SOLUTIONS.

## **Sobre FEHR**

La Federación Española de Hostelería (FEHR) está formada por asociaciones empresariales de hostelería de toda España, y es la única organización empresarial que representa a nivel estatal al conjunto de cerca de 280 mil empresas de restaurantes, bares, cafeterías y otros establecimientos que integran el sector de la restauración, además de los más de 30 mil locales de alojamiento.