



3 estrategias para enfrentar la inflación desde los negocios de comida

- *La industria restaurantera representa uno de los sectores clave, pues aglutina al 12% de todos los negocios del país y genera unos 2 millones de empleos directos.*
- *De ahí que en épocas de inflación sea clave que los negocios de comida implementen medidas para rediseñar menús, optimizar inventarios e impulsar la comunicación digital.*

Ciudad de México a XX de agosto de 2022.- Como una cadena de efecto dominó, la inflación ha cobrado relevancia en la economía nacional durante los recientes meses, posicionándose como uno de los principales desafíos para los negocios de comida. Esto debido a un aumento sostenido de los precios de bienes y servicios, lo cual impacta en un alza en los costos de insumos y por lo tanto provoca una reconfiguración en el *foodservice*.

Y es que la industria restaurantera representa actualmente uno de los sectores clave, pues aglutina al 12% de todos los negocios del país. Genera unos 2 millones de empleos directos y en el caso de las microempresas, emplea a 7 de cada 10 personas, de acuerdo con [datos](#) de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac).

“En este contexto y dada su importancia, bares, restaurantes y negocios de comida tienen el reto de implementar cambios, donde optimizar menús, inventarios y fortalecer la comunicación es vital para seguir atrayendo a los comensales y evitar en la medida de lo posible que resientan en el precio de sus platillos favoritos el alza en los costos de los insumos con los que éstos son preparados”, explica **Gustavo Ángel Barrios, Innovation Chef de [Simplot México](#).**

Con esto en mente, el experto comparte 3 estrategias para hacer más llevadera esta temporada de inflación desde las cocinas y establecimientos del *foodservice*:

1. Marketing y comunicación digital

En momentos complicados, la comunicación debe ser un pilar fundamental. De acuerdo con un [estudio](#) elaborado por Datassential, entre las principales acciones que los restaurantes están probando y aplicando con éxito alrededor del mundo, se encuentra el solicitar retroalimentación al cliente para mejorar la reputación y aumentar la presencia en redes sociales.

Asimismo, los dueños de negocios están implementando *rebrandings*, acciones de *marketing* digital como anuncios, contenidos, fotos, así como programas de fidelización para nuevos y viejos clientes, eventos en vivo y entretenimiento.

2. Reingeniería de menús con creatividad

El rediseño de menús está siendo otro de los cambios inmediatos y frecuentes en tiempos de inflación, donde la creatividad es un aliado. Reducir la calidad de los insumos para ahorrar costos termina por desalentar a los comensales y generar una mala experiencia, la recomendación es maximizar la versatilidad de los insumos actuales, generando una mayor rentabilidad en los inventarios, al innovar en aplicaciones diversas como postres, bebidas, entradas, entre otros.

Esto permitirá generar experiencias únicas que no se encontrarán en otro lugar. ¿Un clericot de [aguacate](#)? ¿Papas fritas como postre? ¿Papas rebozadas con [cerveza artesanal](#)? ¿Smoothies y malteadas con base de aguacate? ¡¿Por qué no?! Innovar con ingredientes tan nobles y versátiles como las papas fritas y la pulpa de aguacate permite a los negocios eficientar su operación, incrementar su rentabilidad y estandarizar costos, además de subirse a las nuevas tendencias de consumo.

3. Ofertas por tiempo limitado

En concordancia con los dos puntos anteriores se encuentran las [ofertas por tiempo limitado](#) (LTO, por sus siglas en inglés), las cuales durante mucho tiempo han sido una táctica efectiva para generar entusiasmo y tráfico hacia los restaurantes. Los consumidores ven en las LTO una forma segura de probar nuevos platos, atraídos por sabores e ingredientes únicos, mientras que para los operadores son herramientas esenciales para diferenciarse de la competencia.

Los LTO son platillos que normalmente no se encuentran dentro de la oferta regular de los menús de los restaurantes, aprovechando temporalidades, ingredientes únicos y/o tendencias, que generan en el consumidor el deseo de probarlos antes que desaparezcan.

“El servicio de alimentos es una industria que enfrenta un momento retador, el cual es posible afrontar mediante la reconfiguración de los modelos de negocio; esto a través del impulso en la innovación, la creatividad y el sabor. Se trata de dar a los clientes una buena razón para volver a los restaurantes por esos platillos que simplemente son demasiado buenos como para dejarlos pasar”, concluye Gustavo Ángel Barrios.

-oOo-

Sobre [Simplot](#)

Fundada en 1929 en la pequeña comunidad agrícola de Declo, Idaho, por J.R. “Jack” Simplot, Simplot es la compañía líder en la distribución de alimentos congelados dentro del mercado B2B de *food service* con presencia en 60 países y oficinas internacionales en 7 naciones. Cuenta con diferentes categorías de producto: papas congeladas, vegetales, frutas y pulpa de aguacate. En 1953 la compañía inventó las papas prefritas congeladas, hoy es el segundo mayor productor de semillas en Estados Unidos, la tercera compañía de papas a nivel global y la firma privada #61 de Estados Unidos. Cuenta con más de 11,000 colaboradores en el mundo comercializando más de 1,000 diferentes tipos de producto. El propósito de Simplot es contribuir a la alimentación del mundo a través de un cultivo responsable. La compañía apoya a las comunidades donde tiene presencia, con un enfoque en la sostenibilidad, al producir más con menos recursos. En 2017, su planta procesadora en Idaho fue reconocida como Planta Verde en Estados Unidos; en 2018, 2019 y 2020 se posicionó en México como uno de los mejores lugares para trabajar en el ranking Great Place to Work®. Simplot brinda productos que hagan que sus clientes vivan la mejor experiencia, generando negocios rentables, con crecimiento para socios comerciales, operadores y distribuidores. Visita: <https://simplotmexico.com.mx/>

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/SimplotMexico>

Instagram: <https://www.instagram.com/simplotmx>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/simplotmx>

Contacto para prensa

another

Elena Aranda | Sr. PR Executive

elena.aranda@another.co