

# 2025 AND BEYOND



EL FUTURO DE LA  
RESTAURACIÓN SEGÚN LOS  
LÍDERES DEL SECTOR



# UNA NUEVA ERA PARA EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA



1

**NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO:  
¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INDUSTRIA?**

2

**CONSUMIDORES QUE BUSCAN VALOR:  
TENDENCIAS EMERGENTES**

3

**PERSONALIZACIÓN DINÁMICA, IA Y EL FUTURO  
DE LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA**





La industria de la hostelería está atravesando una rápida transformación. Los avances tecnológicos, los cambios en el comportamiento del consumidor y la adopción generalizada de herramientas digitales están redefiniendo cómo operan las empresas e interactúan con sus clientes en todo el mundo.

Este informe ofrece información clave sobre el panorama de los pedidos digitales y la gestión de restaurantes, dirigido a líderes del sector.

La mayoría de los aprendizajes clave están sacados de Deliverect C.A.B, celebrado en septiembre de 2024. En este evento, más de 50 líderes de marcas destacadas compartieron sus estrategias y visiones para el futuro.

## MARCAS LÍDERES REPRESENTADAS EN C.A.B.



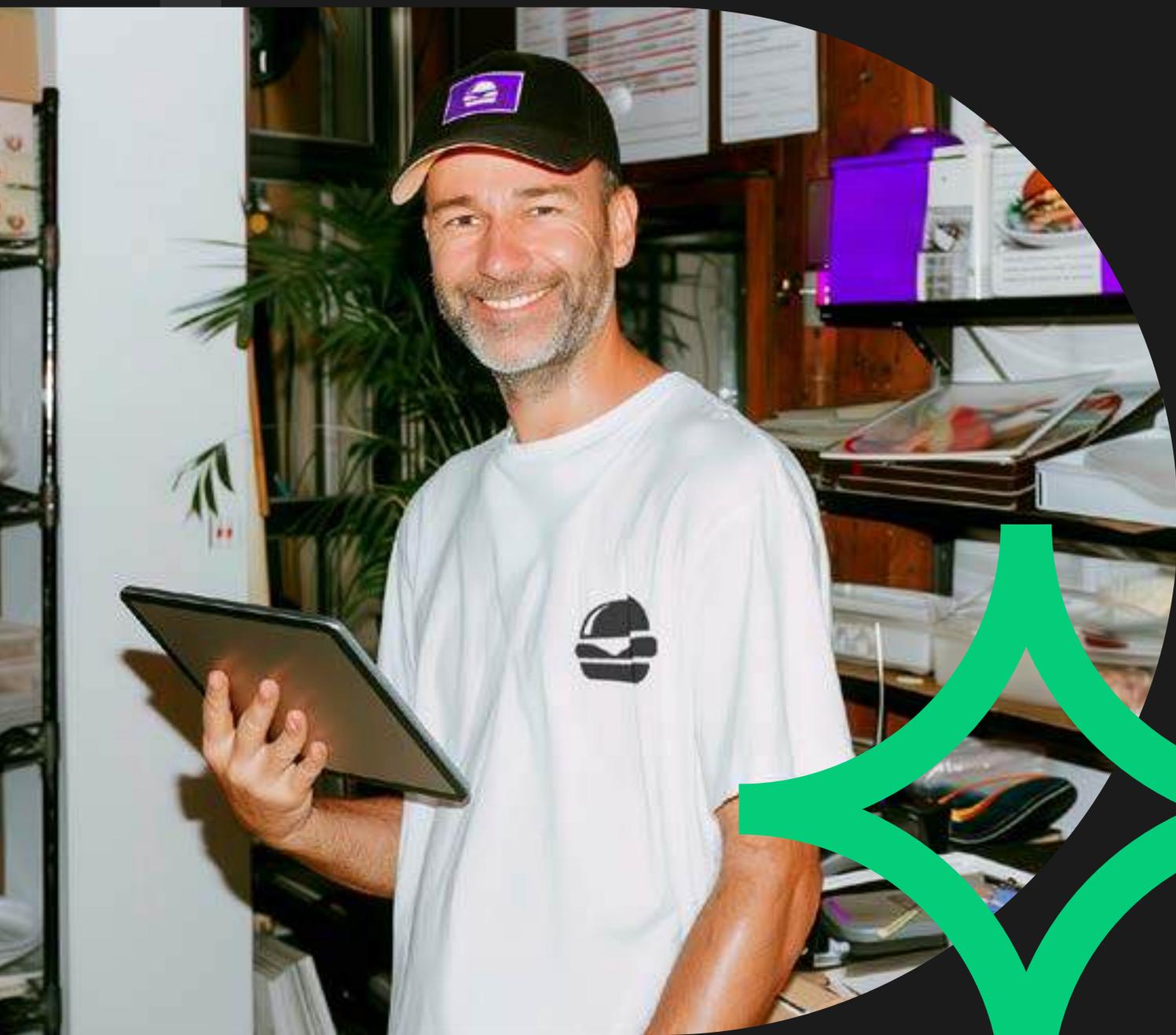
Estas marcas no solo observan las tendencias, sino que las implementan activamente. Por ejemplo, los líderes del sector pueden aprender del éxito de Papa John's en la optimización de sus operaciones mediante soluciones digitales.

El informe se complementa con datos de organismos clave de la industria, como la National Restaurant Association (NRA), Modern Restaurant Magazine, FSTEC 2024 y otros, proporcionando una visión completa de la trayectoria del sector.

Deja que este informe sea tu guía hacia el 2025. Los aprendizajes y estrategias que descubrirás te ayudarán a enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades del sector el próximo año.



# NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO: ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INDUSTRIA?





# NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO: ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INDUSTRIA?

A medida que la tecnología avanza, también lo hace la industria. Modelos de negocio innovadores, rápidas expansiones de franquicias y colaboraciones intersectoriales están redefiniendo cómo las marcas operan, escalan y conectan con los consumidores.

## CRECIMIENTO DE LAS FRANQUICIAS

La expansión global de franquicias está en auge, con la tecnología como clave del éxito. Herramientas digitales como sistemas TPV, kioscos de auto-pedido y plataformas de entrega permiten a las franquicias mantener la consistencia de marca mientras se adaptan a las necesidades específicas de los mercados locales.

En el C.A.B, se destacó cómo las expansiones impulsadas por tecnología permiten a las marcas optimizar operaciones y ofrecer experiencias personalizadas en cada ubicación.



“Con tantas tecnologías nuevas—plataformas de pedido, DSP, kioscos y más, necesitamos una plataforma estándar que combine todo en un solo lugar.”

**FIVE GUYS**

**MOHAMMAD SAMHA**

CHIEF TECHNOLOGY OFFICER  
FIVE GUYS



## COLABORACIONES INTERSECTORIALES

Las líneas entre el comercio minorista, supermercados y restaurantes se difuminan, abriendo nuevas fuentes de ingresos. Las plataformas de entrega están expandiéndose hacia los sectores de supermercado y comercio minorista, permitiendo a las marcas llegar a nuevas audiencias.

El auge de las comidas listas para comer está desafiando a los restaurantes tradicionales, mientras los supermercados amplían su oferta mediante plataformas de entrega. Esto obliga a los restaurantes a innovar, mejorar la conveniencia y explorar nuevos canales para satisfacer expectativas cambiantes.



## EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA EN EL RETAIL Y LA COMIDA LISTA PARA CONSUMIR

Los retailers están adoptando cada vez más la tecnología para competir en el espacio del delivery de alimentos, lo que presenta tanto desafíos como oportunidades de asociación para los restaurantes tradicionales.

Las soluciones de comidas listas para consumir están en auge, ya que supermercados y marcas de conveniencia se asocian con plataformas de delivery para ofrecer opciones rápidas y de alta calidad.



**Las grandes cadenas de supermercados ya están ofreciendo kits de comidas listas para consumir a través de plataformas de delivery**

Este cambio obliga a los restaurantes tradicionales a innovar y explorar nuevos canales para satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores.



## EXPANSIÓN GLOBAL, FLEXIBILIDAD LOCAL

Las grandes marcas internacionales enfrentan el reto de ofrecer una experiencia coherente en todos los mercados, respetando las particularidades locales. La tecnología avanzada facilita este equilibrio, permitiendo a las franquicias mantener estándares globales mientras adaptan sus servicios a las preferencias regionales.

Con herramientas y datos en tiempo real, las marcas alinean prácticas locales con valores globales. El futuro del sector estará definido por la innovación tecnológica, las alianzas intersectoriales y modelos de franquicia ágiles para responder a la creciente demanda de conveniencia, personalización y calidad.



# LA BÚSQUEDA DE VALOR DEL CONSUMIDOR





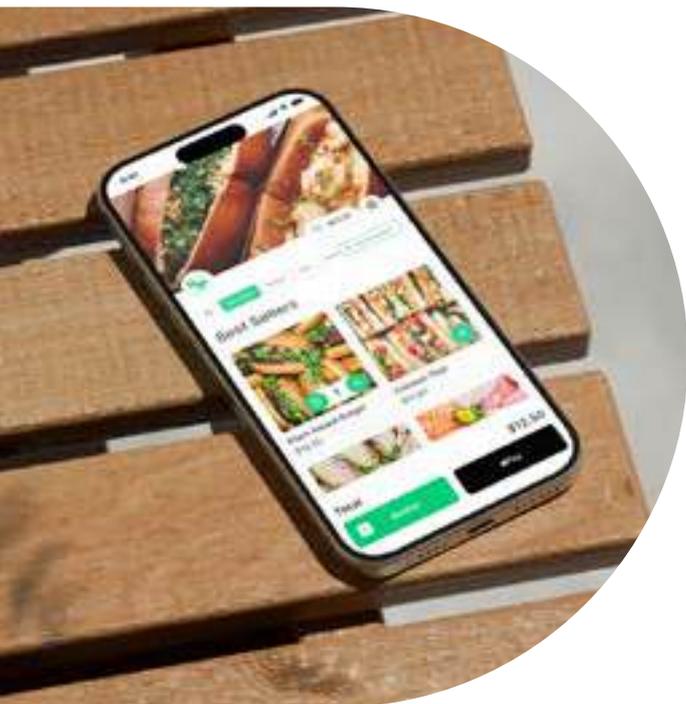
# LA BÚSQUEDA DE VALOR DEL CONSUMIDOR

Las marcas líderes están respondiendo a las nuevas expectativas de los consumidores que buscan calidad y experiencias, incluso con presupuestos ajustados.

## VALOR PERCIBIDO Y PRECIO

En un entorno económico desafiante, los consumidores no solo buscan precios bajos, sino calidad y experiencias justas por su dinero.

Ya no se trata de buscar la opción más económica, sino de maximizar la relación entre calidad, precio y experiencia.



## MENÚS ACCESIBLES Y DE CALIDAD

Con unos precios crecientes, los consumidores esperan experiencias gastronómicas de calidad excepcional y un servicio impecable.

Para los operadores, el desafío está en crear ofertas que combinen accesibilidad económica con calidad sin comprometer el atractivo de la experiencia. Este equilibrio es crucial para satisfacer las demandas actuales y mantener la lealtad del cliente.



“El próximo año, la competencia será feroz. Los clientes querrán más, aunque los presupuestos sean ajustados. Seguirán esperando buena calidad y servicio.”



**PETER PORLING**

HEAD OF DIGITAL GUEST EXPERIENCE  
MAX BURGERS



Esto subraya una tendencia más amplia en la que los restaurantes compiten tanto en precio como en la experiencia que ofrecen.

## LA VUELTA A LAS OFICINAS IMPULSA LA DEMANDA

Con la reincorporación a los lugares de trabajo tras la pandemia, ha crecido un 32% interanual la demanda de soluciones de comida para las oficinas, según el informe Feeding the Workplace 2024. Esto representa una oportunidad estratégica para las marcas. Captar este público puede traducirse en mayores volúmenes de pedidos y un flujo constante de tráfico durante las horas del almuerzo.

Además, los pedidos a oficinas no solo consisten en entregar comida, sino en ofrecer opciones fiables, variadas y cómodas que se conviertan en parte integral de la experiencia laboral.





“  
Estamos observando un aumento significativo en los pedidos de comida para oficinas. No se trata solo de alimentar a la fuerza laboral, sino de ofrecer soluciones de comida convenientes,  
”



**TOM SMITH**

OPERATIONS DIRECTOR  
PIZZA PILGRIMS UK

“  
Los grandes pedidos de catering y las soluciones de reparto de marca blanca serán el futuro para nosotros. Los pedidos de catering son más grandes, tienen un valor promedio de pedido más alto y son más rentables para nosotros.  
”



**NATALIA SALGADO**

HEAD OF DELIVERY  
JOE & THE JUICE





## PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN RELEVANTES

Los programas de fidelización han evolucionado. Ya no basta con acumular puntos; los consumidores esperan beneficios tangibles como descuentos inmediatos, acceso a productos exclusivos o sorpresas personalizadas.

Las marcas están repensando estos esquemas para crear interacciones valiosas que no solo mantengan a base de clientes recurrentes, sino que la fidelicen por las experiencias y ventajas que ofrecen.

La revista Modern Restaurant Magazine señaló: “El cliente recurrente es la base de cualquier restaurante, y ahí es donde las membresías pueden impulsar estas visitas de manera más efectiva que los programas de fidelidad



Por lo tanto, las marcas se ven obligadas a repensar sus programas de fidelización, centrando su atención en crear interacciones significativas que hagan que los clientes regresen no solo por la comida, sino también por la experiencia y los beneficios derivados de su fidelización.



## MEJORA DE LA EXPERIENCIA EN RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA

La presión económica y los cambios en las preferencias han llevado a muchos consumidores a optar por restaurantes de comida rápida frente experiencias tradicionales de servicio completo.

Sin embargo, esta elección no implica menores expectativas. Los consumidores demandan comida de alta calidad, servicio eficiente y una experiencia satisfactoria, incluso en un entorno de ritmo acelerado. Esto obliga a los restaurantes de comida rápida a elevar sus estándares para cumplir con estas demandas mientras mantienen la velocidad y conveniencia que caracterizan al segmento.

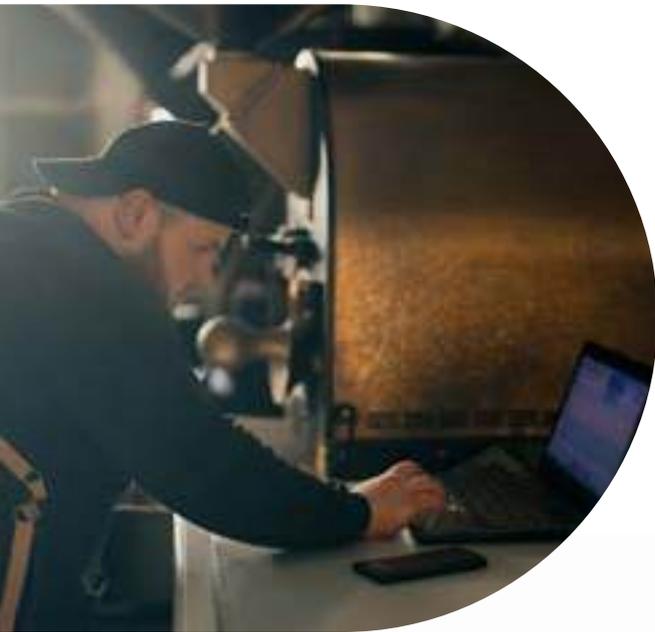
# PERSONALIZACIÓN DINÁMICA, IA, Y EL FUTURO DE LA HOSTELERÍA





# PERSONALIZACIÓN DINÁMICA IMPULSADA POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

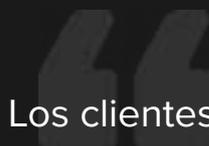
En un mercado cada vez más competitivo, la personalización hiperindividualizada se ha convertido en el estándar. Los clientes esperan experiencias adaptadas a sus preferencias, anticipándose incluso a sus necesidades. La inteligencia artificial (IA) está jugando un papel crucial en este cambio, al permitir a hiperpersonalización efectiva: desde menús personalizados y recomendaciones predictivas hasta asistencia instantánea mediante chatbots. **Esta tecnología no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza las operaciones y crea interacciones más significativas.**



## HIPER-PERSONALIZACIÓN BASADA EN DATOS

Los clientes de hoy esperan experiencias personalizadas, donde sus preferencias sean anticipadas. Mediante el uso de análisis de datos, las empresas pueden predecir los deseos de los clientes antes de que los expresen.

Desde sugerir productos basados en compras pasadas, ofrecer promociones personalizadas o ajustar la experiencia gastronómica en tiempo real según los datos recopilados de cada cliente.



Los clientes esperarán más descuentos, beneficios y mejores experiencias de menús. Querrán más de nosotros sin necesidad de pagar más.



**DANIEL SOILE**

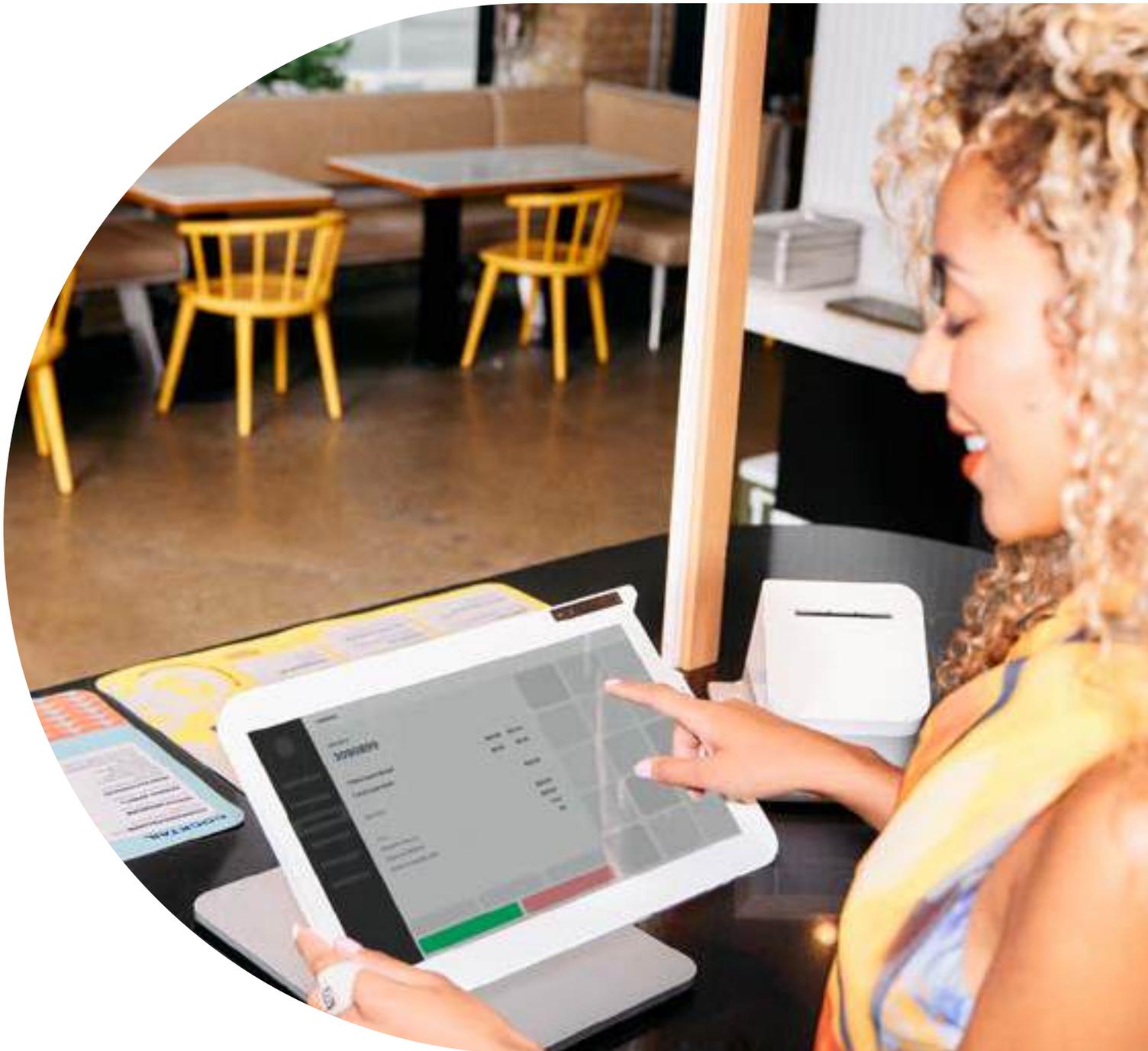
HEAD OF DELIVERY  
BOPARAN RESTAURANT GROUP



## EXPERIENCIAS OMNICAANALES

Un enfoque omnicanal asegura que cada interacción con tu marca, ya sea a través de una app, un quiosco o de manera presencial, se perciba como consistente. Esta estrategia es clave para mantener una experiencia de cliente unificada y coherente.

**Ya sea al hacer un pedido desde un teléfono o interactuar con un chatbot, la calidad del servicio y la personalización deben ser uniformes. El software más avanzado para la gestión de restaurantes y las herramientas de IA harán posible ofrecer experiencias omnicanal auténticas a gran escala y con un presupuesto razonable.**



# IA EN LA INDUSTRIA: TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR





# IA EN EL FOOD SERVICE: TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

20  
25

La industria de la restauración se encuentra en un momento clave de transformación, impulsada por el avance de herramientas de inteligencia artificial cada vez más sofisticadas. Desde la personalización de la experiencia gastronómica hasta las interacciones predictivas, la inteligencia artificial está preparada para redefinir la forma en que los restaurantes se relacionan con los clientes.



**El último informe de Gartner afirma**, «Para 2025, la inteligencia artificial gestionará el 50% de todas las interacciones con clientes en restaurantes, lo que llevará a un servicio más rápido y una mayor satisfacción del cliente».

El potencial es claro: la inteligencia artificial está destinada a mejorar el servicio, agilizar las operaciones y enriquecer la experiencia gastronómica

## REVOLUCIONANDO LAS INTERACCIONES DE CLIENTE CON IA



### EXPERIENCIA DE CLIENTE MEJORADA

Con menús impulsados por IA, recomendaciones personalizadas y precios dinámicos, el recorrido del cliente se adapta de manera única. Imagina menús que se ajustan según preferencias personales y pedidos anteriores, creando una experiencia gastronómica diseñada específicamente para cada comensal.



### RECOMENDACIONES INTELIGENTES EN TIEMPO REAL

Aprovechando los datos del cliente, la IA puede sugerir productos según el estado de ánimo, la hora del día o el clima, haciendo que las recomendaciones sean más relevantes y atractivas.



### CHATBOTS IMPULSADOS POR IA

Los chatbots impulsados por IA ofrecen soporte instantáneo las 24 horas del día, respondiendo preguntas y gestionando pedidos de manera eficiente, incluso durante las horas punta.



## EL FUTURO DE LA IA EN EL FOOD SERVICE

### MENÚS DE REALIDAD AUMENTADA

Imagina menús interactivos en realidad aumentada que permitan a los comensales visualizar los platos antes de hacer el pedido, ver detalles nutricionales o incluso experimentar catas virtuales. Esta tecnología inmersiva daría vida a los menús, mejorando la toma de decisiones y el compromiso del cliente.



### RECOMENDACIONES PERSONALIZADAS SOBRE NUTRICIÓN

La inteligencia artificial podría analizar datos de salud y preferencias dietéticas, adaptando las sugerencias del menú a las necesidades nutricionales o a los estilos de vida de los clientes.

### TRANSPARENCIA Y SOSTENIBILIDAD

La inteligencia artificial permitirá a los clientes tomar decisiones informadas al proporcionar datos en tiempo real sobre el origen de los ingredientes, su procesamiento y las prácticas éticas a lo largo de la cadena de suministro. Así, los comensales podrán elegir platos basados en sus valores, contribuyendo a una cultura culinaria más transparente y sostenible.





20  
25

# PREPÁRATE PARA 2025

La industria de la restauración se encuentra en un momento clave, impulsada por los avances tecnológicos y los cambios en las demandas de los consumidores.



## TENDENCIAS CLAVE ANALIZADAS:



1

### EXPANSIÓN GLOBAL, RELEVANCIA LOCAL

A medida que las franquicias se expanden a nuevas regiones, la tecnología les permite adaptarse a los gustos y expectativas locales, manteniendo al mismo tiempo una calidad global constante.

2

### COLABORACIONES ENTRE INDUSTRIAS

Los restaurantes están encontrando nuevas vías de crecimiento en los sectores de comestibles y retail, aprovechando las soluciones "Ready to Eat".

3

### SATISFACER AL CONSUMIDOR CON OFERTAS CENTRADAS EN EL VALOR.

El valor sigue siendo una prioridad para los consumidores, quienes van más allá del precio y consideran factores como la calidad, la conveniencia, los beneficios tangibles de la lealtad y una experiencia gastronómica superior

4

### HIPER-PERSONALIZACIÓN Y IA

Desde menús dinámicos hasta personalización predictiva y experiencias omnicanal sin fisuras, la inteligencia artificial apenas está comenzando a revolucionar las interacciones con los clientes.



A medida que miramos hacia 2025 y más allá, las empresas deben mantenerse ágiles y con visión de futuro. Adoptar las últimas tecnologías, explorar nuevos modelos de negocio y fomentar colaboraciones interindustriales son tácticas esenciales para mantenerse competitivas en una industria que evoluciona rápidamente.



El 2024 marcó un año clave para la tecnología en el sector de la restauración, sentando las bases para un crecimiento rápido y una transformación profunda. Marcas de todo el mundo están adoptando la tecnología como una clave para el éxito y el crecimiento sostenible. A medida que miramos hacia 2025, el enfoque estará en integrar todas estas innovaciones de manera fluida para crear sistemas eficientes y cohesionados. En Deliverect, estamos comprometidos a ser el socio de confianza que ayude a las marcas a simplificar la adopción de tecnología y aprovechar al máximo las soluciones en las que ya confían.



**ZHONG XU**

CEO & CO FOUNDER  
DELIVERECT



Explora con nosotros la evolución de los pedidos online y la industria del food service en 2025.

**REGÍSTRATE EN NUESTRA NEWSLETTER Y RECIBE TODA LA INFORMACIÓN SOBRE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS**

