

CONFIDENCE
IN EVERY CASE.



Tendencias

OTOÑO COVID-19 2020

Aquí para quedarse: Perfeccionando las maneras de entrega

Antes que llegará la pandemia, las entregas de comidas ya estaban ganando cuota de mercado debido a tendencia de Netflix, de quedarse en casa, pero cuando la mayoría del mundo entró en cuarentena, el cenar fuera del restaurante gano auge. No es probable que el modo de pensar después de la pandemia abandone la seguridad y conveniencia de ordenar para llevar o de tener la comida entregada a su puerta. Este es un sector que está aquí para quedarse y parece que estará con nosotros por muchos años.

- Se estima que 42% de los locales de servicios de alimentos añadieron la entrega de comidas debido al Covid-19. Las encuestas adicionales revelaron que 31% planean seguir invirtiendo en este segmento.
- Muchos de los comensales entrevistados dijeron que prefieren ordenar de restaurantes que hacen sus propias entregas en vez de los que utilizan esos servicios (PostMates, GrubHub, DoorDash, etc.); los restaurantes con entendimiento están empleado sus propios conductores de confianza para tener más control sobre la calidad y la seguridad, además de ser más económico.
- Grubhub, una de las grandes plataformas para entregas, informa que el promedio del tamaño de cada orden durante el segundo trimestre fue \$39, un incremento de 20% de año sobre año.
- Con más clientes trabajando desde la casa, el aumento de familias compuestas de una persona, y el temor persistente de las muchedumbres, el poner en los menús platos que pueden sobrevivir los tiempos de entrega es económico y hace sentido.
- Los sellos a prueba de manipulaciones, los conductores con máscaras y guantes, el pagar y entregar sin contacto, y el control apropiado de la temperatura ya se presuponen, no son beneficios.

Comunicación efectiva

Los clientes dicen que es muy importante que los restaurantes comuniquen sus estrategias de seguridad y saneamiento. Si los comensales no saben qué medidas usted ha implementado, quizás no se sientan lo suficientemente confidentes para visitar y/o recomendarlos a sus familias y amistades.

- Haga de los medios sociales su mejor amigo. Cuando gran parte de sus clientes están en casa, sus teléfonos y dispositivos son la manera más probable de como decidirán donde comer. El enseñar fotos de comidas tentadoras quedan sin decir, pero demostrando medidas de seguridad, publicando menús y horas de operaciones revisadas, y el enseñar las caras (y sonrisas) de sus leales empleados también son maneras muy efectivas de conectarse.



- El entrenamiento debe ir más allá que enseñar a sus empleados nuevas técnicas de seguridad. También instruya a sus meceros que informen y reaseguren a los comensales de cada mesa que es lo que están haciendo para limitar su riesgo.
- Fije prominentemente carteles de seguridad en las entradas, por todo el comedor, y en los baños para reforzar las medidas que usted ha añadido para combatir la propagación de la pandemia (vea la foto arriba a la izquierda).
- Los anuncios de publicidad de antaño tales como por la radio y la televisión se pueden readaptar para dejarle saber al público que usted está abierto y por qué pueden sentirse seguros de comer en su establecimiento.
- Las visitas personales de los chefs dese la cocina a las mesas están suspendidas para reducir el contacto, por eso los chefs inteligentes están ofreciendo demostraciones e instrucciones en línea. Pruébalo haciéndolo en vivo para poder responder las cuestiones y para desarrollar y mantener vínculos estrechos con sus clientes.

Las noticias negativas es que se espera que los restaurantes pierdan \$240 mil millones para el fin del 2020, de acuerdo con la Asociación Nacional de Restaurantes. Las buenas noticias es que estamos aprendiendo como implementar nuevas estrategias para mantener a los clientes seguros que están haciendo que más gente regrese a cenar fuera de la casa.

¿Cómo está cambiando la industria y que puede hacer su establecimiento para sobrepasar los innumerables desafíos y salir como un ganador?



Tendencias

OTOÑO COVID-19 2020



Fresco, saludable, & conveniente

Mientras más clientes regresan a comer en los restaurantes, los operadores tienen que enfocarse en mantenerlos seguros, dejando menos tiempo para las preparaciones en la cocina. Los presupuestos están más reducidos que nunca, por eso los ingredientes listos para utilizar ayudan a reducir el desperdicio, el espacio para almacenar, y el costo de la labor.

- El pelar, cortar, tajar...estas tareas son muy fáciles de evitar si usted emplea productos que son 100% utilizables, especialmente en los ingredientes básicos tales como Ready-Set-Serve® (RSS) Zanahorias, RSS Cebollas, RSS Apio, y RSS Mezclas de Ensaladas que son la clave muy versátil de multiuso de los menús más concisos de hoy en día.
- Después de haber estado en cuarentena por varios meses, los comensales están expresando interés en comidas saludables y frescas de verduras que les ayudarán alcanzar sus metas dietéticas.
- Los chefs pueden expandir su categoría de ensaladas con un gran número de variedades de verduras hojosas llenas de color que vienen en las mezclas ya preparadas tales como la RSS Kale Color Crunch y la RSS Heritage Blend.

La lista de moda

- Híper Higiene
- Ingredientes sin desperdicios
- Imponga las máscaras
- Cocinas fantasmas
- Ambientes de buena onda
- Patios, menús emergentes, & estacionamientos
- Innovaciones de servicios de ventanilla
- Platos que estimulan el sistema inmunitario
- Conjuntos de comidas familiares
- Luces UV que matan los gérmenes
- Kits para llevar
- Estaciones para hacer a la parrilla al aire libre
- Ventas de despensa de los restaurantes
- Recetas listas para las entregas
- Empaque ecológicos
- Reglas de no dar propinas
- Barbacoas extensas
- Cocteles para entregar
- Productos motivador por la conveniencia
- Pays & helados hechos en casa
- Aumento en eficiencia
- Experiencias virtuales
- Acercamiento a la comunidad
- Cenas privadas
- Pizzas originales
- Portátiles
- Responsabilidad social
- Resurgencia de los sándwiches
- Single-Use Menús
- Comidas vegetarianas & veganas
- Respeto & protección de los empleados
- Papitas fritas
- Conectividad con Instagram
- Bolas de masa hervidas
- Condimentos individuales
- Lealtad
- Renovado interés en la sostenibilidad

¡Conéctese!

Regístrese para recibir estos reportes exclusivos de markon.com:

- **Cosecha fresca**—una recorrida semanal del mercado de verduras frescas incluyendo precios, disponibilidad y calidad.
- **Tendencias**—pronostica lo que está por el horizonte culinario cuatro veces al año.

Modo de innovación:

El nuevo normal de la "Tecnología de Alimento"

Ya que las temperaturas más frescas del otoño se acercan y el comer al aire libre puede que sea insostenible, muchos restaurantes están integrando la tecnología en sus procesos para proveer ambientes más seguros para cenar. Los clientes nunca antes han sido tan selectivos acerca de donde cenar, poniendo su confianza como su primera preocupación (sobre la calidad/el sabor).

- El futuro después de la pandemia nos indica la necesidad de tener medidas de seguridad de largo alcance en vigencia.
- Las Luces UV-C germicidas, para purificar el aire y sanear las superficies, se están instalando en conductos de aire para destruir bacterias y virus adentro de los edificios. Además, los purificadores visibles de aire se están poniendo en los comedores para redoblar los esfuerzos para evitar que los patógenos potencialmente aéreos lleguen a los clientes y los empleados.
- Muchos establecimientos están implementando chequeos de temperaturas en sus entradas para asegurar que los portadores asintomáticos no infecten el espacio.
- El desinfectante para las manos ahora es indispensable. El proveer dispensadores y botellas personales en las mesas le permite a sus clientes que se lo reapliquen si es necesario.
- El poner divisiones portátiles entre las mesas ya sean de cristal, plástico, u otra clase ayuda a reforzar las medidas de distanciamiento social.

Recursos:

Datassential
Eater
Food & Wine
Foodable
Food Dive
Foodie
FoodNavigator-USA
Foodservice Director
FSR Magazine

Harvard Business Review
Morgan Stanley
Nation's Restaurant News
Perishable News
QSR Magazine
Restaurant Business
Spot On
UpServe



Si quiere aprender más acerca de las marcas de Markon, tenga el favor de contactar a su representante de ventas | markon.com