



Crowe Horwath™



# RESTAURANTES, ALIMENTOS y BEBIDAS





## Introducción

El sector de alimentos y bebidas presenta una importancia relevante en la economía del país gracias a la gran cantidad de empleos y a la producción que genera. El desempeño de este sector se ve representado tanto por su producción y comercialización, como por su venta a través de los servicios de restaurantes, catering y bares.

En los últimos años, el mercado de alimentos, restaurantes y bebidas ha presentado un comportamiento bastante dinámico, manteniendo un crecimiento constante a pesar de los cambios en la economía del país.

El crecimiento de la clase media, la devaluación del peso colombiano respecto al dólar, la innovación en el sector y la entrada de varias cadenas de comida rápida han generado que el sector de restaurantes y bares no haya mermado su crecimiento por más de una década y que hoy en día, a pesar de no crecer a los ritmos presentados en 2013 y 2014 cuando el país estaba en plena expansión, siga creciendo a tasas bastante interesantes, mayores al 6% en los últimos 12 meses.

Mientras otros sectores de la economía decrecen, principalmente como respuesta al contexto internacional, el consumo de alimentos y bebidas sigue creciendo. Sin embargo, el sector ha sentido una leve desaceleración en el crecimiento de sus ingresos, principalmente por el lado de las ventas de restaurantes y bares, como consecuencia de la desaceleración de la economía en el último año, la cual unida con la alta inflación presentada en 2015 y lo que se lleva de 2016, han contribuido al cambio en las expectativas de los consumidores y a que algunas veces

prefieran ahorrar y quedarse en casa a la hora de comer.

De la misma manera, tanto la producción como la comercialización de alimentos y bebidas ha venido creciendo, dejando en evidencia el alto potencial y la fortaleza del sector a nivel nacional, y a su vez los retos y oportunidades que tiene para seguir creciendo.

Crowe Horwath cuenta con una fuerte experiencia en el sector de restaurantes, alimentos y bebidas, manejando una gran variedad de clientes en donde se destacan importantes marcas de restaurantes y hoteles, los cuales en promedio aumentaron sus ingresos en un 10% entre 2014 y 2015.

A continuación, se expresarán las cifras y los hechos más importantes del sector con el fin de ofrecer un panorama claro de su comportamiento en la actualidad, centrándose especialmente en el sector de restaurantes, catering y bares, el cual ha venido aumentando la diversidad de su oferta y la entrada de nuevos competidores en los últimos años.

**Jorge E. Castelblanco Á,**  
CEO

[Jorge.Castelblanco@CroweHorwath.com.co](mailto:Jorge.Castelblanco@CroweHorwath.com.co)

**Camila Jaramillo Arenas**

Analista Económico

[Camila.Jaramillo@CroweHorwath.com.co](mailto:Camila.Jaramillo@CroweHorwath.com.co)

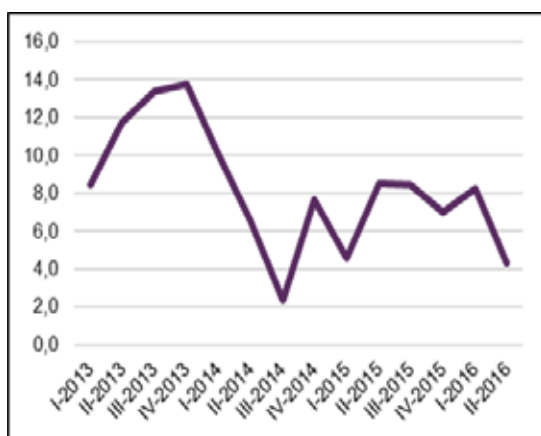


## Restaurantes

El sector de restaurantes, catering y bares ha venido presentando un crecimiento positivo en los últimos años. A pesar de la desaceleración económica registrada en 2015 y lo que se lleva de 2016, la cual ha llevado a la economía colombiana a pasar de crecer del 4,4% en 2014, a crecer tan sólo al 3,1% en 2015 y a tener una expectativa de crecimiento del 2,4% en 2016; el sector se mantiene al alza.

Según la última Muestra Mensual de Servicios presentada por el DANE, en el primer trimestre de 2016 el sector de restaurantes, catering y bares creció un 8,2%, cifra que a pesar de ser menor a la registrada en años de expansión como el 2013 y 2014 cuando el sector creció al 8,4% y al 10,1%, respectivamente, es mayor al 4,6% registrado en el mismo periodo del año anterior. Por su parte, en el segundo trimestre del presente año el sector registró un crecimiento anual del 4,3% con respecto a 2015, creciendo por encima del PIB nacional.

**Gráfico 1. Variación anual (%) ingresos nominales sector restaurantes, catering y bares.**

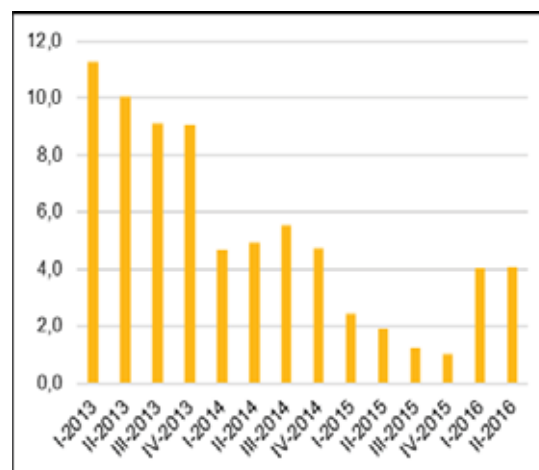


Fuente: DANE. Muestra Mensual de Servicios 2016.

En lo corrido del año el sector acumula un crecimiento del 6,2%, registrando un comportamiento mucho más favorable al de sectores innovadores como las telecomunicaciones, la publicidad y las actividades profesionales, científicas y técnicas, haciendo evidente el perfil de servicios gastronómicos y turísticos que tiene hoy en día la economía colombiana. Asimismo, durante los últimos 12 meses el sector ha crecido un 6,9%.

Por su parte, en lo corrido del año el personal ocupado por el sector ha crecido un 4,1%, 2,2 puntos porcentuales más que lo registrado en el mismo semestre del año inmediatamente anterior.

**Gráfico 2. Variación (%) año corrido, personal ocupado sector restaurantes, catering y bares.**



Fuente: DANE. Muestra Mensual de Servicios 2016.

Un factor que llama la atención, es que mientras el personal permanente ha crecido un 4,8%, el personal contratado a través de agencias ha disminuido un 19,7%, lo cual demuestra que los grandes restaurantes han optado por hacer su selección de personal directamente y por mantener al personal contratado, de manera que puedan hacer una selección más eficaz y contar con

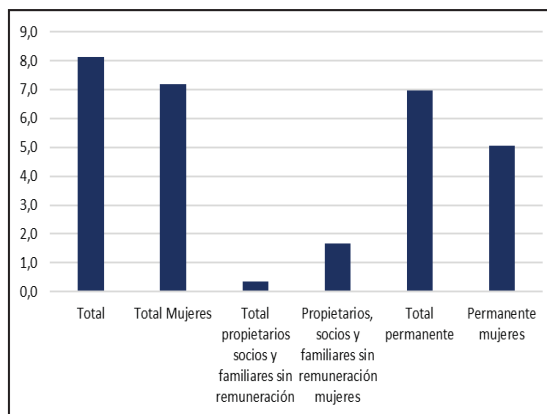
personas con mayor experiencia en el lugar y en el sector, lo cual ha sido un factor diferenciador en la prestación de los servicios y la fidelización de clientes.

Lo anterior ha provocado una “Guerra por el talento” que ha llevado, entre otras cosas, a que distintos grupos o compañías de alimentos quieran llevarse a los directivos de la competencia a trabajar con ellos con el fin de aprovechar su formación y experiencia, situación de rotación del talento que encarece los esfuerzos por retención.

Como respuesta, muchas de estas cadenas están desarrollando programas de capacitación e incentivos para su personal, con el fin de retener su talento humano y generar una identidad con la compañía, como es el caso de Telepizza, hoy dueños de Jenó’s Pizza en Colombia. (Revista Dinero, 2015)

Por otro lado, al analizar los resultados de diferentes encuestas, se hace evidente que el sector en su mayoría está compuesto por mujeres. Según la última Encuesta Anual de Servicios practicada por el DANE en 2014, el personal ocupado en el sector creció un 8,1%, registrando un crecimiento del 7,2% en el número mujeres empleadas entre 2013 y 2014.

**Gráfico 3. Variación (%) personal ocupado restaurantes, catering y bares 2013-2014.**

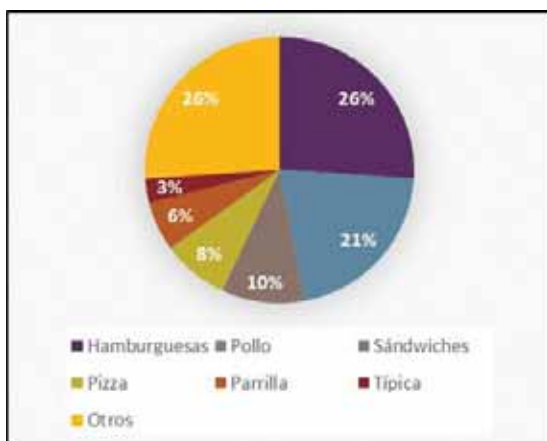


Fuente: Elaboración propia con base en datos del DANE, EAS.

A su vez, un aspecto que no se debe dejar de mencionar es que para todo el sector entrar y mantenerse no ha sido tan fácil. La actividad constante y el poco tiempo de las personas en ciudades como Bogotá han llevado a que el mercado esté comandado principalmente por restaurantes de comida rápida los cuales vienen creciendo de manera significativa en el país. Según la Cámara de Comercio de Bogotá, actualmente están registrados más de 32.000 restaurantes de los cuales la mayoría son de comida rápida.

Según un estudio realizado en 2014 por “Los datos.com” en Colombia, de las 85 cadenas de comidas que más vendieron en ese año, el 26% pertenecía a restaurantes de hamburguesas, seguidos por un 21% de restaurantes de pollo, un 10% de restaurantes que venden sándwiches, un 8% que venden pizza, un 6% de comida a la parrilla y un 3% de comida típica. (Periódico El Tiempo, 2015).

**Gráfico 4. Participación en ventas de las 85 cadenas de comidas más importantes por tipo de alimentos 2014.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos periódico El Tiempo “Cadenas de restaurantes que más venden en el país” 2015.

En Colombia la oferta de comidas fuera del hogar, tiene una conformación diversa: La mayor parte de los establecimientos que ofrecen este servicio son pequeños restaurantes informales, los llamados “corrientazos”, que representan alrededor de 80% del mercado total. (Dinero, 2015)

Sin embargo, como se mencionaba anteriormente, las grandes cadenas están dando una dura pelea por dominar todos los segmentos. Entre los restaurantes que más se destacan están los de comida casual y comida rápida, que representan algo más de 15% del mercado total. En este grupo salen a relucir algunas marcas y cadenas como: El Corral, Crepes & Waffles, Archie’s, Oma, Mc Donald’s, Burger King, Frisby, Kokoriko, Subway, KFC, Jeno’s Pizza, PPC, Sándwich Cubano, Taco Bell, Buffalo Wings, Cali Mío y la Brasa Roja, entre otras. (Dinero, 2015).

**Tabla 1. Restaurantes con mayores ingresos operacionales en 2015.**

Puesto	Empresa	Ingresos operacionales 2015 (Millones)	var (%)
1	Hamburguesas El Corral	\$ 314.086,00	4,5
2	Crepes & Waffles	\$ 268.823,00	9,9
3	Frisby	\$ 265.186,00	19,0
4	Mc Donald’s Colombia	\$ 263.931,00	9,8
5	Restaurantes y Cáfes Oma	\$ 134.847,00	3,1

Fuente: Elaboración propia con base en datos revista semana, mayo 2016.

De acuerdo con las cifras reportadas por la revista Semana acerca de las 100 empresas más grandes de Colombia, la cadena de restaurantes que presentó mayores ingresos en 2015 fue Hamburguesas El Corral con unos ingresos operacionales de \$314.719 millones de pesos, seguido por Crepes & Waffles S.A. (Bogotá, Bucaramanga y Villavicencio) con \$268.878 millones de pesos y por Frisby con \$265.186 millones de pesos. Es importante mencionar que este último fue la cadena de restaurantes que presentó un mayor crecimiento entre los cinco primeros líderes del sector al aumentar sus ingresos en 19% con respecto al año anterior, y que Crepes & Waffles, consolidando la operación de sus diferentes marcas, sigue siendo un ícono en el país.

En relación con las pymes, sobresale el comportamiento de algunas marcas de restaurantes que han crecido tanto en ingresos como en recordación, entre ellos se destacan Spoleto, La Hamburguesería y Sipote Burrito, con crecimientos en sus ventas, entre 2014 y 2015, del 11% para los dos primeros y del 23% para el último. (Misión PYME, 2016)

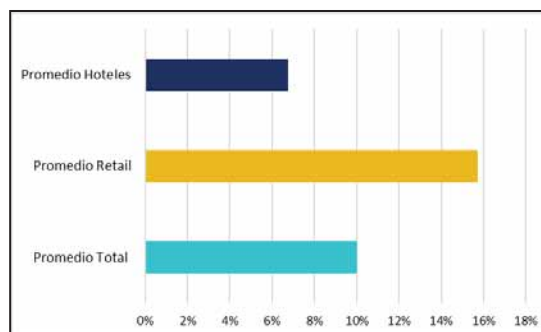
En el momento hay más de 95.000 restaurantes registrados en el país, que en 2014 generaron ventas por \$30,7 billones de pesos, de las cuales, según la revista La Barra, se estima que tan sólo el 5% de estas correspondió a ventas de

restaurantes de gama alta, los cuales han tenido un mayor reto al destacarse dentro del mercado nacional. A pesar de esto, la oferta de restaurantes internacionales y novedosos ha aumentado, obteniendo respuestas bastantes exitosas en los últimos años. Entre los restaurantes internacionales presentes en el país, la mayoría son peruanos y mexicanos. (Ortegón, 2015).

Otra tendencia que está llamando la atención del mercado, es la creciente demanda por comida saludable y orgánica, de ahí la entrada de cadenas de restaurantes dedicadas a la comida sana como lo es Freshii y la inclusión de menús saludables y ensaladas por gran parte de las cadenas que tienen presencia en el país.

Dentro de los restaurantes clientes de Crowe Horwath se destacan dos grupos importantes: restaurantes de venta de alimentos al *retail* (Importantes marcas y cadenas) y restaurantes que hacen parte de reconocidos hoteles. Estos dos grupos presentaron una dinámica importante en el 2015, aumentando sus ingresos con respecto al año anterior en 16% y 7%, respectivamente. En promedio los ingresos de los restaurantes clientes de la Firma registraron un crecimiento del 10%.

**Grafico 5. VAR (%) ingresos restaurantes clientes Crowe Horwath 2014 -2015.**



Fuente: Crowe Horwath.

Asimismo, la utilidad neta de nuestros clientes del sector registró un aumento promedio del 22%, donde la utilidad de los restaurantes *retail* creció un 20%, mientras que la utilidad de los restaurantes que pertenecen hoteles creció un 28%; no obstante, como se mencionó, los ingresos brutos de los restaurantes con ventas al *retail* son mayores que los de restaurantes de hoteles, estos últimos han tenido que optimizar sus operaciones y cambiar la tendencia deficitaria que era costumbre del componente de alimentos y bebidas en la hotelería, lo cual se ha visto reflejado en su utilidad.

Por su parte, el costo de venta de los clientes de la Firma pertenecientes al sector de restaurantes, aumentó en promedio un 52%, motivado especialmente por el aumento en el costo de venta de los restaurantes que se encuentran en hoteles, el cual fue de un 68%. Esto se explica fundamentalmente por el incremento en el costo de los insumos y porque su costo de personal operativo suele ser mayor al de los restaurantes con ventas al *retail*, por los estándares requeridos del hotel. La variación del costo de restaurantes con ventas al *retail* fue del 16%, no dejando de ser significativo. Finalmente, respecto a los restaurantes clientes de Crowe Horwath, vale la pena

resaltar el aumento del 8% en la cantidad de locales o puntos de venta puestos en funcionamiento entre 2014 y 2015, lo cual se dio como respuesta a la dinámica del sector y demuestra el crecimiento en la demanda de este mercado.

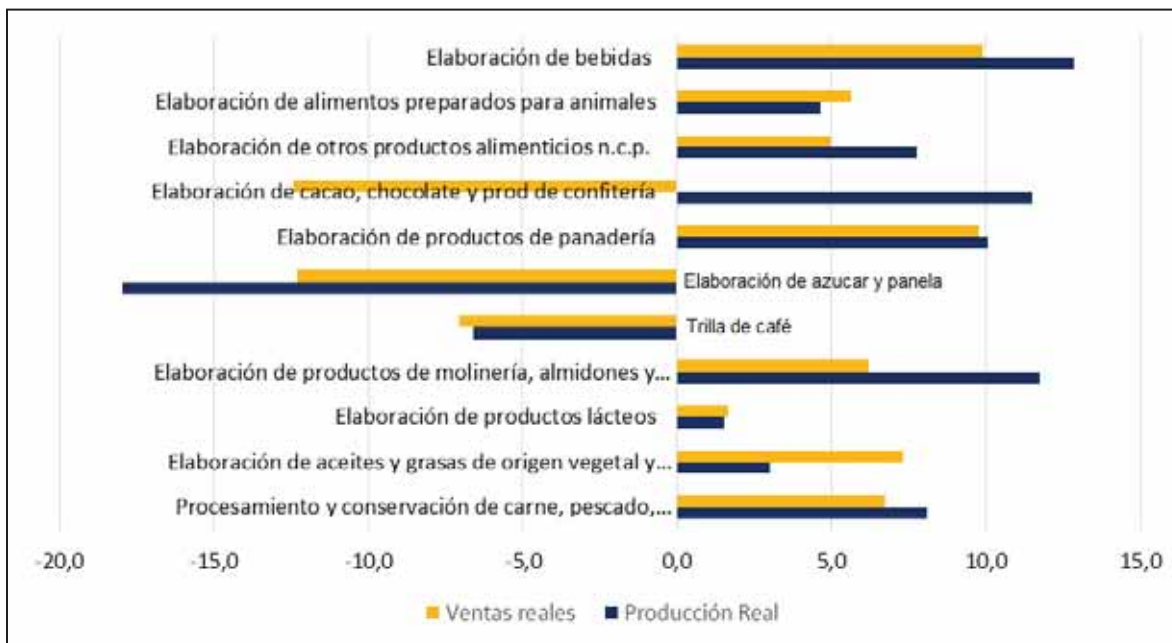
## Producción de Alimentos y Bebidas

Respecto a la producción de alimentos y bebidas, el comportamiento del sector también ha resultado favorable. De los once (11) subsectores que están relacionados con la producción industrial de alimentos y bebidas, ocho (8) de ellos registraron un aumento tanto en su producción como en sus ventas a junio de 2016.

Llama la atención que el sector que más creció con respecto al mismo periodo de 2015, fue el sector de elaboración de bebidas, aumentando sus ventas en 9,9% y su producción en 12,8%, lo cual demuestra un aumento en el consumo de este tipo de productos.

Otro sector que tuvo un crecimiento importante, fue el de elaboración de productos de panadería con un aumento del 10,1% en su producción y de 9,8% en sus ventas. Por el contrario, los únicos sectores que mostraron un decrecimiento importante fueron el de elaboración de azúcar y panela, y el de trilla de café, los cuales vieron afectada su producción por los cambios climáticos y el fenómeno del niño.

**Gráfico 6. Producción y venta de alimentos y bebidas a junio de 2016.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos del DANE. Muestra Mensual Manufacturera.



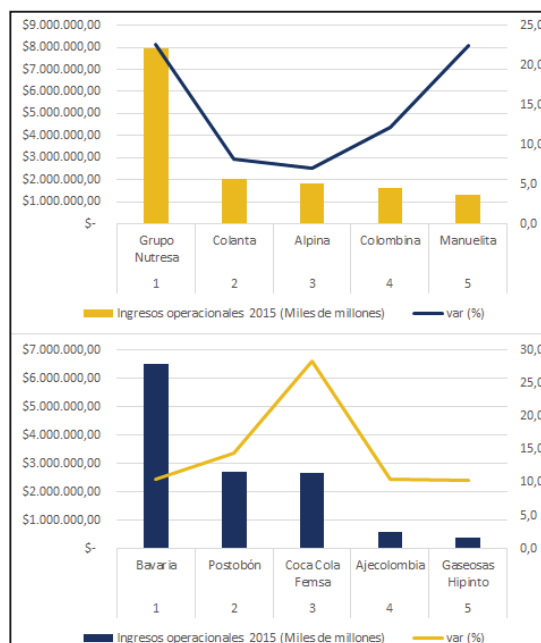
Al analizar los datos de junio de 2015 y contrastarlos con los de 2016, vemos que en el último año se registró un crecimiento anual mayor, en casi todos los grupos de alimentos y bebidas, al registrado en el mismo periodo de 2015, especialmente por el lado de la producción, lo cual hace evidente la sustitución de algunos alimentos importados por alimentos de la industria nacional, gracias a la tasa de cambio devaluada que se ha mantenido en casi todo el 2016 y al cambio en las expectativas de los consumidores.

Por ejemplo, la producción real de productos de molinería registró un crecimiento mayor en 14,6 puntos porcentuales al presentado en junio de 2015, así mismo, la producción del sector de cacao, chocolate y confitería aumentó 28 puntos porcentuales, aumentando también sus exportaciones; y la elaboración de productos de panadería aumentó 7,7 puntos porcentuales.

Por su parte, el empleo en la industria de alimentos y bebidas creció en promedio un 2,8% con respecto al año anterior, jaloneado especialmente por un aumento del 20,4% en los ocupados en el sector de producción de bebidas.

De los empleos generados la mayor parte estuvo relacionada con el aumento en la contratación de personal productivo, la cual creció en promedio un 3,1%, mientras que el aumento en las contrataciones de personal administrativo fue un poco menor, en promedio un 1,7%.

**Gráfico 7. Empresas productoras de Alimentos y Bebidas con mayores ingresos en 2015.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos revista Semana, marzo 2016.

Al analizar las cifras de las ventas del sector podemos encontrar los líderes en cada uno de sus segmentos. Por el lado de alimentos la compañía líder en producción de alimentos es el Grupo Nutresa, la cual registró ingresos operacionales por \$7.945.417 millones de pesos y registró un crecimiento del 22,6%. Asimismo, en este segmento vale la pena resaltar el comportamiento de Manuelita, compañía que, si bien ocupa el quinto lugar en ingresos, logró ascender varios puestos gracias al crecimiento de 22,4% que registró en el último año.

Por el lado de las bebidas, el mercado está totalmente comandado por Bavaria, compañía que recibió ingresos operacionales en 2015 por \$6.512.797 millones de pesos. A pesar de esto, su crecimiento del 10,5% no fue tan alto

comparado con el registrado por compañías como Coca Cola Femsa o Postobón, quienes aumentaron sus ingresos en un 28,3% y 14,5%, respectivamente.

Tal es el dinamismo del sector que la última feria de la industria de alimentos en el país “Alimentec” cerró con expectativas de negocios por valor de más de US\$ 31 millones tras la participación de compradores provenientes de 20 países y se estima que las ventas del sector aumentarán en más del 65% entre 2015 y 2020. (Portafolio, 2016)

## Comercio al por menor de Alimentos y Bebidas

El comercio de alimentos y bebidas también ha registrado un crecimiento importante que debe ser tenido en cuenta. En el último año el comercio minorista de alimentos y bebidas no alcohólicas, registró un crecimiento nominal del 15,1% con una contribución del 0,6% al crecimiento del comercio en general.

Por su parte, el sector registró un crecimiento real de tan sólo el 3%, lo cual deja en evidencia la alta inflación que se viene presentando en el sector, como consecuencia, en primera instancia, del fenómeno del niño y del aumento en el costo de los insumos importados.

Según el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de agosto de 2016, el costo de los alimentos aumentó un 13,06% en los último 12 meses,

contribuyendo en un 43,06% a la inflación total acumulada en este periodo.

Es importante mencionar que este fenómeno no sólo ha afectado al consumidor final sino también a los restaurantes que al comprar productos terminados han visto incrementar de manera significativa sus costos como lo hemos indicado.

Por su parte el comercio de bebidas alcohólicas registró un crecimiento del 15,8% en lo corrido del año y un crecimiento real del 10,1%, dejando en evidencia el mayor impacto de la inflación en el mercado de alimentos que en el de bebidas alcohólicas.

De la misma manera, el personal ocupado en labores relacionadas con el comercio de alimentos y bebidas ha aumentado un 5,3% con respecto a 2015, contribuyendo en un 1,9% al crecimiento total de personas empleadas en el comercio.

## Conclusiones y Recomendaciones

El sector de alimentos y bebidas es uno de los sectores que menos se ha visto afectado por la contracción económica que se viene atravesando; por el contrario, muchos de los alimentos que antes se importaban han sido remplazados por producción local, fomentando la producción de este tipo de industria.

Desde la perspectiva del comercio al por menor, las cifras son contundentes, el comercio de alimentos y bebidas sigue aumentando a pesar de la contracción económica y de la alta inflación presentada, ratificando que los alimentos

son un tema prioritario y fundamental en la canasta de compras de las familias.

Para la industria de alimentos y bebidas se recomienda aprovechar al máximo los términos de intercambios actuales con el fin darse a conocer en el mercado internacional y fomentar sus exportaciones, para lo cual en simultánea se deben establecer mejoras de calidad, empaque y logística, e invertir en robustecer su fuerza comercial con enfoque internacional.

Por el lado de los restaurantes, a pesar de que se ha presentado una leve desaceleración como consecuencia de la alta inflación y la disminución de las expectativas, el mercado nacional de restaurantes, catering y bares sigue creciendo a buen ritmo y se espera que continúe así en los próximos años, apoyado también, por la tasa de cambio devaluada que ha fomentado la visita de extranjeros al país.

Se recomienda que teniendo en cuenta la alta competencia del sector y la facilidad de entrada de nuevos jugadores, los restaurantes mantengan precios competitivos en la relación a los demás restaurantes de su línea.

Asimismo, y como principal recomendación, se aconseja que los restaurantes trabajen en innovar y ofrecer platos, acompañamientos, decoraciones, salsas, entre otros, además de un servicio impecable, que los hagan llamativos y los diferencie de los demás competidores.

Bajo la misma idea, es tendencia incluir o ampliar el menú de comida saludable y vegetariana, con fin de tener opciones y cumplir las expectativas de la nueva

onda saludable que se viene haciendo cada vez más fuerte en el país.

De igual manera, es de suma relevancia trabajar en el tiempo adecuado de servicio en los restaurantes, ya que como se mencionó en este estudio, en las ciudades principales, sobre todo, este puede ser un factor decisivo a la hora de escoger un restaurante.

Por su parte, es clave implementar estrategias para atraer la atención de las familias que quieren otorgar experiencias de servicio a sus hijos y de esta manera, aportar en el desarrollo del boom gastronómico, por tal motivo es recomendado incursionar en el mercado infantil, incluyendo menús infantiles en la carta de los restaurantes y espacios que atraigan a niños y jóvenes. “Estudios de la Asociación Estadounidense de Investigación del Consumo indican que los pequeños son los responsables de un poco más del 30% de las decisiones de gasto de un hogar”. (Revista La Barra, 2016).

Por último, se recomienda trabajar en el diseño y concepto de los locales, aspecto que hoy en día cuenta bastante en las preferencias del consumidor.



## Referencias

- ACODRES. (2013). *Operación de restaurantes en Colombia - Quinta Edición*. Bogotá.
- DANE. (2016). *Encuesta Anual de Servicios*. Bogotá.
- DANE. (2016). *Encuesta Mensual de Comercio al por Menor*. Bogotá.
- DANE. (2016). *Índice de Precios Al consumidor*. Bogotá.
- DANE. (2016). *Muestra Mensual Manufacturea*. Bogotá.
- DANE. (2016). *Muestra Trimestral de Servicios*. Bogotá.
- Ortegón, D. G. (16 de Junio de 2015). El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes. *La República*.
- Periódico El Tiempo. (2015 de Junio de 2015). Las cadenas de restaurantes que más venden en el país. Bogotá.
- Portafolio. (19 de Junio de 2016). Extranjeros miran opciones en procesados y bebidas en Bogotá. Bogotá.
- Revista Dinero. (31 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresario/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247>
- Revista La Barra. Edición 81.
- Revista MisiónPyme. (Julio de 2016) Gacelas 2016.

Revista Semana. (22 de mayo de 2016)  
Las 100 empresas más grandes de Colombia.





## Sede Central Internacional

### NEW YORK

Crowe Horwath International  
488 Madison Avenue, Suite 1200  
New York, NY 10022-5722  
United States  
+1.212.808.2000  
Contactus@CroweHorwath.net  
www.CroweHorwath.net

## Colombia

### BOGOTÁ D.C.

Carrera 16 #93-92  
Edificio Crowe Horwath  
PBX +57.1.606.7500  
Contacto@CroweHorwath.com.co

### BARRANQUILLA

Carrera 53 No. 82-86, Of. 601  
Edificio Ocean Tower Business Center  
PBX +57.5.385.1888  
Barranquilla@CroweHorwath.com.co

### CALI

Carrera 100 #5-169, Oficina 706  
Unicentro – Centro de Negocios  
PBX +57.2.374.7226  
Cali@CroweHorwath.com.co

### MANIZALES

Carrera 23 C # 62-06, Of. 705  
PBX +57.6.886.1853  
Manizales@CroweHorwath.com.co

### MEDELLÍN

Calle 7 Sur # 42-70, Of. 1013  
PBX +57.4.313.4920  
Medellin@CroweHorwath.com.co

## Acerca de Crowe Horwath CO S.A.

Crowe Horwath CO S.A. es reconocida por una impecable calidad en sus prácticas profesionales, por procesos de entrega de servicio altamente integrados y por un conjunto común de valores que guían sus decisiones día a día.

Crowe Horwath CO S.A. está establecida en Colombia como líder en su comunidad empresarial nacional y está conformada por Socios y Staff Colombianos, proporcionando así un experimentado conocimiento en materia contable, legal, tributaria, gerencial y administrativa la cual se traduce en asesorías de valor para aquellas compañías que emprenden nuevos proyectos en Colombia o que expanden su negocio a éste País.

Crowe Horwath CO S.A. cuenta con un enorme prestigio por su servicio profesional y especializado para empresas de propiedad pública y privada de todos los sectores, por lo tanto, ha construido una valiosa reputación en las áreas de Impuestos, Servicios Legales, Auditoría, Consultoría y Outsourcing.

Crowe Horwath CO S.A. is a member of Crowe Horwath International, a Swiss Verein (Crowe Horwath). Each member firm of Crowe Horwath is a separate and independent legal entity. Crowe Horwath CO S.A. and its affiliates are not responsible or liable for any acts or omissions of Crowe Horwath or any other member of Crowe Horwath and specifically disclaim any and all responsibility or liability for acts or omissions of Crowe Horwath or any other Crowe Horwath member.