



Heineken y sus bares 24/7

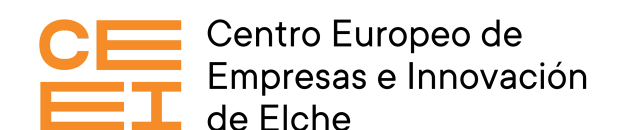
Heineken ha puesto en marcha en Seúl los Trust Bars, bares autoservicio abiertos 24/7

- TECNOLOGÍA DE CONSUMO -

FINANCIA:



COORDINA:



RESUMEN EJECUTIVO

Heineken ha lanzado en Seúl los **Trust Bars**, bares autoservicio abiertos **24/7** donde los clientes pueden servirse cerveza mientras ven partidos europeos de madrugada. No hay trabajadores.

La **experiencia automatizada** combina **tecnología, confianza y conveniencia**, adaptándose a la cultura coreana y a la economía del ocio nocturno.



TRUST BARS

신뢰



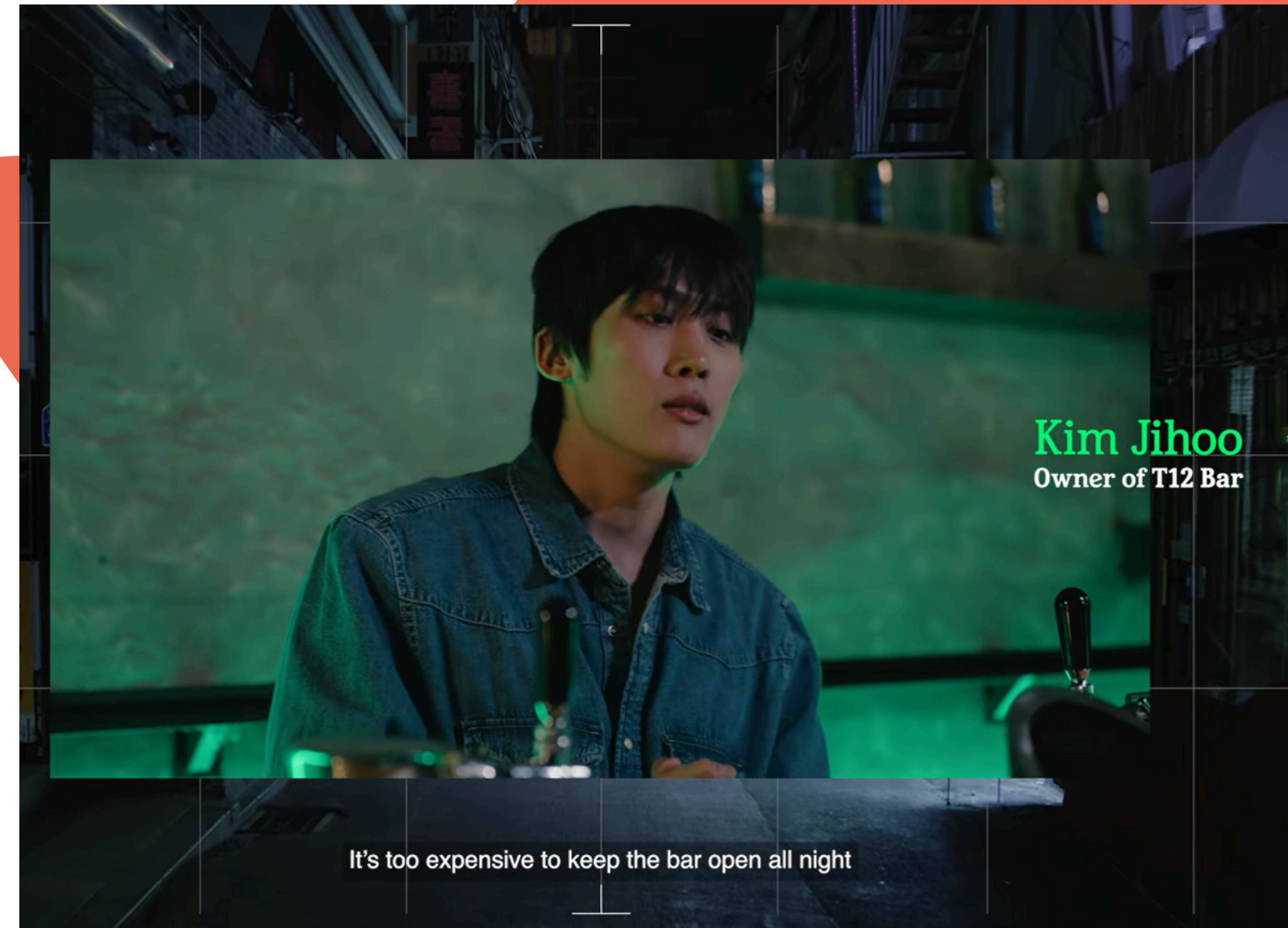
표시줄

CONTEXTO

En Corea del Sur, los partidos de la UEFA Champions League se emiten de madrugada.

Para los fans, eso supone retos logísticos, y para los bares, altos costes de personal fuera del horario habitual.

Heineken responde con una solución tecnológica que **permite operar sin empleados a cualquier hora**, apostando por la autogestión y el control digital.



TENDENCIAS RELACIONADAS

SELF-SERVICE Y AUTOMATIZACIÓN

Kioscos de pago y servicio automático que reducen costes y aumentan la eficiencia.

ECONOMÍA DE LA CONFIANZA

Sistemas que asumen el buen comportamiento del usuario, reforzados por tecnología (como la verificación de edad).

TECH-ENABLED HOSPITALITY

Digitalización del ocio para mejorar la experiencia sin perder el toque humano.

ADAPTACIÓN CULTURAL LOCAL

Aprovechar valores sociales (como la responsabilidad individual) para innovar en contextos específicos.



¿POR QUÉ AHORA?

El avance de tecnologías de autoservicio, junto con **cambios en los hábitos de consumo** (ocio nocturno, eventos deportivos globales), abren nuevas oportunidades.

Además, el mercado asiático está **altamente digitalizado** y **abierto a experiencias sin fricción**, incluso en sectores tradicionales como la hostelería.

Pero ese concepto puede ser **exportable a otros mercados**. Por ejemplo, los partidos de la **NBA** ocurren normalmente en horarios de madrugada para España.



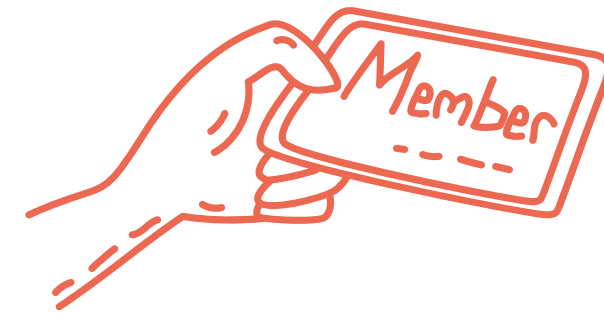
OPORTUNIDADES



Crear experiencias pop-up de autoservicio para eventos deportivos o musicales.



Aplicar el modelo en aeropuertos, estaciones o zonas de ocio donde la operación 24/7 es clave.



Desarrollar sistemas de membresía o recompensas para clientes frecuentes de espacios autoservicio.



Exportar el concepto a países con alta confianza social o interés por la innovación en hostelería.



CONCLUSIONES

El modelo de Heineken demuestra cómo la **tecnología puede ampliar horarios, reducir costes y mejorar la experiencia** del cliente sin perder el control ni la seguridad.

La confianza, bien gestionada, puede ser un poderoso motor de innovación.





Cooperar para innovar y transformar

www.sommos-connecta.com

FINANCIA

COORDINA