

PROYECCIÓN DE MERCADO RESTAURANTES, CAFÉS Y BARES 2025

Con una CAGR (tasa compuesta de crecimiento anual), del valor de mercado global del -1 % registrada entre 2018 y 2023, la industria de servicios de alimentos para el consumidor se ha enfrentado al desafío de erosionar los márgenes de ganancias y la necesidad de mejorar la experiencia del cliente.

Para revertir la tendencia negativa, se necesita mejorar la satisfacción del cliente a través de la digitalización de los pagos, así como acelerar y mejorar la transformación digital de las operaciones en los restaurantes. Los primeros comercios de alimentación en ofrecer estos servicios, obtendrán una ventaja competitiva, aprovechando las oportunidades en el mercado mundial de servicios de alimentos que se prevé alcanzará los 4 billones de dólares en 2028.

Los restaurantes son la categoría más grande en servicios de alimentos a nivel mundial, registrando el 78 % de las ventas de valor global en 2023.

El 91 % de los establecimientos a nivel mundial eran independientes en 2023.

Limitados por el presupuesto y la escala, muchos operadores independientes no pueden impulsar la transformación digital por sí solos, o al menos eso creen.

En paralelo, el aumento del costo de vida ha afectado significativamente a la industria de servicios de alimentos. Sin embargo, los servicios de entrega continúan prosperando impulsados por la conveniencia, proyectando una CAGR de valor del 10 % durante el período 2023-2028 a nivel mundial (la más alta en todos los canales de cumplimiento).

Según la Voz del Consumidor: Encuesta Digital de Euromonitor, realizada de marzo a abril de 2024, el 19 % de los consumidores a nivel mundial prefiere la transferencia de cuentas bancarias, mientras que el 30 % prefiere las billeteras digitales cuando piden comida en línea, lo que destaca un importante segmento desatendido de la población.

Cafés/bares: terminales de autoservicio y pedidos remotos para mejorar la eficiencia

Se prevé que los cafés/bares alcancen una tasa compuesta anual del 7 % a nivel mundial en 2023-2028, superando el crecimiento general de la industria del 6 %. Sin embargo, la intensificación de la competencia y la reducción de los márgenes de beneficio han dado como resultado una tasa de expansión de puntos de venta más baja en comparación con el promedio de la industria.

Triangula múltiples métodos de investigación para obtener información procesable.

En conclusión, los desafíos comunes en todas las categorías de servicios de alimentos incluyen la falta de experiencia financiera y de conocimiento de integración de sistemas de las empresas de servicios de alimentos, y la diversificación de pagos.

¿Cómo pueden los restaurantes, cafés y bares para mitigar esta situación, avanzar y crecer?

1. La integración y la omnicanalidad. menús físicos para quien lo necesite, pero especialmente menús digitales que le permiten a los establecimientos informar sobre los agotados, novedades y secciones diferenciales en tiempo real.

2. Integración de canales especiales como pedidos a distancia para comer en el lugar o para llevar: Cada vez son más los restaurantes, cafés y bares en el mundo que le permiten a las personas pedir antes de llegar al lugar, y elegir la hora exacta de servido, para evitar esperas.

3. Oferta de domicilios, recogida en tienda y servicios al hogar o la oficina. Es importante trabajar en las formas de empaque y transporte.

4. Uso de las diferentes plataformas de pago, presenciales y remotas, con y sin contacto, billeteras digitales, etc.

5. Uso de las redes sociales para interacciones y presentación de la esencia, platos de temporada y ofertas especiales.

Los restaurantes y cafés, por años, han sido establecimiento estáticos, la tecnología viene para recordar que es posible ser ligero, dinámico y en línea con las tendencias de servicio, al tiempo que se ofrecen nuevas formas de disfrutar y consumir.