

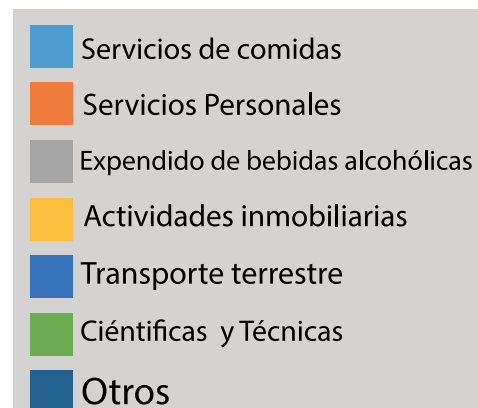
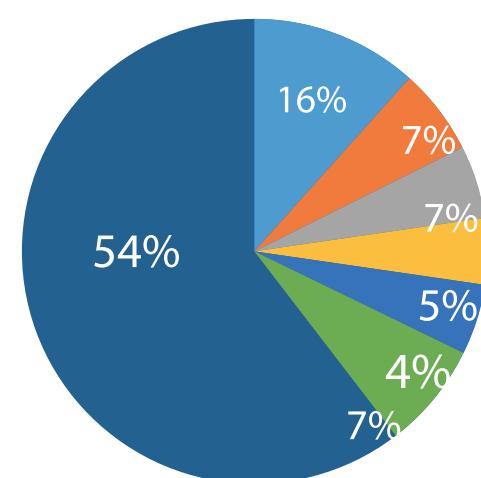
Perspectiva gastronómica



PANORAMA ACTUAL Y PERSPECTIVA

Entre 2013 y 2017 se crearon, en promedio, 55.848 empresas empleadoras y 210.965 empresas no empleadoras, es decir, que solo el 19,2% de las empresas que nacen en el país son empresas generadoras de empleo formal, aunque son pocas, son relevantes para el país pues cada año generan en promedio 253.700 nuevos puestos de trabajo.

De acuerdo con las cifras de 2017, en servicios se encuentran 26.140 nuevas empresas empleadoras, concentradas en las actividades de servicios de comida (16,2%) los cuales generan 13.109 empleos formales, seguido de actividades de arquitectura (4,4%) con 5.762 empleos, servicio de apoyo a las empresas (4,1%) con 4.902, y transporte de carga por carretera (4,1%) con 3.990 nuevos puestos de trabajo (Confecamaras, 2017).



El sector del servicio de alimentos compuesta por restaurantes, cafeterías y panaderías generó ventas por \$35 billones en 2016 y se proyecta que alcance \$38 billones en ventas en 2021 (Euromonitor, 2018).



Fuente: https://imgcdn.larepublica.co/cms/2015/06/13015844/restaurantes0616-1000_0.jpg

De acuerdo con lo anterior, el crecimiento del sector se da de manera acelerada, parte de esto depende de “El consumo fuera de casa ya no se limita a las meriendas o medias mañanas en una panadería, ni tampoco a la visita a un restaurante en fechas especiales. Por lo menos el 42% de los colombianos almuerza o cena al menos una vez a la semana fuera de su casa”, (Cadena, 2018), los cambios en el ritmo de trabajo de las personas y la movilidad cada vez más caótica en las ciudades principales del país se han convertido en un motor del crecimiento del sector.

No obstante, las empresas del sector de alimentos y bebidas deben estar en constante investigación acerca de su entorno y los factores que influyen de manera positiva o negativa.



A continuación, se presentan factores que influyen en el sector

DEBILIDADES **Y AMENAZAS**

Como debilidades se puede resaltar que actualmente los administradores de establecimientos gastronómicos presentan una serie de situaciones en su operación, sin importar el tamaño de la empresa, si son grandes o pequeños enfrentan la misma situación de manera proporcional.



Condiciones como la falta de control financiero, la poca estandarización de las recetas, control de inventarios inadecuados, cartas demasiado amplias; así como la falta de un segmento objetivo y un marketing poco focalizado, adicionalmente procesos inadecuados de selección y retención de personal, de quienes atienden directamente a los clientes, es el pan de cada día en un sector que no permite ser competitivo en un mercado saturado.

Uno de los grandes desafíos del sector de la gastronomía es la alta rotación de sus trabajadores.



Esta problemática obedece a la visión equivocada que se tiene de las personas que trabajan en las áreas operativas del sector, de quienes no ven su actividad como una función, se requieren más personas con vocación de servicio; la alta rotación del sector gastronómico se explica porque algunos administradores no desarrollan su equipo de trabajo, sólo los guían para que cumpla las tareas básicas y no generan una vinculación y motivación hacia el proyecto, por lo tanto las personas renuncian muy rápidamente.

Varios aspectos para desarrollar un equipo efectivo serían: reconocer que el equipo es la base del establecimiento; que debe haber implicación de la gerencia y/o del propietario en la contratación y formación del personal; y tratar de ofrecer un proyecto laboral más a largo plazo, generando una cultura (CCB, 2016).

Otro factor de gran relevancia es la cantidad de ingredientes que tiene un restaurante y la estandarización de las recetas, las empresas deben tecnificar sus procesos de información para garantizar la calidad de la misma, es importante que los restaurantes cuenten con cartas apropiadas al tamaño del negocio y del control.



Esta problemática obedece a la visión equivocada que se tiene de las personas que trabajan en las áreas operativas del sector, de quienes no ven su actividad como una función, se requieren más personas con vocación de servicio; la alta rotación del sector gastronómico se explica porque algunos administradores no desarrollan su equipo de trabajo, sólo los guían para que cumpla las tareas básicas y no generan una vinculación y motivación hacia el proyecto, por lo tanto las personas renuncian muy rápidamente.

Varios aspectos para desarrollar un equipo efectivo serían: reconocer que el equipo es la base del establecimiento; que debe haber implicación de la gerencia y/o del propietario en la contratación y formación del personal; y tratar de ofrecer un proyecto laboral más a largo plazo, generando una cultura (CCB, 2016).

Otro factor de gran relevancia es la cantidad de ingredientes que tiene un restaurante y la estandarización de las recetas, las empresas deben tecnificar sus procesos de información para garantizar la calidad de la misma, es importante que los restaurantes cuenten con cartas apropiadas al tamaño del negocio y del control.

En cuanto a oportunidades del sector un alto porcentaje de restaurantes se ubica en el nicho de los que se conocen como “corrientazos”, con referencia a este tipo de establecimientos, se identifica que su crecimiento genera un cambio en la demanda, productos variados, con buena presentación a bajo costo, apuntan a un cliente del común, incentivando su frecuencia de consumo. Con este mismo enfoque se desarrollan restaurantes como Deliz y Muy, que apuntan al mismo cliente objetivo “personas del común”.

Es claro es que el consumidor tiene diversidad de opciones a la hora de escoger en donde comer y que la industria está en proceso de reinventarse para atender su paladar (Dinero, 2018).

Otra oportunidad aprovechada ya por muchos establecimientos es el servicio a través de las nuevas apps, aunque no es un sistema nuevo el servicio de domicilio, la aparición de nuevas tecnologías y plataformas para hacerlo, así como cambios en el consumidor y el comportamiento caótico de las ciudades hicieron crecer los ingresos de quienes cuentan con este servicio.

La llegada de las aplicaciones no es la única razón que está alentando el “boom” de este sector. La aparición de una nueva generación que no cocina, los beneficios en términos de costos, la diversidad de marcas que se encuentran a un clic y el aumento del tráfico en las ciudades.





Los hábitos de las personas por consumos más saludables, da espacio para la creación de nuevos conceptos. En este siglo, las personas se preocupan cada vez más por comer de una manera saludable, con alimentos frescos y de buena calidad. Por esta razón, muchos restaurantes están apostando a reemplazar las comidas tradicionales por ensaladas, sopas, sándwiches, wraps, entre otros.

En los establecimientos además de simplificar ciertos procesos, la tecnología ha hecho que las cosas se realicen más rápido, predominando la comodidad y precio, presentado mayores opciones a los clientes.

Algunos expertos indican que el crecimiento en la industria de los restaurantes será en los de servicio rápido, en especial para los consumidores que llevan ciertos alimentos y bebidas a su hogar o piden para entrega de domicilios.

Adicional a la tecnología y nuevas ofertas, es importante que los consumidores perciban recompensas a través de promociones variadas y valores agregados que logren fidelizarlos.



Los clientes restaurantes buscan por convivencia

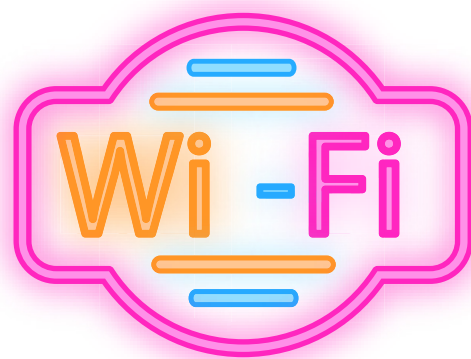


Cinco de cada diez colombianos consultados, come en su casa comida comprada fuera entre 1 y 3 veces al mes. El 26% lo hace varias veces por semana. 4% pide para llevar o a domicilio por lo menos una vez al día, mientras que el 18% lo hace esporádicamente y el 2% nunca lo hace (www.institucionalcolombia.com, 2019), teniendo en cuenta lo anterior, los restaurantes están implementando conveniencia, sabor, precio y nutrición.

Por último, un actor importante con gran participación en el sector gastronómico, son los jóvenes nacidos entre los años de 1980 y 2000, los Millennials, quienes incursionan con nuevas tendencias, innovación, creación constante, sobre todo por lo que tenga que ver con tecnología, clientes muy sociales, críticos y exigentes, cuyos hábitos de consumo son bastante diferentes a las anteriores generaciones.

El 78 % de los Millennials en Latinoamérica posee un celular (un 10 % más que el año pasado), el 37% Tablet, el 70% un computador y el 57% desktop. Sienten la necesidad de una constante conectividad y el 45 % admite que no podría estar un solo día sin su Smartphone (www.institucionalcolombia.com, 2019).

Los Millennials han aprovechado al máximo la tecnología y es así como ellos se vinculan al mundo de la restauración, a través de redes sociales se conectan más rápido y con mayor frecuencia, para calificar restaurantes, comida, servicio, ambientación.



Esta forma de compartir la comida se conoce como la **Generación Foodie** a la que le apuestan miles de jóvenes y que hoy es tendencia en distintas partes del mundo (Estados Unidos, Europa, Colombia, entre otros).

Se refiere al nuevo consumidor consciente, que va en búsqueda de experiencias auténticas, que están relacionadas con la comida, las buenas bebidas y la cultura autóctona. Sus gustos varían, sus intereses ya no van hacia los lugares lujosos sino a los originales y auténticos.

Esta nueva generación (Los Millennials) tienen características diferenciadoras para alimentarse, debido al alto acceso de información conocen las preocupaciones que existen de Salud Pública (en Colombia, el 52% de la población está padeciendo de sobrepeso, lo que genera enfermedades, las cuales desean evitar). Los Millennials tienen una alta conciencia social y ambiental, un compromiso solidario y desean mantener un estilo de vida saludable.

Para cubrir los intereses de esta nueva generación se sugiere incluir en la oferta de cada establecimiento productos con ingredientes saludables, así mismo generar ambientes que sean acogedores, que incluya instalaciones cómodas que permita mayor permanencia en el establecimiento, es vital contar con Wi-Fi y tomacorrientes en varios lugares para que puedan cargar fácilmente sus celulares o puedan conectar su computador, entre otras opciones, para garantizar la seducción de este público objetivo.



OTROS RECURSOS

Restaurantes



Informe comportamiento restaurantes

PROSPECTIVA Y TENDENCIAS PARA LA INDUSTRIA RESTAURANTERA



Análisis del entorno PDF

Los 50 mejores restaurantes del mundo en 2012



Informe

Estos enlaces no son producidos por la **Institución**, son un apoyo **adicional externo** que le suministramos a usted. En caso de daño de alguno de los links, por favor reportarlo a nuestra **Mesa de Ayuda**.