

Delivery y Take Away: factores clave para aumentar ventas y fidelizar clientes

La evolución del sector gastronómico ha estado marcada por la adaptación a las nuevas demandas del consumidor y la incorporación de tecnologías digitales. En la actualidad, la implementación de un servicio de comida a domicilio (**delivery**) o recogida en el local (**take away**) no solo es una opción atractiva, sino una necesidad competitiva para cualquier negocio de restauración.

Las cifras del mercado respaldan esta afirmación, según estudios recientes, el **60%** de los consumidores en **Europa** realiza pedidos de comida a domicilio al menos una vez al mes, y el **30%** lo hace semanalmente. En el caso de **España**, las **plataformas de delivery** han experimentado un crecimiento de más del **40%** en los últimos cinco años, lo que evidencia el cambio de hábitos de los consumidores y la creciente dependencia de estos servicios.

La evolución del delivery y la recogida en el local en la restauración





Los **servicios de comida a domicilio** no son una novedad en el sector, su implementación inició con las cadenas de pizzerías en la década de los 80 y se expandió a otros segmentos como la comida china y la comida rápida. Con la llegada de la **digitalización** y la **proliferación de apps especializadas en reparto**, la tendencia se ha disparado y ha alcanzado a restaurantes de todo tipo, desde establecimientos de alta cocina hasta pequeños negocios familiares.

Pese a ello, aún existe resistencia a su adopción. Se estima que **7 de cada 10 restaurantes** todavía no han incorporado un **servicio de delivery estructurado**. Sin embargo, la oportunidad es clara: **más del 50% de las familias españolas ya hacen pedidos online regularmente**, lo que sugiere que **la demanda supera ampliamente la oferta actual**.

Apostar por el **delivery y la recogida en el local** permite a los restaurantes ampliar su cuota de mercado, diversificar sus fuentes de ingreso y mejorar la experiencia del cliente, fortaleciendo la lealtad a la marca y posicionándose como un negocio innovador y adaptable a los cambios en el comportamiento del consumidor.

Principales ventajas del reparto a domicilio

Adoptar una **estrategia de delivery bien estructurada** aporta beneficios tangibles en diversas áreas del negocio.

- **Expansión de la cartera de clientes:** se puede acceder a un público más amplio sin necesidad de aumentar la capacidad física del local.
- **Valor competitivo y diferenciación:** permite que el restaurante se destaque de la competencia ofreciendo un servicio moderno y conveniente.
- **Nuevos segmentos de clientes:** se captan consumidores que buscan opciones rápidas, flexibles y sin la necesidad de desplazarse al local.
- **Mayor facturación:** estudios indican que los restaurantes que implementan el delivery pueden **incrementar sus ventas hasta en un 30%**.
- **Optimización de recursos:** permite aprovechar mejor la infraestructura y el personal, especialmente en horarios de baja afluencia en el local.

Para **garantizar el éxito del delivery**, es fundamental contar con una **plataforma digital que facilite la gestión de pedidos y la integración con sistemas de pago y logística**. Además, se debe prestar atención a la **calidad del empaquetado** para asegurar que los alimentos lleguen en óptimas condiciones al consumidor final.

Principales ventajas de la recogida en el local

El **take away** ha cobrado un papel protagónico en la industria de la restauración, especialmente en entornos urbanos donde los consumidores buscan rapidez y comodidad.

- **Incremento en la rotación de pedidos:** se pueden atender más clientes sin necesidad de ampliar el espacio físico del restaurante.
- **Reducción de costos operativos:** no se requiere una inversión adicional en personal o logística de reparto.
- **Mantenimiento de la calidad:** se garantiza que los platos lleguen en condiciones óptimas, sin las demoras asociadas a la entrega a domicilio.
- **Promoción fácil y efectiva:** se puede impulsar a través de redes sociales, página web y promociones en el punto de venta.
- **Adaptabilidad a las tendencias del mercado:** cada vez más consumidores optan por esta modalidad debido a la rapidez y la posibilidad de disfrutar de la comida en casa o en el trabajo.

Uno de los **factores críticos para el éxito del take away** es la **optimización del proceso interno**. La organización en cocina y la implementación de sistemas de pedidos eficientes son clave para evitar demoras y asegurar la satisfacción del cliente.

Claves para la implementación exitosa del delivery y take away





Para garantizar el éxito de estas estrategias, se deben considerar algunos aspectos fundamentales.

- **Plataformas digitales:** contar con una app propia o integrar el restaurante a plataformas de **delivery** líderes en el mercado.
- **Gestión eficiente de pedidos:** automatizar los pedidos con sistemas de gestión que optimicen la preparación y entrega.
- **Packaging de calidad:** seleccionar envases que conserven la temperatura, textura y frescura de los alimentos,

preferentemente sostenibles.

- **Marketing y promoción:** invertir en **publicidad digital y estrategias de fidelización** para captar y retener clientes.
- **Análisis de datos:** utilizar herramientas de análisis para evaluar el desempeño del servicio y ajustar estrategias en función de la demanda.

La implementación del servicio de comida a domicilio y recogida en el local es una estrategia clave para el crecimiento de cualquier negocio gastronómico. No solo permite incrementar la facturación y mejorar la experiencia del cliente, sino que también posiciona al restaurante como un actor relevante en un mercado cada vez más digitalizado y competitivo.

Adaptarse a las nuevas tendencias no es una opción, sino una necesidad para garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo. El futuro de la restauración está en la flexibilidad, la innovación y la capacidad de responder eficazmente a las exigencias del consumidor moderno.