



Transforme las operaciones de restaurantes con el análisis de QSR

La combinación de datos de puntos de venta (POS) con funcionalidades basadas en inteligencia artificial habilita un nuevo modelo mientras cambia el enfoque de las operaciones hacia el comercio electrónico y el área externa del restaurante.



Una nueva experiencia con los QSR

La historia nos enseña que las crisis económicas por lo general precipitan cambios duraderos. Si bien aún no sabemos cómo las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 afectarán de manera permanente al sector de comidas rápidas, los observadores de la industria creen que es poco probable que los restaurantes de servicio rápido (Quick Service Restaurants, QSR) vuelvan a operar como lo hacían antes de la pandemia.

La preferencia de los clientes por cenar en el restaurante ya no volverá, al menos en un futuro próximo. La mayor parte de la actividad de los QSR adoptó los canales del comercio electrónico (aplicaciones para smartphone e Internet) y el área externa del restaurante, que incluye las modalidades de retirada en el local y por la ventanilla del coche. Este cambio engloba distintos mecanismos para la participación del cliente, una serie de comodidades para el cliente y una nueva comprensión de la experiencia del cliente.

Otro cambio es el auge de la popularidad de los servicios de entrega de terceros, como DoorDash y Uber Eats, una tendencia que realza la preocupación por el control de la experiencia del cliente, la calidad de la comida y la rentabilidad. Estos servicios absorben una parte del cliente y otra del restaurante, por lo que reducen aún más los márgenes de ganancias.

La ventaja es que los clientes ahora cuentan con más maneras de interactuar con el restaurante y los restaurantes tienen más formas de completar la lista de pedidos. La desventaja es que el personal de cocina se ve más presionado para entregar los pedidos de manera oportuna y respetando un nivel de calidad que satisfaga las expectativas de los clientes. Esta presión se exagera debido a la escasez de mano de obra en todo el sector.

Como resultado, miles de QSR pequeños se vieron forzados a interrumpir sus operaciones porque no podían cumplir con las demandas de rendimiento que planteaba la situación actual. Las marcas más establecidas se están esforzando por adaptarse a esta nueva normalidad y encontrar maneras de acelerar e impulsar la eficiencia en sus procesos.



Fuente: "Actualización de mediados de año del estado del sector de restaurantes de 2021" (en inglés), Asociación Nacional de Restaurantes, septiembre de 2021

Enfrentar los desafíos con tecnología

En este mundo nuevo e inestable de los QSR, surgen preguntas clave: ¿Cómo pueden los restaurantes aliviar la agobiante presión que tiene el personal de cocina mientras se esfuerzan por dar cabida a la creciente demanda? ¿Qué cambios pueden hacer para asegurarse de que el producto que entregan tenga siempre la más alta calidad? ¿Cómo pueden correlacionar los datos de todos los canales en tiempo real y convertirlos en información útil?

¿Qué pueden hacer para asegurarse de que cada experiencia de cliente sea segura y cumpla con las expectativas de puntualidad, calidad y precisión de los pedidos a fin de conservar la lealtad de los clientes? Y, en última instancia, ¿qué nuevos modelos pueden considerar con el objetivo de preservar y hacer crecer su negocio? En un contexto en el que el sector de los restaurantes sigue lidiando con uno de los eventos más disruptivos de la historia, hay indicios que nos llevan a la esperanza. Sin embargo, está lejos de haber terminado.

El cambio en la dinámica de los QSR actual desafía a los operadores a impulsar nuevas eficiencias en los diferentes aspectos de cada proceso. La clave está en la automatización del restaurante.

Cambio en el comportamiento de los clientes

6 de 10

Seis de cada 10 adultos modificaron el uso de restaurantes debido a la pandemia de la COVID.

19 %

El 19 % de los adultos afirman que dejaron de ir a restaurantes por completo.

37 %

El 37 % de los adultos afirman que piden comida para recibirla en sus casas o para llevar en lugar de ir a un restaurante.

32 %

El 32 % de los adultos comentan que, si les vuelven a pedir que usen una mascarilla o que muestren un certificado de vacunación para poder comer en un restaurante, es menos probable que quieran hacer esto último.

Escasez de mano de obra constante

- Durante la primera mitad de 2021, hubo un aumento estable en la generación de empleo. Sin embargo, el sector gastronómico sigue teniendo un déficit del 8 % (cerca de 1 millón de puestos de trabajo) con respecto a los niveles de empleo previos a la pandemia. El sector de restaurantes y alojamientos tiene uno de los niveles más altos de puestos de trabajo vacantes.
- El 75 % de los operadores de restaurantes informaron que, desde junio de 2021, su principal desafío es reclutar empleados. Se trata del nivel más alto jamás registrado.

Recuperación cautelosa del sector Se espera que las ventas de alimentos y bebidas en el sector de restaurantes y servicios de comidas alcancen un total de USD 789 000 millones en 2021, un 19,7 % más que en 2020.



Fuente: "Actualización de medidores de año del estado del sector de restaurantes de 2021" (en inglés), Asociación Nacional de Restaurantes, septiembre de 2021

El camino a seguir: un restaurante más inteligente y conectado

Para enfrentar los extraordinarios desafíos de estos tiempos, los QSR deben implementar soluciones nuevas e innovadoras. Las marcas buscan mecanismos para automatizar las operaciones mientras intentan impulsar nuevas eficiencias, lidiar con un tráfico significativamente mayor en el perímetro y superar la escasez de mano de obra que hay en todo el sector y que aparentemente no mermará.

Cuando los restaurantes automatizan tareas rutinarias y repetitivas por medio de la tecnología inteligente, como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y el análisis de datos de IoT (Internet de las cosas), liberan a los miembros de su equipo para que puedan centrarse en las labores que requieren interacción humana, como el trato con los clientes.

Pueden acelerar el rendimiento, por ejemplo, designando empleados que usen tabletas para tomar los pedidos y cobrar en las colas de retirada por la ventanilla del coche. Luego, enviarán esa información a los sistemas de cocina encargados de iniciar la preparación de la comida. Además, pueden garantizar la calidad de los pedidos mediante la instrumentación de equipos de cocina que se programen para preparar la comida con precisión.

La solución de inteligencia para el comercio minorista, que ofrecen de manera conjunta los socios Tableau, Vistry AI y Snowflake, combina sistemas de administración de restaurantes, datos de audio y video de cámaras y sensores de borde, inteligencia artificial y aprendizaje automático, y tecnología de visualización de datos para ayudar a los restaurantes a medir y mejorar la rapidez y la calidad del servicio.

Optimización de la retirada por la ventanilla del coche

Tradicionalmente, las operaciones de retirada por la ventanilla del coche representaban entre el 50 y el 70 por ciento de los negocios de QSR. Desde el inicio de la pandemia, este número aumentó hasta alcanzar del 80 al 85 por ciento, lo que generó un incremento en los tiempos de espera, la presión sobre el personal de cocina y la impaciencia del cliente. El proceso centrado en las personas en el que los miembros del equipo toman pedidos y cobran y, luego, entregan papeles escritos a mano al personal de cocina, que después prepara y envuelve la comida para la entrega, es altamente ineficaz y propenso a generar errores.

La solución de inteligencia para el comercio minorista combina análisis operativo y datos de sensores para aumentar el rendimiento y la rapidez de la modalidad de retirada por la ventanilla del coche. Permite informar sobre la cantidad de coches en espera y alertar a la cocina para que produzca, por ejemplo, más patatas fritas si estas se incluyen en la mayoría de los pedidos. De esta manera, se acelera el proceso. La solución puede mejorar además el Net Promoter Score (NPS) con el uso de datos visuales para reconocer a los clientes fieles (mediante tecnología de reconocimiento facial o de matrícula del vehículo) y la recomendación de opciones según sus preferencias por medio de un tablero de menú digital basado en inteligencia artificial.

Los restaurantes pueden hacer un seguimiento de los vehículos desde que llegan al estacionamiento hasta que se van. De esta manera, ayudan a detectar puntos ciegos y brindan a los operadores mejores datos para que puedan tomar decisiones más inteligentes y alcanzar una mayor rapidez, recuentos de vehículos más precisos y una experiencia de cliente óptima.

La solución incluye una funcionalidad de toma de pedidos automatizada y conversacional (similar a Alexa, pero para la retirada por la ventanilla del coche) que permite acelerar el servicio y mejorar la precisión de los pedidos para aumentar el CSAT, a la vez que ayuda a compensar la escasez de mano de obra.



Fuente: "La modalidad de retirada por la ventanilla del coche en los restaurantes de EE. UU. está demostrando su valor durante la pandemia y será clave para el futuro del sector" (en inglés), The NPD Group, septiembre de 2020

Adopción de nuevos modelos de negocios

En esta nueva normalidad, cualquier ventaja estratégica es valiosa. Al automatizar el restaurante e incorporar visión, voz, análisis de IoT y tecnología de visualización de datos en sus operaciones, los QSR pueden hacer lo siguiente:

- Controlar la producción de comida y minimizar el desperdicio por medio del análisis predictivo
- Mejorar la satisfacción del cliente al aumentar la rapidez del servicio por medio de la automatización de las experiencias de retirada en el local y por la ventanilla del coche
- Mejorar la calidad y seguridad de los alimentos al optimizar la producción en función de la mano de obra disponible

Por otra parte, los restaurantes pueden comenzar a explorar nuevos modelos de negocios, como marcas virtuales y cocinas fantasma, que les permiten aprovechar la infraestructura y los canales de entrega existentes. A su vez, pueden desarrollar nuevas marcas que estén dedicadas exclusivamente a clientes fuera de las instalaciones físicas y que solo funcionen en aplicaciones de entrega de terceros. Pueden apelar a la creatividad y ofrecer nuevos menús pensados para distintos segmentos del mercado y, de esta manera, expandir el alcance y generar nuevas fuentes de ingresos.

Si bien las interrupciones que se producen actualmente en el mercado afectan a todos los miembros de los QSR, las marcas que incorporan automatización y tecnología inteligente en sus operaciones tienen la oportunidad de mejorar el rendimiento del restaurante de manera integral.



Fuente: "Cómo usar los datos para enfrentar la adversidad" (en inglés).
Estudio sobre el análisis del comercio minorista y los bienes de consumo de 2020

Analice en mayor profundidad las soluciones basadas en datos para las operaciones del comercio minorista.

Recursos adicionales

[Obtenga más información sobre la solución de inteligencia para el comercio minorista](#)

[Snowflake para el comercio minorista](#)

[Soluciones para el comercio minorista de Salesforce](#)

[Vistry](#)

[Contacto](#)

Transforme las operaciones de restaurantes con el análisis de QSR

Acerca de nosotros



Tableau es la plataforma de inteligencia de negocios que utilizan más del 90 % de las empresas Fortune 500 de servicios financieros. Es la solución comprobada para las organizaciones que buscan liderar con los datos. Tableau ofrece una plataforma de análisis completa e integrada que permite a los equipos trabajar de manera colaborativa y obtener información profunda a partir de sus datos. Todo esto es posible gracias al aprendizaje automático, las estadísticas, el lenguaje natural y la preparación de datos inteligente. Las organizaciones que eligen Tableau reciben recursos de habilitación, que incluyen capacitaciones, certificaciones y el Blueprint de Tableau y, por supuesto, la inspiración y el apoyo de la apasionada comunidad de Tableau. Por eso, pueden tener la confianza de que su implementación será un éxito y los guiará hacia el camino de una cultura basada en los datos.



Snowflake ofrece la nube de datos, una red global en la que miles de organizaciones movilizan datos con una capacidad de expansión, concurrencia y rendimiento prácticamente sin límites. Dentro de la nube de datos, las organizaciones combinan sus datos aislados, descubren y comparten datos gobernados de manera fácil y segura, y ejecutan distintas cargas de trabajo de análisis. Donde sea que residan los datos o los usuarios, Snowflake brinda una experiencia única y fluida en múltiples nubes públicas. La plataforma de Snowflake es el motor que potencia y proporciona acceso a la nube de datos. Así, brinda una solución para almacenamiento de datos, mares de datos, ingeniería de datos, ciencia de datos, desarrollo de aplicaciones de datos y uso compartido de datos. Únase a los clientes, socios y proveedores de datos de Snowflake que ya están llevando a sus empresas hacia nuevos horizontes en la nube de datos. [Snowflake.com](#).



Salesforce es la plataforma de CRM líder del mundo. Integra todos los componentes de las interacciones de la empresa con sus clientes, incluidos marketing, ventas, atención al cliente, comercio, RR. HH. y mucho más. Tableau forma parte de la familia de Salesforce. Así, está diseñado para conectarse sin problemas con todos los productos de la plataforma Customer 360. Por lo tanto, puede usar Tableau para combinar datos de Salesforce de cualquier nube con los demás datos de su empresa. De ese modo, tendrá una visión completa de los clientes. Coloque a los clientes en el centro de todo lo que hace y ofrezca las experiencias de conexión que ellos buscan.



La plataforma Discrn de Vistry usa el análisis predictivo para ayudar a controlar los costos mediante la optimización de la producción de alimentos y la minimización de desperdicios a través de un sistema de control de producción para la cocina. Además, ayuda a comprender y optimizar las implementaciones de los miembros del equipo en función de la mano de obra disponible y a resolver problemas con la seguridad de los alimentos y la calidad en relación con la mano de obra. Los servicios de automatización disponibles de la plataforma Discrn crean una experiencia de cliente más ágil por medio del registro de entrada de clientes para la retirada en el local y la asistencia para pedidos por la ventanilla del coche. De esta manera, permiten mejorar el Net Promoter Score (NPS) y los ingresos generales.