



## La 'tiktokización foodie' y otras ventajas digitales para los emprendimientos de comida

- *El foodservice del país necesita impulsar su recuperación luego de que cerró más de 100 mil establecimientos debido a la pandemia, equivalente al 16% del total de locales.*
- *En este contexto, los emprendedores deben aprovechar las nuevas tendencias que los comensales han adquirido a partir de una mayor actividad digital derivada del confinamiento, como las tecnologías sin contacto y redes sociales como TikTok.*

**Ciudad de México a 21 de junio de 2022.-** A medida que negocios de comida como restaurantes, bares, emprendimientos o *dark chickens* (*foodservice*) se recuperan luego de los momentos más críticos de la pandemia, la vuelta a la normalidad se traduce en una oportunidad para aprovechar las últimas tendencias que los comensales del país han adquirido a partir de una mayor actividad digital derivada del confinamiento.

Esto es clave en un ecosistema que necesita impulsar su recuperación luego de que, de acuerdo con [datos](#) del sector, la industria restaurantera en México cerró más de 100 mil establecimientos, el equivalente al 16% de todos los locales del país.

*“Así, en este contexto una de las mejores estrategias que tienen los emprendedores del sector es identificar esos nuevos comportamientos del consumidor digital con respecto al consumo de alimentos y aprovecharlos a su favor. Uno de los terrenos que más ganaron en este sentido es el de las redes sociales, sobre todo TikTok, la cual se está convirtiendo en una ventana única para la divulgación de recetas, preparación de platillos y challenges de parte de los negocios de comida”,* explica **Elsa Angélica Monroy Martínez, Category Manager para [Simplot](#)**, compañía global líder en la producción y distribución de pulpa de aguacate para el *foodservice*.

### 1. El *contactless* que llegó para quedarse

Sin duda, tecnologías como el *contactless* o “sin contacto” se tradujo en un salvavidas para que millones de emprendedores del *foodservice* minimizaran los riesgos de contagio y cuidaran de sus clientes. Los restaurantes tuvieron que digitalizar sus menús en códigos QR, así como [adoptar tecnologías](#) para los pagos sin contacto, programas de reservaciones en línea, *delivery*, *apps*, plataformas y más comunicación en canales como redes sociales y sitios web.

Por ende, estas innovaciones tecnológicas para los restaurantes ya no son un lujo o una posibilidad, sino que deben formar parte integral de cualquier modelo de negocio, algo que los comensales en la pospandemia no sólo están agradeciendo, sino que exigirán cada vez más.

### 2. La ingeniería digital de los menús

Derivado del punto anterior, una correcta digitalización de los menús es algo que muchas veces se pasa por alto, cuando en realidad se trata de un atractivo sobre todo para las nuevas generaciones de nativos digitales. De hecho, algunos [estudios](#) al respecto revelan que un menú correctamente diseñado puede aumentar las ganancias hasta en un 15%. Comparados con sus versiones impresas, los menús digitales tienen que resolver los mismos desafíos, pero en mucho menos espacio, prácticamente el que proporciona un teléfono inteligente promedio.

Por ello, algunos tips a tomar en cuenta para la ingeniería digital de los menús es reducir el número de platillos a los que se adapten mejor al delivery y que sean rentables con el envío. Otra consideración es por ejemplo, es colocar comidas populares o de alto margen de ganancia en las partes más visibles del menú, en lugar de comenzar con aperitivos. Finalmente se encuentran las fotos, las cuales han demostrado que aumentan los pedidos hasta en un 50%.

### 3. La TikTokización de la comida

Si bien TikTok se hizo popular alrededor del mundo por sus videos cortos de música, baile y efectos —muy enfocados en la generación *centennial*—, pronto la nueva red social se abrió camino con todo tipo de contenido, donde la [comida](#) llegó para quedarse. Hoy, TikTok no es solo otra plataforma tecnológica que debemos consultar, sino que se ha convertido en una herramienta imprescindible para los esfuerzos de las redes sociales de los restaurantes. Dicho de otra manera, si no estás utilizando TikTok para mostrar lo succulentos y atractivos que son tus platillos, te estás perdiendo llegar a unos [46 millones de usuario activos](#) tan sólo en México.

De hecho, los chefs y los restaurantes tienen una ventaja incorporada en esta plataforma, pues el contenido de alimentos es visualmente atractivo por su propia naturaleza. Una recomendación de los expertos es comenzar con ingredientes básicos del menú. Asimismo, es recomendable aprovechar los recursos que ofrece el [portal de creadores](#) de TikTok.

*“Vivimos un momento en donde la tecnología no puede estar divorciada de los negocios de comida; sobre todo de los emprendedores, quienes ya están reconfigurando la industria del foodservice a partir de nuevas visiones, centradas en un mundo post pandemia más digitalizado, donde el comensal tiende también a una mayor adopción de la oferta de alimentos a través de apps y plataformas digitales. La clave está en hacerlo de manera estratégica, haciendo más sencilla la experiencia del comensal”*, concluye Elsa Angélica Monroy Martínez.

-o0o-

#### 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