



FOODSERVICE

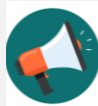
radar nacional

Septiembre 2025

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE



Desde AECOC compartimos contigo una selección de las mejores prácticas y las iniciativas más relevantes llevadas a cabo por el *foodservice* nacional, que sirvan como tracking e inspiración.



¿Crees que este informe es de interés para un/a profesional de tu entorno?

Escríbenos, nosotros nos encargamos de incluir!@ en la lista de difusión



Pablo de la Rica
pdelarica@aecoc.es



Mariona Gaspà
mgaspa@aecoc.es



Antonina Degler
adegler@aecoc.es

#QuéEstáPasando

#activaciones #visibilidad #promociones #tráfico
#aperturas #experiencia #comunicación #rrss
#digitalización #delivery #colaboraciones #innovación
#conveniencia #RSC #sostenibilidad
#desperdicioalimentario #inclusión



1. Comunicación y activaciones
2. Colaboraciones e innovaciones
3. RSC y Sostenibilidad

A top-down view of a white coffee cup with latte art on a wooden surface. To the right, a smartphone is held, displaying a review in Spanish. The review text is: "Yummy, cozy place. Great customer experience, I recommend!". Below the text are five yellow stars. At the bottom of the screen is a "SUBMIT" button. The entire image has a dark teal overlay.

01

Comunicación y activaciones

Apellidos vascos con premio

Para celebrar la apertura de su nuevo local en San Sebastián, **Manolo Bakes** regaló cajas de manolitos a quienes tuvieran el apellido vasco más largo.

Por cada letra del apellido se entregaba una caja de manolitos, y las ganadoras se llevaron nada menos que 12 cajas cada una.

Además, la inauguración incluyó una *coffee party* para todos los asistentes.



Las fiestas comienzan con un buen café

Continuando con el café, cada vez son más las marcas que se animan a organizar *coffee raves*.

Siguiendo una tendencia mundial, tan solo en Barcelona destacan eventos como **Espresso Beats Bcn**, **The Coffee Rave** o **Secret Location**.

Se trata de fiestas matutinas que se celebran en algunas de las cafeterías de moda de la ciudad, con el café como eje central y DJs animando la sesión. En algunas ocasiones, también se incluyen diversas actividades creativas para los asistentes.



Precio dinámico según el tiempo de consumo

En Barcelona, el bar **Perfetto** ha implementado una tarifa escalonada para el café según el tiempo que el cliente permanezca en la mesa. Los precios, que se muestran en la foto, van desde 1,60 € por un café con leche hasta los 4 €.

La medida busca aumentar la rotación y evitar que una sola consumición ocupe una mesa durante largos periodos, especialmente en días festivos y fines de semana, cuando hay mayor afluencia de clientes.

Aunque la tarifa no se aplica de manera estricta, ha generado controversia en redes sociales, con opiniones divididas entre quienes la apoyan y quienes la critican. Algunos usuarios consideran que es una forma de optimizar el uso del espacio, mientras que otros la ven como una práctica excesiva.



Producto /Product/Producte	Precio/Price/Preu	Más de 30 Minutos/More than 30 minutes/Més de 30 minuts	Más de 1 hora /More than 1hour/Mies d'1 hora
Café con Leche/coffee with milk/Cafè amb llet	1,6€	2,5€	4€
Cappuccino Americano/ black coffee/Americà			
Cortado/tallat	1,4€	2,5€	4€
Café solo/espresso coffee/Café sol	1,3€	2,5€	4€
Té/tea	2€	3€	4€

La cerveza más oportuna

La bebida estrella de los conciertos y festivales ha encontrado un formato muy cómodo para los asistentes a estos eventos.

En concreto, en el Palau Sant Jordi varios carritos de **Aramark** "Fast Beer" sirven cerveza directamente en la pista y en sus laterales.

Una manera sencilla de acercar la consumición a los asistentes, sin que tengan que desplazarse a la barra y hacer cola.



Al cumpleaños se le invita

La cadena de hamburguesas gallega **Devoto Burger** ha encontrado una forma original de celebrar los cumpleaños.

Quien cumpla años y lo celebre con un grupo de al menos cinco personas recibirá un menú completo de regalo, con bebida y postre incluidos, además de una vela para pedir un deseo.

Algo similar propone **Nikkei 103** para grupos de más de cuatro, siempre que haya al menos un plato por persona. Además de invitar al homenajeado, se le regala un cóctel y un postre.

Así los amigos ya no tendrán que invitar al cumpleaños, porque el regalo corre por cuenta del restaurante.

Devoto Burger / Nikkei 103



El cumpleaños no paga

Menú especial cumpleaños:

Si vienes con 5 amigos ó más en la semana de tu cumpleaños... ¡el cumpleaños no paga! 🎂

El menú del cumpleaños incluye:

- 🍔 Burger
- 🍟 Patatas
- 🥤 Bebida
- 🍰 Postre

🕯️ Además te ponemos una vela en tu burger para que puedas pedir tus deseos 😊

[VER COMO RESERVAR](#)

[RESERVA CUMPLE A CORUÑA](#) [RESERVA CUMPLE SANTIAGO](#)

Celebra tu
CUMPLEAÑOS
¡NOSOTROS TE INVITAMOS!*



CÓCTEL
GRATIS



POSTRE
CON VELITA



CUMPLEAÑERO
NO PAGA

Raciones que se adaptan

Al igual que ha ocurrido tradicionalmente con pizzas o helados, cada vez vemos más opciones que permiten personalizar los tamaños de los platos o las raciones.

En este caso, la casa de comidas **Xouba's Food** ofrece diferentes tamaños de sus platos, permitiendo ajustar las raciones según el apetito de cada persona. Así, hay opciones que van desde la S a la XL, como ocurre con la pasta.

También la cadena **Bertiz** incorpora diversos tamaños en sus cafés y zumos; pequeño, mediano y grande.



Nuevos momentos, nuevas propuestas

Las meriendas ahora se llaman aperitivos, o al menos eso es lo que propone **Grosso Napoletano**. La cadena exporta una de las ocasiones de consumo más típicas de Italia, ofreciendo una carta específica para las horas de la tarde.

Con ello se busca impulsar la operativa en las horas valle, con una propuesta más ajustada para el consumidor.

De manera similar, y también desde la calle, **Goiko** presenta su propuesta para las meriendas.



Las tardes de verano se toman frías

Continuando con el tardeo, algunas marcas presentan sus propuestas de bebidas de verano.

La Masovera y Panet ofrecen su gama de bebidas refrescantes para las tardes calurosas, como granizados, horchatas o té frío.

A LA TARDA, TARDEO!

Drink Name	Price
GRANISSAT DE LLIMONA	3,10€
GRANISSAT D'ORKATA	3,10€
TE FRED LLIMONA O PRÉSSEC	2,65€
ORANGE MATXA SUC DE TARONJA I TE MATXA	4,00€
Cremosito (crema freda de café)	3,15€
Llet merengada	2,95€
Orxata	2,95€
Te fred (Llimona o préssec)	2,35€
Lemon-xata (Combinat de granissat i orxata)	2,95€
Orange matxa (Suc de taronja i te matxa)	3,95€

inet.cat

Que vagi de gust!

Escasez y urgencia, estrategias que venden

Cuando el precio no es variable de decisión, entran en juego diversas palancas para atraer al público hacia el local.

Una de ellas es la escasez de producto y la otra, consecuencia de la anterior, es la urgencia.

Smash Gijón lo está aplicando en su local, indicando en la puerta la cantidad de hamburguesas que les quedan durante el día, lo que hace que, a ojos del transeúnte, resulten más exclusivas.



Cartas visibles, elecciones sencillas

Las heladerías gallegas han encontrado una manera original de presentar su gama de helados.

Mediante una carta en la entrada del local, muestran todos los sabores disponibles, facilitando que el cliente haga su elección de forma rápida y sencilla.

Este sistema se utiliza en establecimientos como **Bico de Xeadado** y **Desseo**, combinando claridad, estética y comodidad para mejorar la experiencia del consumidor.



Pizarras que comunican

Visto en **El Pez** de Burgos, este local destaca por la cantidad de pizarras en las paredes llenas de mensajes recurrentes para promocionar los productos de su carta.

Es una forma divertida y cercana de conectar con los clientes.

Además, el bar incorpora un QR en los tickets, que permite a los clientes dejar su opinión justo después de consumir, facilitando el *feedback* inmediato.

TODO
PERO EL
VERTÚ
Y LA
SANGRÍA
LO BORDAMOS

Factura simplificada Nº: STC492869
Te ha atendido AM
Burgos a las 19:24 del 16 de agosto de 2025

UN	Concepto	pvp	Total
1	Caña 1/3 Heineken	2,2	2,20
1	José Parente	2,5	2,50

TOTAL FACTURA: 4.70€

Pagaste con tarjeta

Gracias, esperamos que vuelvas.

IVA incluido
Modo Platillos SL B09545567
C/Santa Cruz 11 09002 Burgos

Puedes solicitar tu factura online en
facturacion.elpes.es

**Si te ha gustado dínoslo
(Nos encanta)**



DIME
ALGO
BONITO

BONITO
CON
PIMENTOS



Tardeos de altura

Así como el aperitivo o el tardeo se han convertido en tendencia en la restauración comercial, también empiezan a ganar espacio en las aerolíneas.

Vueling ha lanzado una edición especial de verano con distintos packs pensados para ese momento, que combinan bebidas y snacks. Entre ellos destacan los formatos RTD (ready to drink).

Una muestra de cómo el ocio y la gastronomía se adaptan también a los viajes en avión.



The background image shows two geodesic domes made of clear plastic and a metal frame, situated in a backyard. In the background, there is a brick house with a gabled roof and a large tree with green leaves. The entire image has a teal color overlay.

02

Colaboraciones e Innovaciones

Colaboraciones del verano

Presentamos algunos de los *cobrandings* más destacados del universo QSR este verano.

Las innovaciones más disruptivas llegan de la mano de **KFC**.

- La cadena de pollo frito se une a **Licor del Polo** para lanzar un helado que recrea el sabor del dentífrico infantil.
- Dentro de su promoción de cupones, la marca lanza un batido con sabor a ketchup de **Heinz**.
- Por otro lado, **Goiko** colabora con **Risi** para presentar la Smac & Cheese durante la temporada estival.
- Junto a **Doritos**, **KFC** crea La Chingona, su quesadilla de pollo crujiente.



Los perros ya tienen su local

Primero fueron los locales *pet friendly*, después las cartas exclusivas para perros, y ahora llega a Barcelona el **Voilà Concept Store**, la primera cafetería pensada únicamente para ellos.

La propuesta incluye *dogguccinos*, cócteles y una selección de juguetes y artículos para completar la experiencia.

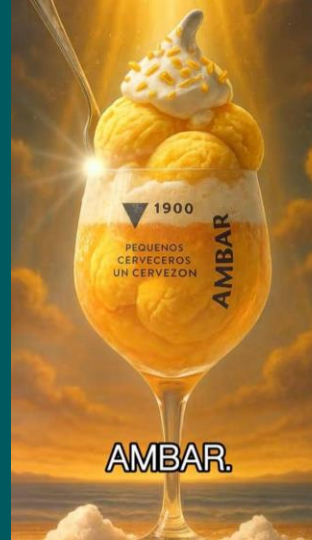
Queda la incógnita de si este tipo de conceptos logrará consolidarse y ganar espacio en las ciudades.



Colaboraciones dulces

Adentrándonos en el mundo de lo dulce, destacamos las siguientes alianzas:

- **Grosso Napoletano** incorpora en su carta de postres un helado creado en colaboración con **Nutella**.
- **Obrador 365** ha elaborado sus Joanets con rellenos y recubiertos de **Kit Kat**, para darse un respiro más dulce.
- **Ambar** ha diseñado un helado con sabor a cerveza, y lo ha hecho en la heladería zaragozana **Helados Tortosa**. Sin duda, una propuesta de lo más innovadora.



Colaboraciones entre operadores

Viena Capellanes ha establecido una alianza con la heladería gallega **Bico de Xeado**, incorporando cóners de helados en sus establecimientos de Madrid.

Esta colaboración veraniega busca ampliar y enriquecer la oferta estacional de la cadena madrileña.

Los helados estarán disponibles tanto al corte como en tarrinas individuales, los conocidos como *Biquiños*.



Segmentar a través de la personalización

La restauración adapta cada vez más su oferta en función del target al que quiere atraer.

Es el caso de **Badiani**, que tras haber lanzado en su día un helado específico para perros, incorpora ahora un menú dirigido exclusivamente a adultos, ya que incluye bebidas alcohólicas.

Una estrategia que refuerza la segmentación y muestra cómo la personalización de las propuestas puede responder mejor a las expectativas de cada cliente.

Badiani



ellegourmet_es

@badiani1932_es

Esta heladería de Barcelona ha creado un helado para perros 🐾

ELLE.COM



MENÚ ADULTOS CELEBRA CON BADIANI

BEBIDAS

Copa de Prosecco o combinado o vino espumante blanco + aperitivo.

PRINCIPAL

Variedad de crepes con base clásica, de espinacas, remolacha y cúrcuma

POSTRE

Crepe dulce o gofre o gelato ILIMITADO

18€



Términos y condiciones:
El gelato ilimitado está sujeto a 4 horas y media de duración.
La opción de gelato ilimitado viene servido en la tarrina piccola.



Batalla de menús entre *influencers*

Para involucrar a los influencers con la marca, **Burger King** ha lanzado la campaña "The Grand King" con cuatro creadores de contenido dirigidos al público joven: Rorro, Dj Mariio, Lola Lolita y Ceciarmy.

Cada uno ha personalizado un menú clásico de la marca, disponible durante cuatro semanas en restaurantes, web y app.

Los clientes que los pidieron pudieron participar en sorteos de *merchandising* y entradas para el evento final del 30 de julio, donde se celebró un reto con ventajas para el *influencer* cuyo menú resultó más vendido.



Ediciones golosas

Papa Johns se une a Fini Golosinas y crea los *Papa Rolls Fini*, un postre amoroso de edición limitada con el relleno característico de los "besitos" de Fini.

Además, Fini ha colaborado con The Fitzgerald en el lanzamiento de un *milkshake* inspirado en las *Jelly Berries*.

Sin duda, dos alianzas muy dulces y sorprendentes para los más golosos.

PAPAJOHNS x Fini



Fini
Jelly Berries

Café en lata, listo para llevar este verano

El café frío se ha convertido en una de las bebidas más refrescantes del verano, y las marcas aprovechan esta tendencia para lanzar sus novedades.

El formato en lata resulta muy práctico, ya que permite disfrutar de esta bebida en cualquier momento y lugar.

Hidden Coffee Roasters ha lanzado sus cafés enlatados, y los ofrece en packs de 6 unidades.

Manolo Bakes va un paso más allá y enlata sus propios cafés, ofreciendo al cliente la posibilidad de elegir su bebida y llevársela lista para consumir.



Salado parece, dulce es

La creatividad y la innovación llegan al mundo de los grupos de restauración a través de trampantojos y mezclas de sabores.

Para el Día del Pollo Frito, el 6 de julio, **Roost Chicken** lanzó el *Pollopolo*, un muslo de pollo que en realidad es un helado recubierto de dulce de leche y rebozado con cereales.

Por su parte, en **Hi Cream** transforman las hamburguesas en postres, rellenas de helado y *toppings* variados.

Desde luego, la línea entre lo dulce y lo salado es cada vez más delgada.

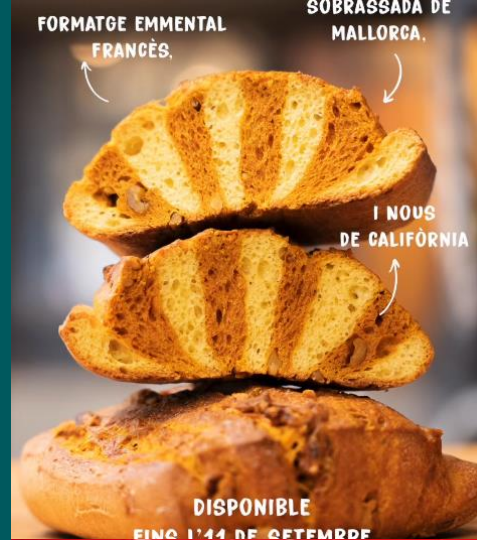


Sabores que celebran la Diada

El mundo del coffee bakery se prepara para la Diada en Cataluña con propuestas pensadas para la ocasión.

Baluard Barceloneta y **Turris** sorprenden a sus clientes con panes que combinan queso, sobrasada y nueces.

Boldú presenta su colección especial, acompañada de una caja tematizada, mientras que **La Masovera** añade además de pan una selección de galletas diseñada para celebrar el día.



Nuevos momentos de consumo también de noche

Aunque los horarios diurnos se amplían cada vez más, la noche también tiene su público, y algunas marcas están explorando esta opción.

Taco Bell se ha sumado a una iniciativa ya testada en otros países, abriendo varios de sus locales en Madrid hasta la 1 a.m. los fines de semana de verano, e incluso hasta las 6 a.m. en algunos puntos céntricos, ofreciendo durante esos días sus tacos a un precio reducido.

Taco Bell

TACO BELL

SOLO
EL 12 Y 13
DE JULIO

TACOS
A **1€**



BEST TACOS ON THE BLOCK

ABIERTO EL FIN DE SEMANA
HASTA LA 1:00 DE LA MAÑANA



AFTER HOURS

Colaboraciones muy de moda

Las colaboraciones entre la restauración y las marcas de moda son cada vez más habituales.

Hermanos Vinagre se ha aliado con **Uniqlo** a través del servicio UTme!, creando camisetas y bolsas con mensajes inspirados en el aperitivo. La marca de moda también ha colaborado con otros locales madrileños emblemáticos, como El Viajero y Casto.

Por su parte, **Del Poble** se ha unido a la marca de calcetines **Sporcks**, apoyando la inauguración de su local en Valencia con pizzas para los asistentes y animando el evento.



Experiencia inmersiva a través del plato

Coincidiendo con el estreno de la segunda temporada de *Miércoles* en **Netflix**, **Burger King** ha lanzado un menú inspirado en la estética de la serie.

Para ello, ha tematizado dos de sus locales más emblemáticos, en Madrid y Barcelona, donde se podrá disfrutar de esta propuesta hasta el 6 de octubre.

De este modo, los fans de *Miércoles* no solo prueban un menú especial, sino que también viven una experiencia más completa y ligada al universo de la serie.



Menú MIÉRCOLES

Hecho para los que no
tragamos a la gente normal.



Equilibrio en un único plato

Para los que buscan rapidez, sencillez y comodidad, **Vips** ha creado "Plato Perfecto", una selección de platos únicos y completos para aquellos que buscan cuidarse, sin complicaciones.

Esta iniciativa refleja cómo la restauración adapta sus propuestas de mediodía, simplificando las opciones sin renunciar a la variedad y la salud.

Nuevo menú del día PLATO PERFECTO





03

RSC y Sostenibilidad

Pizzas dulces y solidarias

Con motivo de la Pizza Week a finales de mayo, **Sartoria Panatieri** se unió a **Jordi Roca** para crear la pizza dulce *Rocacao*, disponible durante unos días en uno de los locales de la cadena en Barcelona.

La colaboración no solo pone en valor la creatividad de ambos, sino que también tiene un fin solidario: toda la recaudación se destinó a la **Fundación Poco Frecuentes**, dedicada a la investigación de enfermedades raras.



Reapertura con compromiso y a fuego lento

El restaurante **Molino de Pez**, en Barcelona, ha querido celebrar su apertura con una acción muy especial.

Tras el incendio sufrido en abril, que obligó a cerrar el local y causó molestias a los vecinos de la zona, el 10 de septiembre regalará 500 raciones de sus famosas lentejas a los residentes de su calle. Se trata de uno de los platos más emblemáticos del grupo La Ancha.

Con este gesto, Nino Redruello no solo anuncia su reapertura, sino que pone en valor el compromiso del chef con su comunidad.



Hoteles verdes y conectados

Powy y Meliá Hotels se han aliado para impulsar la movilidad eléctrica en el sector hotelero español, instalando estaciones de carga rápida y ultrarrápida con energía renovable en varios hoteles.

La iniciativa comenzó en tres establecimientos y se prevé expandirla a otros, reforzando el compromiso de ambas compañías con la sostenibilidad y la creciente demanda de recarga en destinos turísticos.



Juntos por un entorno más limpio

Con motivo del Día Mundial del Medioambiente, más de 80 empleados de **Galp**, junto a **Coca-Cola Europacific Partners**, participaron en una jornada de voluntariado en el Pantano de San Juan (Madrid) dentro del proyecto Mares Circulares, recogiendo 54 kilos de residuos y contribuyendo a la conservación del entorno.

La actividad incluyó formación sobre protección de ecosistemas acuáticos y limpieza manual del embalse, reforzando el compromiso de ambas compañías con la sostenibilidad y la economía circular.



Menos despilfarro en los buffets

Los buffets de comida son establecimientos donde con frecuencia sobra comida y se acaba desperdiciando. Para reducir este problema, algunos locales de comida asiática han puesto en marcha diferentes medidas de concienciación para los comensales.

En **Más Que Sushi** se anima a pedir nuevos platos solo cuando se han terminado los anteriores y, en caso de sobras, ofrecen tapers por 5€.

Por su parte, **Sushi Tokami** aplica un recargo de 3€ por cada plato que quede sin acabar.

¿Como funciona?

1. En la mesa tienen una tablet donde pueden hacer los pedidos
2. **No se permite compartir el menú del buffet.** El precio establecido es por persona.
3. Es necesario consumir **una bebida por cada menú** del buffet.
4. **Pidan la cantidad de comida que puedan consumir.** Vuelvan a pedir siempre y cuando la comida servida se haya terminado.
5. **En caso de que sobre comida,** se pondrá en tapers para llevar y se cobrará 5€ por taper

Tempura verdura Burrata y salsa teriyaki (8Ud.) 13.50€
Salmon picante aguacate (8Ud.) 13.50€

MENÚ BUFFET SIN LÍMITES

O PIDE TAMBIÉN PLATOS DE CARTA

¿CÓMO FUNCIONA EL MENÚ BUFFET?

- 1 DISPONES DE VARIAS RONDAS DE PEDIDOS (SIN LÍMITE)
- 2 CADA RONDA CONSTA DE UN MÁXIMO DE 4 PLATOS

Mínimo 1 bebida por persona / IVA incluido
Bebida y postre no incluido / Pide únicamente lo que vayas a comer / Se penaliza con 3€ cada plato no consumido / Menú válido sólo en local / No se puede compartir, ni sacar del establecimiento / Consulta nuestra carta de alérgenos



Cerveza artesana y con envases reutilizables

El local **Los Tres Pollos**, especializado en pollos y comidas caseras, ofrece envases reutilizables para su cerveza artesanal, que los clientes pueden adquirir en sus locales.

La cadena barcelonesa anima a los clientes a traer su botella, fomentando así la reutilización de los envases y la repetición de compra.



Sushi más saludable

La comida japonesa, concretamente el sushi, reconocido por ser una opción saludable, se está adaptando también a las nuevas necesidades de los consumidores.

El arroz que emplea **Sushi Shop** para elaborar sus productos ahora es bajo en azúcar y sal, pensado para quienes busquen reducir estos aditivos.

Una muestra de cómo la tradición culinaria evoluciona para combinar sabor y bienestar.

Sushi Shop



COLECCIÓN
Kenko

Descubri
Saborear
Adorar

Kenko
Arroz reducido
en azúcar
y sal

Economía circular en los colegios

El proyecto Reciplan, impulsado por Serunion y Danone, ha logrado transformar más de 15 kilos de envases de yogur en mobiliario escolar, como bancos y mesas, que se han instalado en centros educativos de Madrid.

Esta iniciativa forma parte del compromiso de ambas empresas con la sostenibilidad y la economía circular, buscando reducir el impacto ambiental y promover la reutilización de materiales.

La acción incluye además actividades de sensibilización ambiental para estudiantes, reforzando la conciencia ecológica desde edades tempranas.



**Próximas actividades
AECOC Foodservice Knowledge**

**AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE**



**Jornada: Conquistar el Momento:
Nuevas Fórmulas para Nuevas
Ocasiones de Consumo**

14 de octubre

Inscripciones [aquí](#)



**Webinar: Logística y sostenibilidad,
retos que avanzan juntos**

4 de noviembre

Inscríbete [aquí](#)



**Curso: Claves para vender en el
canal Horeca**

27 de octubre

Inscripciones [aquí](#)



**Estudio: Horeca 2030:
la visión del Route to Market del futuro**

Descárgatelo [aquí](#)



Jornada: Horeca Day

12 de noviembre



Estudio: Local Heroes

Descárgatelo [aquí](#)

Si quieres compartir con nosotros tus acciones e innovaciones,
y/o ser patrocinador de nuestros informes,
esríbenos a adegler@aecoc.es

¡Gracias por tu colaboración!

AECOC
FOODSERVICE KNOWLEDGE

“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.”