

# Cómo optimizar la entrega a domicilio y el servicio para llevar

Cómo desarrollar una estrategia fuera del local para su restaurante



Usted desea hacer crecer su negocio hasta su máximo potencial y eso requiere mirar más allá de las cuatro paredes de su restaurante. Su local físico tiene una ocupación máxima y los servicios gastronómicos que ofrece allí solo pueden manejar una cantidad limitada de órdenes. Sin embargo, al expandirse a soluciones fuera del local, como los servicios de entrega a domicilio y para llevar, usted puede completar más órdenes, lo cual lo ayudará a impulsar los ingresos, llegar a nuevos clientes y seguirle el ritmo a la constante evolución de la industria de los restaurantes.

Ahora más que nunca, los clientes están comenzando a hacer sus órdenes en línea, cambiando la forma en que ordenan comida; los restaurantes exitosos son aquellos que se adelantan a esas expectativas. En este curso, desglosaremos los servicios para ofrecer fuera del local: cuáles son, cómo funcionan y cómo pueden llevar su negocio al siguiente nivel.

# Qué incluye esta guía

Haga clic en cada sección para desplazarse hacia adelante

- 01 Aspectos básicos del servicio para llevar y la entrega a domicilio**  
Lo que todo restaurantero debería saber sobre los servicios fuera del local
- 02 Más allá de lo básico**  
Una mirada experta a los beneficios de la entrega a domicilio
- 03 Primeros pasos**  
Cómo funcionan realmente el servicio para llevar y la entrega a domicilio  
**LISTA DE VERIFICACIÓN** Cómo prepararse para atender a los clientes con el servicio para llevar
- 04 Cómo actualizar su negocio**  
Cómo combinar las operaciones nuevas con las antiguas  
**AUTOEVALUACIÓN** ¿Está listo su restaurante para ofrecer entregas a domicilio?
- 05 Una mirada al futuro**  
Lo que se viene en la gastronomía y cómo puede tomar la delantera  
**CÓMO** Tomar una ruta más sostenible con el servicio para llevar y la entrega a domicilio  
**TRIVIA** ¿Puede predecir hacia dónde se dirige el mercado?





## CAPÍTULO 1

# Aspectos básicos del servicio para llevar y la entrega a domicilio

Lo que todo restaurantero debería saber sobre los servicios fuera del local

# Desglosando los conceptos básicos

Ya sea que usted tenga una amplia experiencia con las entregas a domicilio o le interese saber más sobre cómo la entrega a domicilio puede dar a conocer a su restaurante, estos son algunos aspectos básicos que todo el mundo debería tener en cuenta.



## Servicio para llevar y entrega a domicilio

El servicio para llevar es una opción fuera del local en la que los clientes piden comida y luego van a su restaurante a buscarla. La entrega a domicilio es otra opción fuera del local, en la que las órdenes se entregan directamente a los clientes en donde se encuentren. Éstos a menudo pagan tarifas y propinas adicionales por el servicio de entrega.



## En línea y en la aplicación

La mayoría de los servicios de entrega externos ofrecen a los clientes opciones de sitios web y aplicaciones móviles. Si un cliente tiene una cuenta en un servicio como DoorDash, puede iniciar sesión y ordenar a través del sitio web de DoorDash o bien, puede usar la aplicación de DoorDash en su teléfono y tableta.



## Servicio interno y servicio externo

Algunos restaurantes eligen coordinar por su cuenta sus servicios para llevar y de entrega a domicilio. Esto lo hacen creando su propio sitio web para recibir órdenes, contratando y capacitando al personal necesario, comprando vehículos de entrega y gestionando la logística. Otros optan por utilizar un servicio externo para gestionar la entrega y el servicio para llevar de principio a fin. Dado que no existe una solución única para todos los restaurantes, [DoorDash ofrece una amplia variedad de soluciones](#) para diferentes necesidades comerciales. Éstas incluyen la entrega a domicilio, el servicio para llevar, la distribución de marca blanca, órdenes de grupo y *catering*.



## Soluciones para restaurantes

No existe una solución única para todos los restaurantes, por lo que hemos creado productos que satisfacen una variedad de necesidades comerciales.

1. [Mercado de DoorDash](#)  
(entrega a domicilio y servicio para llevar)
2. [DoorDash Storefront](#)  
(entrega a domicilio y servicio para llevar en la plataforma de DoorDash)
3. [Self-Delivery](#)  
(utilice sus propios conductores para entregar órdenes en DoorDash)
4. [DoorDash Drive](#)  
(conductores de marca blanca para entregar sus órdenes)

# La entrega a domicilio es masiva y está creciendo cada vez más



## 300 %

Desde el 2014, las órdenes en línea y las entregas a domicilio han crecido un 300 % más rápido que la gastronomía en los locales.



El servicio para llevar y la entrega a domicilio han experimentado un aumento significativo en popularidad, pues cada vez más clientes optan por comer en casa.<sup>1</sup> Desde el 2014, las órdenes en línea y las entregas a domicilio han crecido un 300 % más rápido que la gastronomía en los locales.<sup>2</sup> Con las nuevas tendencias y un mercado cambiante que deja a los clientes cada vez más confinados en casa, se espera que ese número aumente exponencialmente.

Pero, ¿de dónde vino la demanda.? ¿Y cómo llegamos a un mercado en el que los servicios fuera del local se están ofreciendo en establecimientos de alta cocina, cadenas nacionales y tiendas familiares por igual?

No hay nada “nuevo” en la comida para llevar y la entrega a domicilio. Las primeras civilizaciones, como la antigua ciudad romana de Pompeya en la Italia de hoy en día, estaban llenas de “tiendas de cocina” que ofrecían comidas con servicio para llevar.<sup>3</sup> La comodidad siempre ha sido un ingrediente esencial para alimentar a las masas. Pero en los últimos 10 años, a medida que las plataformas como [DoorDash](#) colocaban al mercado en línea (y en los teléfonos inteligentes), la industria se disparó, ofreciéndoles a los clientes más opciones y, a los restaurantes, una excelente oportunidad para impulsar las ventas incrementales.<sup>4</sup>

## Los servicios fuera del local son el nuevo mercado para vender comida

Las tendencias van y vienen, pero los restaurantes que perduran son aquellos que se adaptan, conservando lo que los hace especiales a la vez que entienden lo que quieren los nuevos clientes.



A los comensales modernos les encanta la comida a domicilio y la comida para llevar, pero son los jóvenes los que están impulsando el mercado

60 %

de todos los clientes en los EE.UU. ordenan a domicilio al menos una vez a la semana<sup>5</sup>

90 %

de todos los *millennials* ordenan a domicilio al menos una vez a la semana



Las órdenes en línea le ayudan a llegar a los clientes más valiosos.

60 %

de los clientes que ordenan en línea visitan restaurantes con más frecuencia que los que no lo hacen.<sup>6</sup>

Al unirse a un mercado en línea como [DoorDash](#), usted puede llegar a una audiencia más amplia que la que alcanzaría si solo ofreciera gastronomía en el local, con la posibilidad de convertir a los clientes nuevos en clientes habituales.

Diferentes áreas experimentan diferentes picos de entrega.

Si su restaurante está en una ciudad universitaria, es posible que observe picos de entrega a altas horas de la noche. En los vecindarios suburbanos, los picos de órdenes a menudo rondan los horarios habituales para comer. Al planificar la entrega, puede optimizar sus operaciones teniendo en cuenta el estilo de vida local.

**Los comensales no se cansan de la comodidad que ofrece el servicio de entrega. Si bien siempre habrá un espacio para salir a comer de forma tradicional, ofrecer opciones fuera del local les brinda a sus clientes más opciones para disfrutar de comidas deliciosas en casa.**



## CAPÍTULO 2

# Más allá de lo básico

Una mirada experta a los beneficios de la entrega a domicilio

# Descubra los beneficios ocultos de ofrecer entrega a domicilio

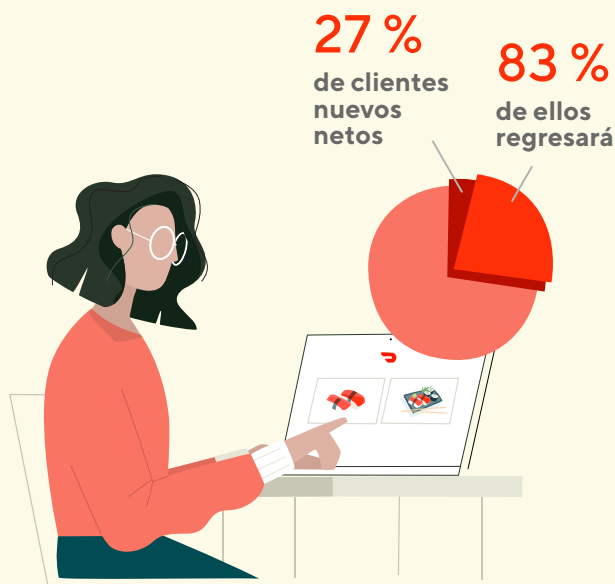
Para los restaurantes, ofrecer entrega a domicilio no solo significa llevar comida del punto A al punto B. Este servicio abre un mundo de beneficios, como conectarse con nuevos clientes, impulsar las ventas incrementales y optimizar sus operaciones, además de otros que probablemente aún no haya considerado, como una fuerte presencia en línea y como el ingreso a nuevos mercados como el del *catering*. Estas son algunas de las formas en que una plataforma de entrega externa puede ayudarle a llevar su restaurante al siguiente nivel:

## Aparezca en las búsquedas.

Cuando se une a una plataforma tecnológica como [DoorDash](#), se da a conocer ante todos los clientes que buscan restaurantes en línea. Las tiendas obtienen páginas de destino y menús de DoorDash exclusivos que se pueden encontrar en internet con facilidad. Esta es una forma preconfigurada de impulsar la optimización de motores de búsqueda (SEO), mejorar las ventas y traer a los clientes directamente a su puerta (virtual).

## Obtenga asistencia de *marketing* con profesionales.

DoorDash les ofrece a las tiendas una asistencia de *marketing* revolucionaria, como sesiones de fotos de comida gratuitas con un fotógrafo profesional. Nuestros datos demuestran que mostrar las deliciosas opciones del menú en nuestra plataforma de entrega genera ventas reales.



## Ponga su negocio en los radares de nuevos clientes.

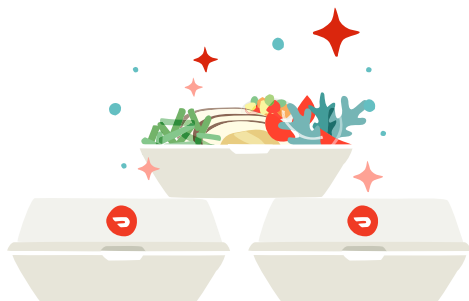
Durante la cuarentena de la COVID-19, el 27 % de las órdenes de comida en línea fueron de clientes nuevos para los restaurantes; el 83 % dijo que volvería a ordenar en el mismo restaurante.<sup>7</sup>

Esto abre nuevas oportunidades para las empresas, al mismo tiempo que ayuda a los comensales a descubrir nuevos restaurantes favoritos.

Usted ha optimizado su restaurante para el servicio de comida en el local, pero la entrega a domicilio puede ayudarle a prepararse mejor para tiempos impredecibles. Si agrega opciones fuera del local, su restaurante puede seguir realizando ventas con el mismo número de empleados.

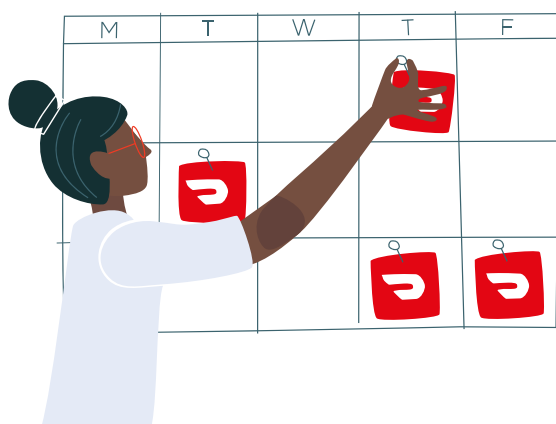
# Suba de nivel con las ventajas adicionales de los servicios fuera del local

La entrega a domicilio no solo permite nuevas vías de crecimiento. De muchas maneras, está redefiniendo lo que significa ser un negocio en la industria alimentaria. Estas son las formas en que la entrega a domicilio está transformando a los restaurantes para siempre.



## Sea testigo del auge de las cocinas en la nube.

Cada vez más chefs abren cocinas en la nube: espacios de cocina dedicados a preparar órdenes para llevar y de entrega a domicilio. Al enfocarse exclusivamente en la cocina, los restaurantes y los chefs pueden optimizar sus operaciones sin el costo (y el espacio) adicional del servicio de comida en el local. Para estas cocinas, las plataformas tecnológicas como DoorDash son socios esenciales, ya que las conectan con clientes y gestionan la entrega de principio a fin.



## Considere el manejo de órdenes grandes.

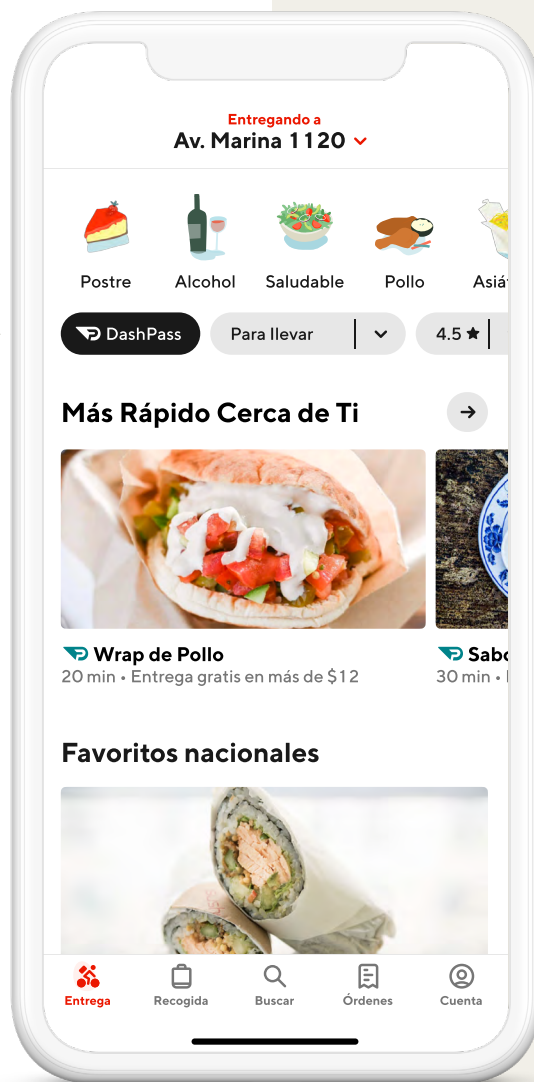
El *catering* implica mucho más que la propia comida. El transporte de órdenes grandes y la entrega a tiempo requieren experiencia logística y mano de obra. Con las funciones de *catering* y órdenes de grupo de DoorDash, puede ofrecer *catering* con confianza sabiendo que tiene el apoyo de una flota de Dashers listos para hacer entregas. Y para los clientes corporativos, [DoorDash for Business](#) se conecta con las tiendas para ofrecerles comida a los empleados, incluso cuando trabajan desde casa.

## Vea un aumento en la lealtad de los clientes.

Usted ya tiene una multitud de comensales locales. Pero piense en cuántos clientes leales más puede conseguir asociándose con una aplicación de entrega a domicilio. Especialmente cuando el 80 % de los clientes que se registran en una aplicación de entrega a domicilio nunca la abandona.<sup>8</sup>

# 5+ millones

de clientes de DoorDash actualmente están suscritos a DashPass de DoorDash para ordenar con frecuencia en los restaurantes participantes que ofrecen entrega gratuita.



Los comensales no se cansan de sus aplicaciones favoritas y tienden a volver a ordenar comida de sus restaurantes preferidos una y otra vez.



## CAPÍTULO 3

# Primeros pasos

Cómo funcionan realmente el servicio para llevar y la entrega a domicilio

# Cómo funciona la logística fuera del local

Ahora ya sabe acerca de los beneficios de la entrega a domicilio, pero ¿cómo funciona realmente y cómo puede comenzar?

¿Cómo consigue que su menú llegue a los clientes? ¿Cómo ordenarán? Y una vez que lo hagan, ¿cómo llegará la comida desde su cocina hasta sus puertas? Hay cierta complejidad en la planificación del servicio para llevar y las entregas. Usted puede elegir administrar la logística por su cuenta o asociarse con DoorDash para que la manejemos por usted. Así es como funciona:



## 1. Regístrese en DoorDash

Para comenzar en DoorDash, lo único que tiene que hacer es [registrarse](#), contarnos sobre su restaurante y subir su menú. La aplicación de DoorDash llega a aproximadamente al 80 % de todos los clientes en Estados Unidos,<sup>9</sup> (además de otros mercados en todo el mundo), lo cual lo conecta con los comensales de DoorDash.



## 2. Prepare (y empaque) las órdenes de alimentos

Es simple: usted elabora y empaqueta las comidas, nosotros las entregamos. Tome medidas para asegurarse de que sus comidas soporten el traslado, tales como empaclar las salsas por separado, colocar los elementos calientes y fríos en bolsas separadas y perforar los contenedores de comida caliente para la ventilación. Nos aseguraremos de que la comida permanezca en buenas condiciones al transportarla a tiempo y a los destinos correctos con cuidado, en bolsas con aislamiento térmico para la entrega de alimentos, las cuales mantienen las temperaturas de las comidas calientes y frías.<sup>10</sup>



## 3. La entrega

En el caso de las órdenes de entrega a domicilio, seleccione un lugar donde los Dashers puedan recogerlas sin interrumpir las operaciones y sigan en movimiento. La entrega promedio de DoorDash llega a los 37 minutos de que el cliente realice la orden,<sup>10</sup> por lo que sus comidas y los comensales están en buenas manos. La aplicación de DoorDash le permite realizar un seguimiento de sus órdenes en tiempo real, por lo que sabrá exactamente cuándo se realizarán las entregas a los clientes.

Coloque las órdenes para llevar donde los clientes puedan recogerlas fácilmente; por ejemplo, cerca de la caja registradora.

# Prepárese para atender a los comensales fuera del local

Una tienda de yogur helado, una pizzería y un restaurante de ramen tienen cada uno un conjunto diferente de necesidades para la entrega a domicilio y todos requieren una planificación única. Para asegurarse de que el yogur llegue congelado, la pizza muy caliente y el caldo de ramen sin derramarse, su restaurante debe determinar la mejor manera de transportar los platos característicos de su menú. Estos son algunos de los puntos que todos los propietarios deben tener en cuenta al ofrecer servicios fuera del local.

## LISTA DE VERIFICACIÓN

### Cómo prepararse para atender a los clientes con el servicio para llevar

- ☐ **Hable con su personal sobre el servicio para llevar y la entrega a domicilio** y la función que desempeñará cada uno de ellos. Dígale al personal de cocina cómo recibirán y prepararán las órdenes. Asegúrese de que el personal de servicio sepa cómo entregar la comida. Para garantizar operaciones fluidas desde el principio, tómese el tiempo para incorporar a todos en el proyecto y animarlos a que contribuyan.
- ☐ **Consiga los materiales adecuados**, como utensilios desechables, recipientes transportables, servilletas y menús adicionales, para incluir en las órdenes para llevar o de entrega a domicilio. Con el aumento de las ventas en estas modalidades, es posible que deba comprar más ingredientes de lo habitual. Planifique con anticipación para estar listo a fin de cualquier orden urgente.
- ☐ **Haga un plan de logística**, ya sea que decida entregar la comida usted mismo o unirse a una plataforma de tecnología externa para que un tercero maneje la logística por usted.
- ☐ **Controle su calidad poniendo** en marcha medidas para asegurarse de que la comida que sus clientes coman en casa sea de la misma calidad que esperarían al consumirla en su restaurante. Estandarice el tamaño de las porciones, controle las temperaturas y garantice un empaque fácil de transportar para que sus platos exclusivos se luzcan sin importar dónde se sirvan.
- ☐ **Promocione su nuevo servicio** para que los clientes sepan que está ofreciendo comida para llevar y de entrega a domicilio. Únase a una plataforma tecnológica como [DoorDash](#), anuncie las opciones fuera del local en su sitio web y considere realizar una campaña de *marketing* para poner a su restaurante en el radar de los clientes.



# Unirse a DoorDash: Qué obtiene y cómo funciona

Cuando se une al mercado de DoorDash, su restaurante obtiene nuevas y emocionantes oportunidades. Pero, primero, hay algunos pasos que el propietario de cada restaurante debe seguir para aprovechar al máximo la plataforma.

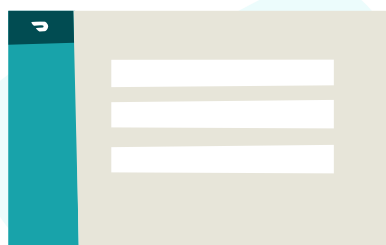


Aquí tiene un desglose detallado de cómo puede unirse a la comunidad de restaurantes en línea:



## Iníciase en el mercado.

El mercado de DoorDash alberga más de 310 000 restaurantes en todo el mundo.<sup>11</sup> Comience por [crear una cuenta](#), completar la información de su negocio y subir su menú. Una vez que su cuenta esté activada, empezará a recibir órdenes y los Dashers las entregarán a sus clientes.



## Explore nuevos productos.

Cuando se une al mercado de DoorDash, tiene una gran cantidad de herramientas al alcance de su mano que pueden ayudarle a llevar sus servicios fuera del local al siguiente nivel. Nuestro producto más popular, **Prueba gratuita**, le ayuda a atraer nuevos clientes al subsidiar su tarifa de entrega por primera vez; además, presenta a su restaurante en nuestro carrusel de *marketing* altamente visto. Con **Vuelve a ordenar y ahorra**, puede ofrecer descuentos a los comensales que han comprado su comida anteriormente y obtener un lugar en su página de búsqueda principal para recordarles cuánto disfrutaron de su comida. Estos productos hacen felices a sus clientes y se compensan con un retorno de la inversión (ROI) considerable para los restaurantes.



## Concéntrese en la comida. Olvídese de la logística.

Ya sea que maneje la comida, el menú o el lado administrativo de su restaurante, puede estar tranquilo sabiendo que DoorDash maneja las entregas. No es necesario contratar y capacitar a personal de entrega, comprar o mantener vehículos de entrega, ni preocuparse por cómo mantener el helado congelado (o la sopa caliente) de camino al cliente. Dada nuestra amplia experiencia en la entrega de alimentos, hemos estudiado y optimizado toda la logística. Esto significa que, con DoorDash como socio, puede seguir concentrándose en lo que hace mejor.

Unirse al [mercado de DoorDash](#) va más allá de subir su menú al sitio web: significa unirse a una comunidad de comida en línea que mira hacia el futuro. En seis años, DoorDash ha desarrollado una plataforma logística disponible en 4000 ciudades en los 50 estados de EE. UU., Canadá y Australia.

A través de la iniciativa de DoorDash “Delivering Good”, nuestra plataforma de logística impulsa los esfuerzos de restaurantes como el suyo para donar y transportar los excedentes de alimentos y suministros a organizaciones sin fines de lucro y organizaciones de recuperación de alimentos para combatir el hambre cerca de usted.<sup>12</sup> Esa es solo una de las formas en que convertirse en socio de DoorDash ayuda a conectar a su restaurante con su comunidad y con el mundo.





## CAPÍTULO 4

# Cómo actualizar su negocio

Cómo combinar las operaciones nuevas  
con las antiguas

¿Dónde conseguirá los recipientes que necesita para preparar las órdenes para llevar? ¿Cómo capacitará a los chefs para preparar platos exclusivos para entrega a domicilio? ¿En qué parte del restaurante se entregarán las órdenes a los trabajadores de entrega a domicilio? Enviar comida del punto A al punto B de manera eficiente requiere una planificación cuidadosa. A continuación, se indican algunos factores que debe tener en cuenta.



### Explore nuevos productos.

Antes de comenzar a ganar clientes, necesita estar en su radar. Suba su menú, hágase visible en los motores de búsqueda y decida si quiere unirse o no a una plataforma tecnológica como [DoorDash](#) (que se encarga de este tipo de tareas por usted).



### Promocione su restaurante.

¿Qué diferencia a su restaurante de otros similares? En el mercado en línea, los diferenciadores identificables son una gran parte de lo que permite a los restaurantes atraer clientes. Para asegurarse de no pasar desapercibido, invierta en *marketing* vinculado a la entrega; por ejemplo, agregue atractivas fotos de comida a su perfil para atraer a los comensales.



### Obtenga sus recipientes para llevar.

Antes de que pueda empezar a vender comida para llevar, necesita un suministro estable de embalaje fácil de transportar. ¿Busca recipientes económicos, sostenibles o compactos? ¿Requiere su cocina un tipo especial de recipiente, por ejemplo, uno que pueda transportar fácilmente salsas y líquidos? ¿Puede complacer al 70 % de los consumidores en EE. UU. y Canadá que prefiere productos sostenibles<sup>13</sup> al permitirles rechazar el envío de utensilios? (Los consumidores pueden rechazar los utensilios en DoorDash). Responda estas preguntas para determinar qué proveedor de recipientes para llevar es el más adecuado para su negocio.



### Mejore el servicio al cliente.

¿La comida llegó a tiempo? ¿La sopa estaba caliente y el sushi estaba frío? Estas son algunas de las preguntas que impactan la experiencia de un cliente con su servicio. Así como tiene mecanismos para abordar el servicio al cliente cuando cenan en su restaurante, también los necesita cuando esté preparando órdenes para comer fuera del local.

Quizás, la mejor parte de la entrega externa es que no tiene que reinventar la rueda. Los proveedores de logística tienen todas las etapas de la entrega bajo control para que lo único que usted tenga que hacer sea cocinar. Es realmente así de simple. Utilice la siguiente actividad para hacer un balance de su restaurante e identificar cómo encaja la entrega a domicilio en su esquema actual.

## AUTOEVALUACIÓN

# ¿Está listo su restaurante para ofrecer entregas a domicilio?

### ¿Cómo acepta actualmente las órdenes fuera del local?

- ☐ Digitalmente (a través de una tableta o sistema de PDV)
- ☐ Por correo electrónico
- ☐ Por fax



DoorDash le permite recibir órdenes de una manera que tenga sentido para su negocio. Al crear su cuenta de DoorDash, elija el método que utiliza actualmente para garantizar una transición sin problemas.

### ¿Con qué frecuencia termina el día con ingredientes de más?

- ☐ Nunca
- ☐ A veces
- ☐ Todo el tiempo



Cada año, se desperdician 1,6 mil millones de toneladas de alimentos en todo el mundo.<sup>14</sup> La entrega a domicilio puede ayudarle a minimizar el desperdicio de alimentos y administrar mejor su suministro. A través del portal de tiendas de DoorDash, obtendrá acceso a datos claros y procesables que le permitan resaltar artículos con exceso de ingredientes e identificar qué platos son más populares entre los clientes.

### En general, ¿a qué sector demográfico brinda su servicio actualmente?

- ☐ Clientes más jóvenes (generación Z y *millennials*)
- ☐ Familias y clientes de mediana edad (generación X)
- ☐ Poblaciones mayores (generación de la posguerra)



La entrega a domicilio es para todos. En la cultura a la carta de hoy en día, clientes de todas las edades están adoptando la gastronomía fuera del local por su comodidad y facilidad. Solo avíseles a sus valiosos comensales que también pueden encontrarlo en DoorDash y le ayudaremos a atraer a una cantidad similar (e incluso mayor) de clientes nuevos.

### ¿Cómo promociona actualmente a su restaurante?

- ☐ Correo electrónico
- ☐ Marketing tradicional (panfletos, anuncios en periódicos)
- ☐ Sitio web/SEO
- ☐ Se depende del tráfico peatonal
- ☐ Redes sociales



Las plataformas de tecnología externas llegan a los clientes a través de todos los canales para aumentar la conciencia de marca. DoorDash ayuda a que su restaurante se destaque en los motores de búsqueda, las redes sociales, nuestra aplicación y en persona con materiales de *marketing* que puede mostrar o distribuir. Piense en nosotros como su Director de *marketing* integrado.



## Comience a hacer entregas a domicilio

Como puede ver, la entrega a domicilio puede ser tan simple como completar más órdenes por día utilizando los suministros, el personal y el presupuesto de *marketing* que ya tiene. Ofrecer los servicios de entrega a domicilio y para llevar a través de una plataforma externa es una excelente manera de modernizar su negocio prácticamente de la noche a la mañana. Así que si ha estado esperando para sumarse, ahora es el momento de probarlo y ver qué repercusiones tienen estos servicios para su negocio.



## CAPÍTULO 5

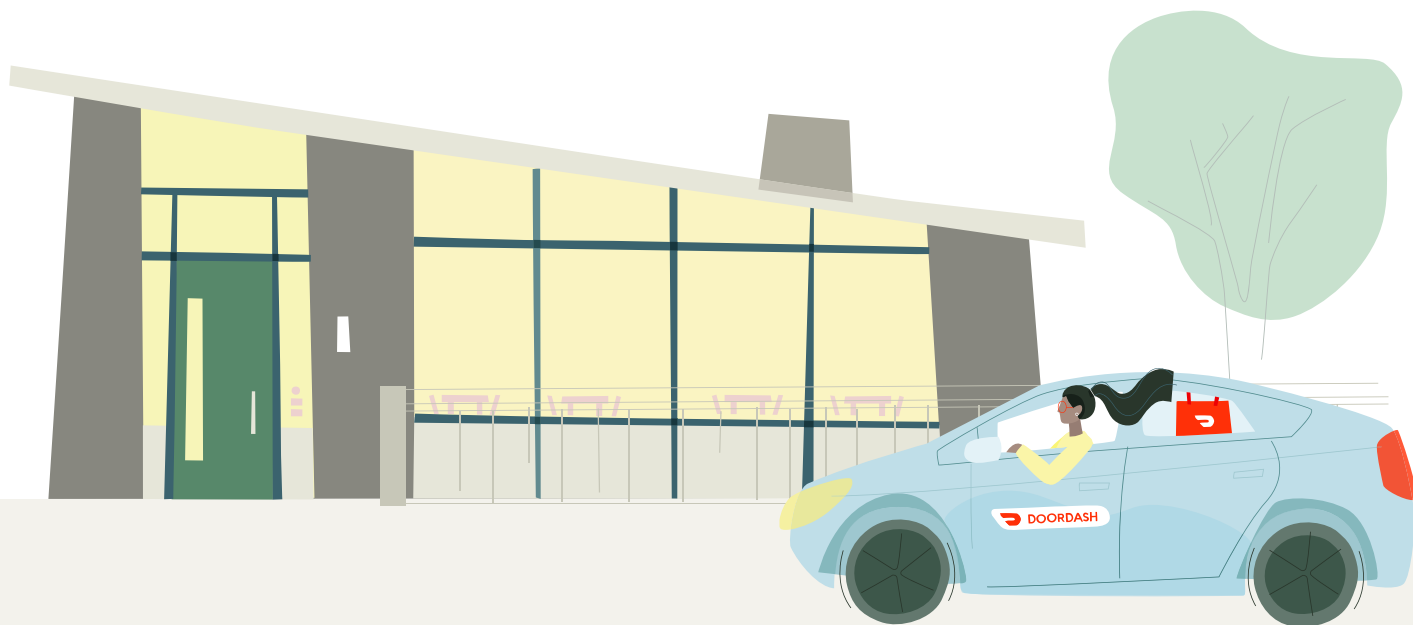
# Una mirada al futuro

Lo que se viene en la gastronomía  
y cómo puede tomar la delantera

# Nuevos horizontes en los servicios fuera del local

La industria de la gastronomía se ve diferente todos los días y los clientes están ávidos por nuevas e innovadoras maneras de demostrar su pasión por la comida. Para mantener contentos a sus clientes y que su negocio siga siendo viable en cualquier entorno, es importante saber escuchar al mercado y adaptarse. A continuación, incluimos un vistazo a cómo está evolucionando la industria en este momento y algunos de los cambios que esperamos ver.

Hace diez o quince años, la idea de pedir helado para llevar parecía una fantasía. Hoy en día, hay miles de restaurantes que ofrecen comida congelada con entrega a domicilio todos los días. A medida que los comportamientos de los clientes cambian y se amplían las capacidades de entrega, el mercado responde rápidamente.



## CÓMO

# Tomar un camino más sostenible con el servicio para llevar y la entrega a domicilio



**El 70 % de los consumidores** de EE. UU. y Canadá prefiere productos sostenibles.<sup>15</sup> A medida que las ventas para llevar y de entrega a domicilio continúan aumentando, encontrar formas de atraer a esos consumidores demuestra que usted se preocupa por las mismas causas que ellos.

1

### Deje que rechacen los utensilios.

Los servicios externos como DoorDash ofrecen a los clientes la opción de rechazar los utensilios desechables. Esto no solo atrae a consumidores que se preocupan por cuidar el medio ambiente, sino que también reduce los residuos y los costos.

2

### Considere los recipientes reutilizables.

En lugar de embalajes de espuma o de papel, use recipientes reutilizables para que los clientes puedan lavarlos y volverlos a usar.

3

### Reduzca los condimentos.

Las órdenes de entrega a domicilio suelen estar llenas de paquetes de condimentos, desde sal y pimienta hasta ketchup. Reducir la cantidad a un número razonable puede beneficiarlos a usted y a sus clientes a largo plazo (a menos que soliciten un extra, por supuesto).

4

### Evite las pajillas de plástico.

Desde papel hasta vidrio, pasando por metal y bambú, existen cada vez más opciones de pajillas reutilizables en el mercado. Desde 2014, la demanda mundial de estos productos creció más del 12 % cada año<sup>16</sup> y se espera que siga creciendo. Por lo tanto, es posible que sus clientes ya tengan sus propias pajillas reutilizables en casa. Apóyelos en sus esfuerzos por reducir el uso de pajillas de plástico.

# Nuevas tendencias fuera del local que debe conocer

Además de la sostenibilidad, otras tendencias interesantes están caracterizando a la industria, muchas de las cuales están impulsadas por los servicios fuera del local.



## Bebidas alcohólicas para llevar

Hoy en día, los restaurantes no solo preparan comida para entregar a domicilio, sino que también preparan cócteles. Las leyes locales difieren, pero, cada vez más, los restaurantes pueden enviar bebidas alcohólicas a domicilio. Esta opción fuera del local está cambiando la industria, generando ingresos y deleitando a los clientes leales.



## Entrega sin contacto

Para mantener a los Dashers y a los clientes sanos y seguros, DoorDash ofrece entregas sin contacto, en las que las órdenes se dejan afuera de la puerta del cliente, con la posibilidad de recibir instrucciones adicionales por parte del cliente.<sup>17</sup>



## Tienda en el restaurante

Desde productos comestibles *gourmet* hasta mercancía de la marca, los clientes están emocionados por comprar y apoyar a sus restaurantes favoritos. Ofrecer productos empaquetados, como salsas embotelladas y pastas secas o incluso suministros comerciales como papel higiénico, desinfectante de manos y toallas de papel es una excelente manera de interactuar con su comunidad cuando las ventas de comida son volátiles.



## La entrega a domicilio se reinventó

Cuando cenar en el local no es una opción, algunos restaurantes ofrecen kits de comidas que se pueden entregar y preparar más tarde o porciones más grandes para las familias. Otros restaurantes venden ingredientes a la carta. Si escuchan a sus clientes, los restaurantes pueden proporcionar lo que los clientes más quieren en este momento.

Vemos nuevos cambios todos los días y no esperamos que esto disminuya pronto. Para perseverar y servir su comida en cualquier tipo de condición del mercado, es importante asegurarse de satisfacer las mayores necesidades de sus clientes.

## TRIVIA

# ¿Puede predecir hacia dónde se dirige el mercado?

¿Puede predecir cuánto se espera que crezca el mercado fuera del local? Responda el cuestionario y descúbralo.

1

La industria mundial de entrega de alimentos se valoró en \$82 mil millones en 2018, pero se espera que crezca a \_\_\_\_\_ para 2025.

2

En EE. UU., se espera que la entrega de alimentos en línea muestre una tasa de crecimiento anual de \_\_\_\_\_, lo que dará como resultado un volumen de mercado de \_\_\_\_\_ para 2024.

3

Los ingresos por entrega en línea más altos (en todo el mundo) se generan en \_\_\_\_\_, donde se espera que muestre una tasa de crecimiento anual de \_\_\_\_\_, lo que dará como resultado un volumen de mercado de \_\_\_\_\_ para 2024.

4

\_\_\_\_\_ de los consumidores dicen que apoyarán más a las empresas locales en el futuro.

5

\_\_\_\_\_ de las personas encuestadas dicen que actualmente beben más de tres bebidas alcohólicas por semana.

6

Las ventas de bebidas alcohólicas en línea han aumentado en un \_\_\_\_\_ con respecto a hace un año.

7

\_\_\_\_\_ de los consumidores dicen que actualmente están comiendo menos comida rápida que antes.

8

Solo para los restaurantes de EE. UU., las ventas en canales digitales están en camino a alcanzar \_\_\_\_\_ de ventas totales para 2025.

## Respuestas

1) \$200 mil millones<sup>18</sup>

2) 5,1 %, \$29 222 millones<sup>19</sup>

3) China, 7,0 %, \$60 258 millones<sup>20</sup>

4) 38 %<sup>21</sup>

5) 25 %<sup>21</sup>

6) 243 %<sup>21</sup>

7) 45 %<sup>21</sup>

8) 30 %<sup>22</sup>



CONCLUSIÓN

# Continúe creciendo todos los días

Adopte el servicio para llevar y la entrega a domicilio  
a su manera

En DoorDash, sabemos que nuestros socios de restaurantes están hasta arriba de trabajo ordenando ingredientes, capacitando al personal en el lugar y, lo que es más importante, innovando con comida nueva y deliciosa que haga que los clientes vuelvan. Permítanos quitarle el peso de los servicios fuera del local de encima.

**Estamos aquí como socios para manejar las operaciones de entrega de principio a fin y ayudar a promover su negocio en todos los canales digitales y en persona.**

También ofrecemos un conjunto de servicios de marketing y [productos populares de DoorDash](#).

Con un amplio alcance de comensales en EE. UU. y muchos más en Canadá y Australia, DoorDash puede ayudarle a correr la voz sobre su negocio. Ayudamos a las tiendas de DoorDash en muchos aspectos de su crecimiento, acercándolas a nuevos clientes, fuentes de ingreso y oportunidades fuera del local que evolucionan junto con las tendencias de la industria.





# ¿Está listo para hacer crecer a su negocio con DoorDash?

1. **Inscríbase a DoorDash.** Visite [get.doordash.com](https://get.doordash.com) y cuéntenos sobre su negocio.
2. **Comience a recibir las órdenes.** Una vez que su cuenta esté activa, su equipo puede comenzar a preparar las órdenes.
3. **Ofrezca los servicios de entrega o para llevar.** Entregue las órdenes a los clientes dondequiera que estén.

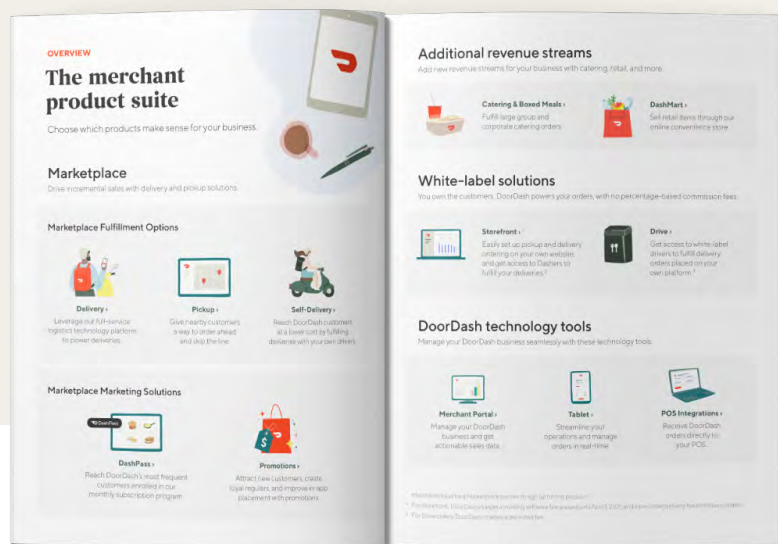
**Comenzar de forma gratuita**

¿Quiere ponerse en contacto con un representante de ventas?

**[Contáctenos aquí](#)**

o llame al **1-855-554-5779** (de lunes a sábado)

# ¿Quiere saber más sobre los productos de DoorDash para tiendas?



[Descargue una copia gratuita de la Guía de productos para tiendas de 2021 →](#)

# Fuentes

1. SinglePlatform, "[How to Increase Online Delivery Orders for Your Restaurant](#)"
2. Upserve, "[22 Online Ordering Statistics Every Restaurateur Should Know in 2020](#)"
3. TIME, "[What Take-Out Food Can Teach You About American History](#)"
4. Los Angeles Times, "[How food delivery apps have changed the game for restaurants](#)"
5. Nation's Restaurant News, "[Restaurant takeout and delivery are taking a bite out of dine-in traffic](#)"
6. Facebook, "[2019 Restaurant Trends and Insights Report](#)"
7. DoorDash and Technomic, "[Food Service Impact Monitor Report](#)"
8. McKinsey and Co., "[The changing market for food delivery](#)"
9. DoorDash, "[Here's How Restaurants Can Bring In More Business With Less Effort](#)"
10. DoorDash, "[How Restaurants Maintain Control With Delivery](#)"
11. DoorDash, "[DoorDash for Merchants Homepage](#)"
12. DoorDash, "[Delivering Good Landing Page](#)"
13. Barron's, "[Two-Thirds of North Americans Prefer Eco-Friendly Brands, Study Finds](#)"
14. Food and Agriculture Organization of the United States, "[Food wastage: Key facts and figures](#)"
15. Barron's, "[Two-Thirds of North Americans Prefer Eco-Friendly Brands, Study Finds](#)"
16. IMARC, "[Reusable Straw Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2020-2025](#)"
17. DoorDash, "[No Contact Delivery Landing Page](#)"
18. Forbes, "[The Soon To Be \\$200B Online Food Delivery Is Rapidly Changing The Global Food Industry](#)"
19. Statista, "[Online Food Delivery Outlooks \(United States\)](#)"
20. Statista, "[Online Food Delivery Outlooks \(China\)](#)"
21. Restaurant Business, "[How Will The COVID-19 Crisis Change Consumer Dining Behavior?](#)"
22. Facebook, "[2019 Restaurant Trends and Insights Report](#)"



## Acerca de DoorDash

DoorDash es una compañía de tecnología global que conecta a los consumidores con sus negocios locales y nacionales favoritos. Fundada en 2013, DoorDash hace posible que los negocios locales cumplan las expectativas de los consumidores en cuanto a facilidad y urgencia, a fin de que prosperen en la economía de la comodidad de hoy día. Al desarrollar una infraestructura logística de entrega final para el comercio local, DoorDash acerca a las comunidades de puerta en puerta. Comience ya en [get.doordash.com](https://get.doordash.com).

