



**FACULTAD DE COMERCIO DE VALLADOLID
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

EL SECTOR DE LA HOSTELERIA ANTE LA DIGITALIZACION: PRESENTE Y FUTURO

TRABAJO DE FIN DE GRADO

AUTORA: María Daniela Berti

TUTOR: Juan Carlos de Margarida

Valladolid, Junio 2023



ÍNDICE

Índice de ilustraciones	4
Índice de tablas	5
Índice de gráficos	6
1. El sector de la hostelería	7
1.1 Estructura económica	7
1.2 Hostelería y turismo en españa	10
1.3 Ventajas y desventajas de trabajar en hostelería	13
1.4 Desafíos más relevnates que se presentan en el sector	14
1.5 Claves de hostelería	16
2 Futuro sector hostelero	17
2.1 Contribución del sector de la restauración al pib en españa	17
2.2 Importancia del sector de la hostelería en la economía	19
2.3 Auge de nuevas formas de consumo dentro del sector hstelero a partir del covid	20
2.4 Pautas de recuperación para el sector de la hostelría	22
3 La digitalizacion del sector hostelero	23
3.1 ¿Qué significa digitalizar la hosteleria?	24
3.2 Uso de la tecnologia en el sector de la restauración	25
3.3 El impacto del covid sobre los procesos digitales	26
3.4 Ventajas de la digitalización para el sector hostelero	28
3.5 La digitalización de la hosteleria española	29
3.6 Guia de las herramientas digitales utilizadas en hosteleria	32
3.7 Tipos de restaurantes más digitalizados en españa	36

4	Espectativa ante la hostelería del futuro	37
4.1	Las “3p”: polarización, personalización y preparación	38
4.2	Nuevas tendencias y grandes retos que enfrenta el sector	39
4.3	Digitalizar o morir: desafío para 2023	41
4.4	Impacto de la hostelería ante la vida social	43
4.5	Símbolo de identidad cultural	44
5	Resultados	46
6	Posicionamiento del empresario del sector de la hostelería	55
7	Conclusión.....	59
8	Anexos.....	61
8.1	Formulario sobre digitalización en el sector hostelero	61
9	Referencia bibliográficas	64

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cifras del Sector de Restauración 2021	11
Ilustración 2 Datos Macroeconómicos del sector de Restauración 2019	20
Ilustración 3 Comparativa cifras macroeconómicas Hostelería 2020 y 2021	21
Ilustración 4 Índice Madurez Digital Capacidad subsector de Restauración	30
Ilustración 5 Uso de las Redes Sociales	33
Ilustración 6 Evolución del delivery durante el confinamiento	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura del producto interno bruto (PIB).....	8
Tabla 2 España: IPC anual.....	9

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Número Empresas sector Restauración en España Enero 2021 ...	11
Gráfico 2.- Evolución anual de las ventas en España de 2015 a 2021	18
Gráfico 3 Como ha sido de fácil la digitalización	46
Gráfico 4 Número de aplicaciones digitales que utilizan por establecimiento ...	47
Gráfico 5.- Nivel de Conocimiento de los Hosteleros Castellanoleonese	48
Gráfico 6 Nivel de acuerdo que ofrece mejores productos y servicios	49
Gráfico 7 Retorno de la Inversión en Digitalización	50
Gráfico 8 Covid-19 el motivo para acelerar su transformación digital	51
Gráfico 9 Seguridad de los datos personales de los usuarios	52
Gráfico 10.- Inconvenientes que han dificultado el proceso de Digitalización ...	53
Gráfico 11 Grado de satisfacción con el uso de aplicaciones tecnológicas	54

1. EI SECTOR DE LA HOSTELERIA

1.1 ESTRUCTURA ECONÓMICA

España es una de las economías más importantes del mundo, la decimocuarta en tamaño, y cuenta con una gran capacidad de atracción de inversión extranjera (en el puesto noveno de acuerdo con ese parámetro). El atractivo de España para la inversión no sólo radica en su mercado interior, sino también en la posibilidad de operar con terceros mercados desde nuestro país. Y ello es así porque España ostenta una privilegiada posición geoestratégica dentro de la Unión Europea, que facilita el acceso a un mercado de más de 2.300 millones de clientes potenciales en toda la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África).

Además, y gracias a nuestros fuertes lazos económicos, históricos y culturales, España resulta una óptima plataforma para desarrollar negocios con Latinoamérica.

Asimismo, España es una moderna economía basada en el conocimiento, donde los servicios representan más del 74% de la actividad económica. Es un centro de innovación favorecido por la existencia de una población joven altamente cualificada y con costes competitivos en el marco de Europa Occidental.

La evolución de la economía española ha venido marcada durante los últimos dos años por el impacto de la pandemia del COVID-19. Tras una intensa caída de actividad en el segundo trimestre de 2020, se inició una recuperación económica que fue ganando intensidad en el curso de 2021. Incluso en un contexto europeo e internacional especialmente complejo, en el que al shock de la pandemia se ha unido el derivado de la agresión de Rusia contra Ucrania, la economía española mantiene un ritmo de fuerte crecimiento en el primer semestre del año en curso, impulsada por la creación de empleo, la inversión y el tono positivo del sector exterior.

La estructura de la economía española es la de un país desarrollado, siendo el sector servicios, seguido por la industria, el que más contribuye al Producto Interior Bruto. Estos dos sectores representan, en 2021, más de un 91% del PIB. La contribución de la agricultura cayó sensiblemente como resultado del crecimiento económico y actualmente representa un 2,96 % del total del PIB.

Tabla 1.- ESTRUCTURA DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

SECTOR	2019	2020	2021
Agricultura y Pesca	2,86%	3,45%	2,96%
Industria	15,95%	16,09%	17%
Construcción	6,27%	6,22%	5,76%
Servicios	74,92%	74,24%	74,28%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística, 2023)

Por su parte, la tendencia de la inflación en España había mostrado una progresiva caída desde finales de la década de los ochenta. La media de inflación entre 1987 y 1992 fue del 5,8%; bajó del 5% por primera vez en 1993, y ha ido reduciéndose progresivamente. Como referencia, la tasa interanual de inflación a diciembre de 2020 fue del -0,5%. No obstante, durante el ejercicio 2021 se ha producido un cambio en esa tendencia, debido principalmente a un repunte de la demanda tras las restricciones introducidas a causa de la pandemia, incremento que ha producido desequilibrios entre oferta y demanda, derivados de una escasez de materias primas, especialmente de los productos energéticos.

En la siguiente tabla se establece el índice de Precios de Consumo en España en la cual se aprecia la evolución del conjuntos de bienes y servicios que consumen las familias residentes durante el periodo anual 2021 al 2022.

Tabla 2.- ESPAÑA: IPC ANUAL

	2022	2021
IPC General	5,7%	6,7%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,7%	5,0%
Bebidas alcohólicas y tabaco	7,2%	1,6%
Vestimenta y calzado	1,8%	1,0%
Vivienda	-4,5%	23,3%
Menaje	8,5%	2,1%
Medicina	1,0%	0,9%
Transporte	3,3%	10,9%
Comunicación	-1,9%	,0,3%
Ocio y Cultura	3,8%	1,7%
Enseñanza	1,4%	1,2%
Hoteles, Cafés y Restaurantes	7,8%	3,1%
Otros bienes y servicios	4,5%	1,5%

Fuente: (Datosmacro, 2023)

Para este la tasa de variación anual del IPC en España para el mes de abril durante el 2023 se ubica en 4,1% y la variación mensual del IPC ha sido del 0,6% de manera que la inflación acumulada para el año 2023 es de 1,7%.

En cuanto al turismo se recupera con fuerza y ya alcanza el 95% del nivel registrado en el año récord de 2019, a pesar del incremento generalizado de los precios. Esta dinámica refleja la importante capacidad competitiva de las empresas españolas. El contexto internacional está teniendo un impacto muy significativo sobre el sector exterior. El aumento de los precios de los combustibles y el alza de los precios de los servicios turísticos hacia niveles pre – Covid no han mermado la demanda turística, ni del segmento nacional ni extranjero.

De acuerdo con la Guía de Negocios en España 2022 publicado por ICEX indica que el turismo ha sido uno de los principales factores de impulso de la recuperación del PIB a partir de mayo del año pasado, en un contexto de elevadas tasas de vacunación y de progresiva retirada de restricciones a la

movilidad internacional. Según las últimas cifras disponibles, en junio el turismo de residentes ha superado el nivel del mismo periodo de 2019 (105%) mientras que las pernoctaciones extranjeras habrían alcanzado el 90%

La sorpresa positiva del turismo contribuye a mantener la capacidad de financiación de la economía española a pesar del difícil contexto internacional. El alza de los precios energéticos ha llevado a la balanza de bienes a registrar un saldo negativo en el primer trimestre de 2022, que se ha visto compensado parcialmente por la balanza de servicios y, en particular, por la positiva evolución del turismo extranjero. En términos acumulados de los últimos cuatro trimestres, la economía española continúa presentando una capacidad de financiación elevada, del 1,6% del PIB.

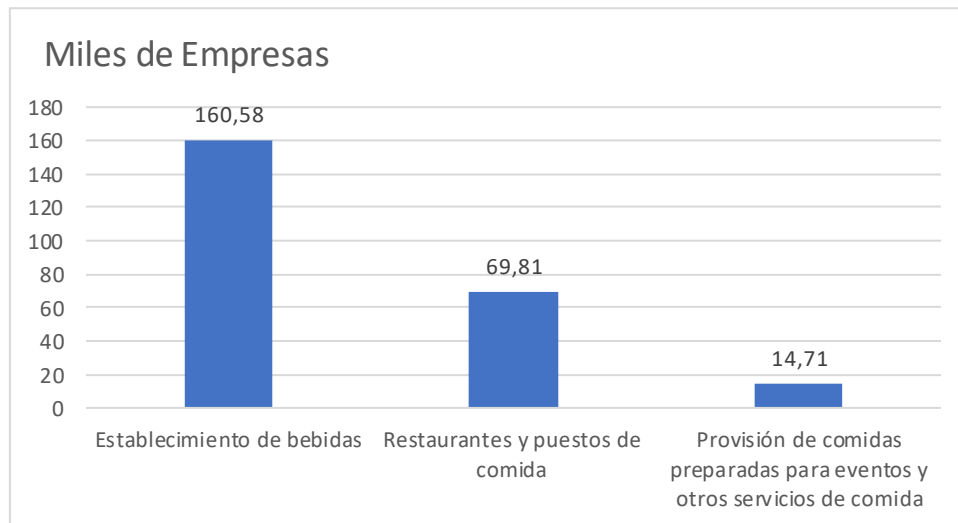
1.2 HOSTELERÍA Y TURISMO EN ESPAÑA

Con el término restauración nos referimos a los negocios dedicados a la elaboración de comidas y bebidas y que son preparadas para su consumo. Incluiríamos pues diferentes tipos de negocios como restaurantes, casas de comidas, cafeterías, bares, mesones, vinotecas, bodega, chiringuitos, etc.

Los mesones y las posadas tienen un origen prácticamente tan antiguo como la civilización. En cambio, los restaurantes nacieron en la Francia de la segunda mitad del s. XVIII, se trataba de un concepto novedoso, un local que acogía a personas que acudían a probar diferentes platos de comida.

Para junio de del año 2021 la afiliación en la Seguridad Social se registró 1.500.000 en el sector de la hostelería, esto pese a la situación que se ha vivido luego de la crisis sanitaria del año pasado.

Gráfico 1.- Número Empresas sector Restauración en España Enero 2021



Fuente: (Statista, 2023)

Para el año 2021, los negocios hosteleros se fueron recuperando a lo largo del año mejorando su tasa de crecimiento a lo que va de año y consiguieron estabilizarse, de esta forma, el sector de la restauración acumulo ventas en España en torno a los 28.900 millones de euros. Se registraron para ese año unos 275.000 establecimientos hosteleros en España, para lo cual requiere de emplear personal con una cifra de 1,2 millones de personas.

Como se puede apreciar a continuación, se muestran un resumen sobre las cifras del sector de restauración para el 2021 según el Anuario de Hostelería.

Ilustración 1.- Cifras del Sector de Restauración 2021

Datos 2021



Fuente: (Hosteleria, 2023)

España sigue siendo un país de bares. Una frase hecha que mantiene su vigencia, pese a que en la última década han desaparecido 24.470 bares. Según el último Anuario de Hostelería de España, a principios de 2022 había 175.029 bares en todo el país, frente a los casi 200.000 de 2012.

Dentro del conjunto de restauración, que supone 274.393 establecimientos, los bares son los locales del sector que más representación tienen. Aunque en los últimos años ha perdido peso debido a los descensos continuados en su censo, su ritmo de caída era suave. Al comienzo de 2021 suponía el 56,1% de la actividad hostelera, siendo el que presenta mayor heterogeneidad respecto a los establecimientos que lo integran.

No obstante, ha existido un descenso que acelera la tendencia negativa de estos diez años, cuando siete de cada diez negocios hosteleros eran bares.

Alrededor de la restauración ha ido surgiendo un ecosistema económico con más o menos madurez. Entre ellos destacan las consultoras gastronómicas o un voraz apetito inversor, proveniente del capital privado o de grupos internacionales.

Con una estrecha relación con la actividad del turismo, se sitúa la rama de actividad del alojamiento que suma en conjunto 37.597 establecimientos. Dentro de este grupo el mayor peso corresponde a los hoteles. Ahora bien, debido a los cambios en los hábitos de los consumidores están tomando fuerza otras opciones de alojamiento relacionadas con el turismo, como los campings, los apartamentos y alojamientos de turismo rural, y otros, como los albergues, pensiones o residencias.

La hostelería es un sector que se puede incluir dentro de los más importantes para el turismo debido a que está muy relacionado con servicios que se ofrecen a turistas. Se especializa en ofrecer servicios alimentarios, aunque no solo a turistas, sino a cualquier persona que los pueda llegar a necesitar.

Esta labor de economía está disponible en todo momento, pero es un importante soporte para el turismo. Esto es debido a que la mayoría de los turistas que viajan a un determinado país necesitan de contar de servicios de alimentación y de alojamiento.

1.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TRABAJAR EN HOSTELERÍA

Trabajar en este sector nos ofrece un campo grande de posibilidades, las cuales mencionamos a continuación:

Un sueldo que se complementa con propinas: uno de los grandes pros de la hostelería es que los camareros suelen recibir propinas. Lo más normal es que exista un bote de propinas en donde se vaya colocando el dinero y se reparta al final de la jornada, de la semana o del mes. Este bote de propinas suele ser solidario, lo que quiere decir que se reparte también con el resto de los empleados que no están fuera, como es el caso de los cocineros.

Una interesante manera de estar en forma: ser camarero te obliga a estar moviéndote con agilidad de un lado a otro del restaurante. Al no tener un trabajo sedentario, tu cuerpo se mantendrá en forma. Y no solo a nivel físico, sino que también mantendrás una buena agilidad mental al tener que recordar las comandas y al estar atento de cualquier cambio que haya en el establecimiento.

Rotación: estos negocios funcionan por turnos. Si en algún momento necesitas librar un día en especial, siempre se lo podrás decir a un compañero y es posible que te haga el favor. Esto resulta mucho más complicado en otros trabajos.

No te llevas el trabajo a casa: A diferencia de lo que ocurre en otros sectores, cuando acabas la jornada en hostelería se acaba. No tendrás ni reuniones, ni llamadas de teléfono, ni tendrás que ponerte a escribir ningún informe.

Dinero extra: además, es frecuente que en el trabajo de camarero se cubran vacaciones y días festivos. Si estás pasando por un mal momento económico, y necesitas dinero con urgencia, trabajar en la hostelería puede ser tu salvación.

En cuanto a los contras que nos surgen nos referimos a los siguientes:

Tiempo de trabajo: la jornada laboral de los camareros es muy irregular y tendrás que trabajar los fines de semana (es cuando más demanda hay en la hostelería).

Sin beneficios adicionales: en otros trabajos, las empresas dan a sus empleados algunos beneficios adicionales, como puede ser días de enfermedad o seguros dentales. Es raro que en la hostelería te puedan conceder estos beneficios.

Estrés: tendrás que trabajar contra reloj para que no se acumulen las comandas. También te enfrentarás a clientes desagradables, a unas normas muy específicas (sobre todo, aquellas destinadas al cuidado de la salud) y estarás compitiendo en todo momento con la competencia.

1.4 DESAFÍOS MÁS RELEVANTES QUE SE PRESENTAN EN EL SECTOR

Los desafíos que los sectores de la hostelería presentan han de tenerse en cuenta al objeto de conseguir un futuro basado en la competitividad y en la innovación. Estos son los siguientes:

✓ Sostenibilidad

Después de que se publicará la normativa nacional que interpondrá impuestos a los envases de plástico de un solo uso a partir de enero de 2023, el sector de la restauración comenzó a hacer una transición hacia la compra de materiales reutilizables o biodegradables, algo que mucha gente ya demandaba.

No obstante, la hostelería debe hacer frente a muchos otros desafíos en materia de sostenibilidad, como, por ejemplo, la reducción del desperdicio alimentario.

✓ Apuesta a la tecnología

Una de las inversiones principales para muchos establecimientos de restauración que buscan modernizar su negocio y mejorar su administración será la tecnología.

✓ Encarecimiento de los menús

La inflación y la subida de precios de la energía implicará que los negocios busquen otras fuentes de ingresos para compensar los gastos. En este sentido, es probable que muchos establecimientos se vean en la obligación de subir los precios de sus menús.

✓ Rentabilidad como foco

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, y con una coyuntura económica poco estable, las cuentas de explotación de los restaurantes deben

estar basadas en la rentabilidad de cada una de sus partidas y no en expectativas de venta.

Durante muchos años, emprender en el sector de la hostelería era sinónimo casi seguro de éxito, en afluencia de público. El foco se centraba en llenar y en vender, y se le daba menos importancia a los costes y a la rentabilidad real del negocio. Pero el cambio de paradigma económico desde hace varios años hace impensable que un restaurante pueda sostenerse si no tiene todos y cada uno de sus recursos y gastos pensados y estudiados, donde la facturación ayuda a cumplir estos objetivos y ratios. Aunque no es el objetivo único ni principal.

✓ Equipos estables y fieles

El «mercado del talento» no está en su mejor momento y por ello los negocios deben centrarse en ofrecer entornos de trabajo adecuados y condiciones idóneas para unos trabajadores muy diferentes en la manera de vivir y relacionarse que las anteriores generaciones.

Hoy en día no hay equipos ni profesionales peores sino distintos, con habilidades diferentes y transversales, a los que el sector no estaba acostumbrado, con anhelos vitales y profesionales que, en muchos casos, no casan con los de la empresa. Son una generación encontrando la manera de motivarlos; son capaces de transmitir pasión y conocimiento de una forma más empática y natural que en otros tiempos.

El sector no es lo suficientemente atrayente para atraer y fidelizar al talento, ya que sólo un 9% de las personas que trabaja en él lo hace por vocación, el 68,6% no se ve trabajando en dicha industria dentro de 5 años y casi un 40% no lo recomendaría bajo ningún concepto. El 60% manifiesta que los motivos de entrada en el sector fueron la necesidad (60%) o la casualidad (18%).

✓ Búsquedas de profesionales

Una hostelería nacional cada vez más profesional, ordenada y jerarquizada demanda puestos de dirección y responsabilidad con experiencia, conocimiento y formación. Actualmente, estos profesionales solo cambian de empresa por proyectos, es decir, por una idea de negocio bien planificada, real, tangible y

sostenible donde desarrollar su potencial. Y son, hoy en día, el núcleo necesario para poder crecer y mantener los equipos de trabajo estables y fidelizados.

Por ello, los empresarios y sus equipos de recursos humanos deben incidir en transmitir en las entrevistas de trabajo las bondades y las fortalezas de sus negocios con objetividad y miras de presente y futuro para atraer puestos de responsabilidad y dirección de talento, que aporten nuevas habilidades a sus equipos.

✓ Tecnología e innovación

Con la subida de los precios, las cuentas de gestión de los restaurantes se han visto sustancialmente modificadas de manera negativa. Por ello, es el momento perfecto para invertir en tecnología y en procesos internos del restaurante y así poder amortiguar el golpe recibido, gasto corriente no contemplado en los proyecciones anuales.

✓ Ahorro por parte del consumidor

Las tendencias del ahorro por parte de los consumidores. una evolución del IPC general muy por encima de la evolución de los precios de restauración que se han visto abocados a subir por el aumento del precio de la energía y los productos alimenticios. Esto ha reducido el ticket medio y ha disminuido su momento de consumo.

1.5 CLAVES DE HOSTELERÍA

Las claves para lograr los retos del sector son muy variadas, pero al mismo tiempo deben de ser solidad para lograr superar los desafíos que surgen en el día a día.

En este contexto, es necesario poner en marcha políticas de profesionalización e incorporación de talento dentro del sector y la necesidad de atraer a las nuevas generaciones desarrollando herramientas adecuadas enfocadas a la digitalización y la flexibilidad horaria, dado que son dos componentes muy valorados por los jóvenes hoy en día. Para mejorar la incorporación de talento dentro del mismo apunta a la necesidad de “pensar en el futuro profesional de

los candidatos desde el principio con programas de formación y de desarrollo de los profesionales, para que dispongan de un plan de carrera.

Las nuevas tendencias del área Food & Beverage, según una publicación de Canales Sectoriales Interempresas sobre el futuro de la hostelería pasan por el uso de productos de proximidad, la alimentación sana, las especificidades de los alérgicos y el uso de la gastronomía como elemento de fidelización en hoteles. También invitan a explorar nuevos caminos actividades como:

- ✓ La fidelización en el área hotelera
- ✓ La diferenciación dentro de los propios restaurantes
- ✓ La apuesta por el diseño, la imagen y la profesionalización
- ✓ La formación de los trabajadores

En un escenario en el que habrá menos actores y más concentrados, es preciso diversificar la oferta y centrarse, quizás en un principio, menos en los destinos urbanos y más en los territorios. Además, las empresas deben interiorizar que no sólo se deben a los turistas, sino también a los trabajadores.

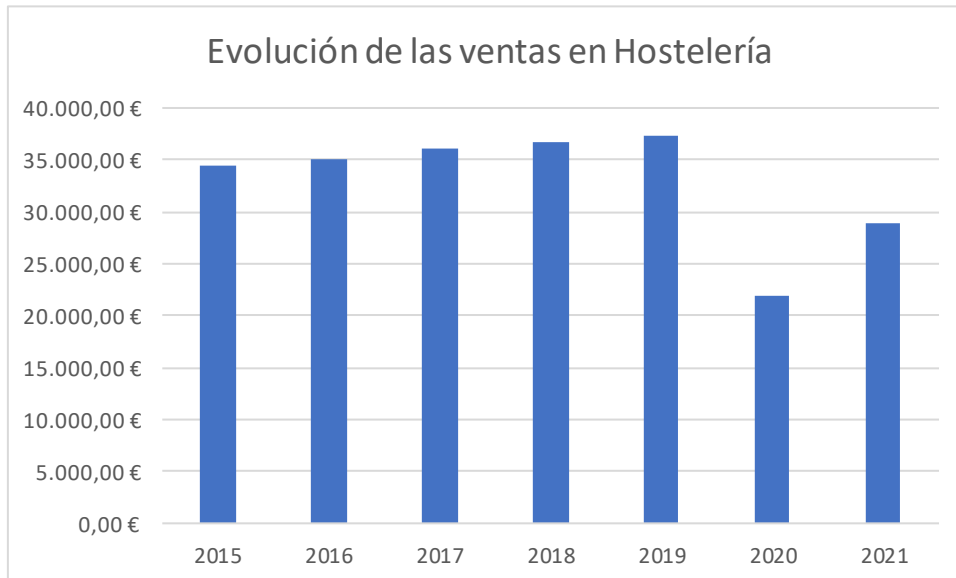
En este nuevo camino de la cultura de la digitalización es importante sacar el máximo provecho de las ayudas financieras, aunque sean mínimas, estas inyecciones de liquidez deben orientarse para ofrecer mejor servicio y producto.

2 FUTURO SECTOR HOSTELERO

2.1 CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN AL PIB EN ESPAÑA

En el año 2021, las ventas en el sector de la restauración en España superaron los 28.900 millones de euros. Teniendo en cuenta esta cifra, no es de extrañar que la actividad de los más de 270.000 establecimientos de bebidas, restaurantes y puestos de comida repartidos por todo el país. Además, la actividad de los diferentes servicios de comidas y bebidas dan empleo a más de un millón de personas durante todo 2021.

Gráfico 2.- Evolución anual de las ventas en el sector de la restauración en España de 2015 a 2021



Fuente: (Statista, 2023)

Según el Análisis del Empleo en el Sector de la Hostelería 2019-2021, publicado por la Federación de Servicios de Comisiones Obreras existen en España unas 240.000 empresas dedicadas a la restauración. De ellas, prácticamente dos terceras partes están gestionadas por personas físicas, es decir, autónomos o trabajadores por cuenta propia, con o sin asalariados. Y es que, a pesar de la expansión de la restauración organizada, el sector sigue estando dominado por pequeñas empresas con cinco o menos asalariados. Por comunidades autónomas, Andalucía y Cataluña destacan sobre el resto gracias a sus más de 43.000 y 39.000 empresas, respectivamente.

Por su parte, las diferentes cadenas nacionales e internacionales presentes en el país son responsables de la apertura de cientos de establecimientos cada año, especialmente en los segmentos de las cafeterías y de la comida rápida. En años recientes, operaban en España más de 7.000 establecimientos franquiciados de 207 marcas diferentes. Estos locales, junto con los gestionados directamente por las empresas franquiciadoras, dieron empleo a 70.000 personas y lograron una facturación conjunta superior a los 5.000 millones de euros.

2.2 IMPORTANCIA DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA EN LA ECONOMÍA

El sector de la hostelería utiliza trabajadores con diferentes cualificaciones, que incluye una variedad de puestos que pueden tener o no un fuerte componente educativo. Todos ellos deben recibir una formación sobre valores y normas específicos para dar reflejo de la cultura del establecimiento.

La hospitalidad genera ingresos para las economías locales directamente cuando los turistas gastan dinero en hoteles, restaurantes y lugares de entretenimiento.

También ayuda a las economías indirectamente porque los turistas compran productos minoristas, artículos de farmacia y recuerdos y artesanías locales. Además, el turismo puede estimular la construcción de infraestructura como carreteras y transporte público. También son importantes económicamente los trabajos creados por la industria.

La hospitalidad brinda servicios esenciales (es decir, alojamiento y comida) para los viajeros, ya sea que se encuentren en movimiento por razones de necesidad, ocio o lujo. La hospitalidad es un factor importante en todas las vacaciones y viajes de negocios y, por lo tanto, es importante para los clientes individuales y las empresas.

Servir bien a los clientes es el objetivo principal de las empresas de hostelería, que deben centrarse en crear entornos y servicios de alta calidad y en contratar empleados excelentes que traten a los clientes con calidez, empatía y profesionalismo.

Además de ser un gran creador de empleos, este sector ofrece una carrera gratificante para los profesionales. Ofrece una amplia gama de oportunidades de trabajo, desde el planificador de eventos hasta el gerente general del hotel y el administrador de activos de las instalaciones y más.

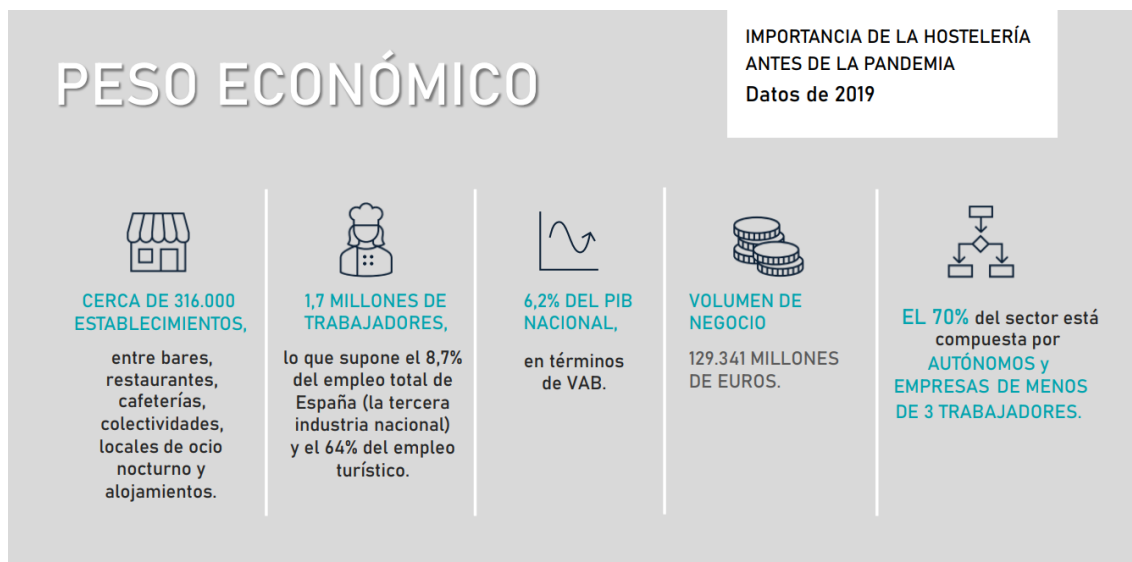
2.3 AUGE DE NUEVAS FORMAS DE CONSUMO DENTRO DEL SECTOR HOTELEIRO A PARTIR DEL COVID

Para nadie es un secreto que entre los sectores más afectados por la pandemia se encuentra la hostelería y ha sido un auténtico reto para los profesionales y negocios del sector adaptarse a una situación con tanta incertidumbre como la que se ha vivido.

El sector de la hostelería se enfrentó a un momento de inflexión que trajo consigo la necesaria transformación de un sector que ha sufrido este último año una de sus crisis más profundas.

Para nadie es un secreto que el sector de la hostelería ha sido clave dentro del sector de la economía y cultura de España. En el siguiente ilustración se aprecia con detalle cómo se encontraba el sector de la restauración para el 2019 y su representación a nivel económico.

Ilustración 2.- Datos Macroeconómicos del sector de Restauración 2019



Fuente: (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023)

Del mismo modo, la hostelería ha sido una de las industrias más castigadas por la pandemia y sus consecuencias. En la siguiente imagen, se describe cuáles han sido los impactos por los cuales ha tenido que atravesar la hostelería y su repercusión económica.

Ilustración 3.- Comparativa cifras macroeconómicas Hostelería 2020/2021



Fuente: (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).

Aun así, la visión empresarial del sector se mantuvo optimista, pero sin duda fue uno de los momentos más duros y lamentables para muchos hosteleros. Uno de los grandes representantes como lo es Paco Pérez, chef Miramar (Dos estrellas Michelin), Enoteca (Dos estrellas Michelin) y Cinco (Una estrella Michelin) lamentaba que “la incertidumbre del cierre ha sido muy perjudicial para el sector, aunque espero que éste ya sea el final”. Y admitía el chef que no todos los negocios saldrán adelante: “se salvarán, sobre todo en España con menos ayudas que en otros puntos de Europa, las empresas que antes ya estaban bien gestionadas, con capital suficiente”. “Al estar cerrados hemos aprovechado para repensar las maneras y crecer en empatía, con la sociedad, los proveedores o los clientes”.

Unas de las nuevas formas de consumo resurgidas ha sido el “delivery” aunque la tendencia comenzó hace algunos años, el confinamiento fue el momento decisivo que impulso a muchos cocineros con lo cual ha protagonizado la transformación acelerada que ha vivido el sector de la restauración.

Antes, el delivery suponía el 30% de las ventas; ahora es al revés, es el 70%. Se demostraba que funcionaba, pero no para todas las propuestas. Las nuevas ofertas más fáciles para llevar a casa (pizza o cocina japonesa), pero no todas

sirven, explicaban. En cambio, otras alternativas son experiencias para vivirlas, tal como estrellas Michelin o restaurantes de alta gastronomía. Se trata de tener muy claro la filosofía de empresa, lo que eres y como eres y de confiar en el capital humano de tu empresa.

2.4 PAUTAS DE RECUPERACIÓN PARA EL SECTOR DE LA HOSTELRÍA

Durante los últimos años, el sector de la hostelería considerado como uno de los sectores más dinámicos e importantes para la economía de nuestro país, ha tenido que adoptar nuevas técnicas y métodos de innovación para el rescate y sobre todo conservar los negocios ya instaurados. Entre las diferentes alternativas mencionamos:

- Negocios más competitivo

Si algo hizo que el sector no se desplomara del todo, fue la innovación de los hosteleros, en especial en lo que a establecimientos de comidas y bebidas se refiere. Los empresarios trataron de sobreponerse a la situación buscando nuevos canales de venta, nuevos productos y servicios y, en definitiva, opciones cada vez más sofisticadas para un público también más exigente. Es fundamental para el sector no perder de vista las tendencias y novedades de un mercado global, dinámico y, sobre todo, muy competitivo.

- Delivery y Take Away.

Una de las principales novedades de muchos empresarios del sector, tanto grandes cadenas, como negocios más modestos y pequeños, fue la apuesta por nuevos canales de venta ante la imposibilidad de consumir en el local. Esta tendencia se ha consolidado, gracias, en parte, al éxito y popularización de las plataformas digitales de entrega a domicilio o delivery, que han visto incrementar su negocio de manera notable durante el confinamiento.

Más allá del delivery, otras opciones han ganado fuerza, como la recogida o take away, o incluso experiencias de restauración a domicilio, en el que un chef o camarero puede servir comida o cócteles en fiestas en casas o trabajos.

- Digitalización

La hostelería tiene en las nuevas tecnologías uno de sus mejores aliados de cara al futuro. En los últimos años se aceleró los procesos de transformación digital de todos los sectores económicos ya que la tecnología demostró su importancia, no solo para permitir trabajar en remoto, sino también como canal de venta alternativo.

El sector hostelero no es una excepción, las herramientas digitales serán más necesarias que nunca para conocer al cliente mejor y ofrecerle servicios y productos a su medida. Las empresas que no sean conscientes de la importancia de la digitalización correrán el riesgo de perder oportunidades y competitividad.

Ninguno de estos retos se podría abordar sin la pieza más importante, el talento de los profesionales que forman parte del sector. Porque si la hostelería tiene que afrontar un nuevo negocio, un mercado más competitivo, un consumidor más exigente, nuevos canales de venta y una reinención de sus productos, también necesitaría profesionales con nuevas competencias y habilidades.

3 LA DIGITALIZACION DEL SECTOR HOSTELERO

El viaje hacia el futuro digital evoluciona constantemente. Para seguir siendo competitivas, las empresas deben acelerar su transformación digital. A ello contribuyen los nuevos modelos empresariales, la creación de experiencias de cliente únicas y el uso de análisis de datos.

“Digitalizar” las empresas o una unidad empresarial requiere una planificación estratégica, tecnologías fiables y colaboradores competentes.

Por eso, el sector hotelero no es la excepción y lleva años trabajando en la transformación digital de sus empresas. Poco a poco, han ido incorporando tecnologías que han permitido mejorar, por un lado, los servicios ofrecidos a sus clientes; por otro lado, la gestión de las empresas en cuanto a procesos y operaciones.

La digitalización está cambiando la restauración en todos sus procesos, tanto internos como de cara a los clientes: La forma de aprovisionarse, de procesar y conservar los alimentos, de gestionar las cuentas, de rentabilizar los negocios, de tomar decisiones y de crear experiencias atractivas para los comensales, ya están ligadas a herramientas de base tecnológica.

Las empresas que aplican la transformación digital con éxito lo hacen en todos los ámbitos de la organización, tanto internamente, en los procesos de recursos humanos, financieros o compras, por ejemplo, como externamente, en el punto de venta o en las actividades de marketing. Esto implica que, en la práctica, los proyectos tecnológicos deben aplicarse tanto en los procesos cara al público como en los procesos internos.

3.1 ¿QUÉ SIGNIFICA DIGITALIZAR LA HOSTELERIA?

Es el proceso por el que la tecnología digital se implanta en la economía en su conjunto afectando a la producción, el consumo y a la propia organización, estructura y gestión de las empresas. La digitalización de los negocios conlleva una mayor automatización y rapidez a la hora de realizar determinadas tareas.

A mediados de la década de los 90 del siglo pasado, se acuñó el concepto de economía digital para referirse a cómo las nuevas tecnologías de internet iban a revolucionar la forma de hacer negocios, afectando a aspectos tan diversos como la producción, el consumo y las formas de gestión.

Más de dos décadas después, el concepto de lo digital se ha extendido a toda la sociedad: internet está presente en la vida corriente de muchas personas - no solo en las empresas - e impregna incluso las formas más tradicionales de vida y sociedad.

La reducción de costes en las empresas ha sido uno de los efectos más importantes de la digitalización de la economía. La transformación digital ha permitido reducir los costes en diferentes ámbitos como la producción, la mano de obra u otros recursos. Esto redundará a su vez en un aumento de la productividad.

Hoy en día lo digital está presente en todo tipo de negocios, incluso entre los más tradicionales y analógicos. Por lo que conviene no confundir la digitalización con el e-commerce o comercio electrónico. Esto último, es quizá la expresión máxima de lo que entendemos por economía digital, pero es solo una parte de un proceso que se ha extendido a todas las capas de la economía, los negocios y la sociedad.

3.2 USO DE LA TECNOLOGIA EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

La Tecnología es una herramienta imprescindible en muchos sectores de la actual sociedad. Su evolución representa un profundo cambio a lo largo de la historia y la forma en que la utilizamos siempre genera beneficios y desafíos. Está demostrado que la tecnología aumenta la productividad y la eficiencia de las actividades humanas al permitirnos ahorrar tiempo a la hora de realizar tareas, además de ayudar a tomar decisiones gracias a la gran cantidad de información de la que se dispone.

En el sector empresarial, la transformación digital de los diferentes procesos gracias a las nuevas tecnologías es una realidad presente en todos los negocios, y la restauración no ha sido la excepción. A lo largo del tiempo se han implantado herramientas inteligentes que ayudan en áreas tan diferentes como por ejemplo la contratación de empleados, la gestión de recursos en la cocina o la planificación de horarios, consiguen ahorrar mucho tiempo y costes a los restaurantes, además de ayudarles enormemente a superar el reto de ofrecer a los clientes una atención de calidad. Todo esto, constituía antes actividades realizadas por múltiples personas y que llevaban mucho tiempo realizarlas.

La Confederación Empresarial de Hostelería de España ha indicado que el 83,5% de los restaurantes de todo el país disponen de herramienta digitales, frente de un 13,9% que no dispone de ninguna.

La industria de la restauración ha presentado nuevas tendencias en torno al uso de la restauración. La digitalización de procesos va enfocada al desarrollo de aplicaciones más intuitivas y personalizadas para cada restaurante, así como también el desarrollo de servicios enfocados de manera particular a cada cliente

y el control completo del restaurante desde una misma plataforma. Todo ello supone dotar al local de una herramienta que ayude a la gestión total del restaurante y ofrecer al cliente el mejor de los servicios, sea cual sea la propuesta del espacio.

La mejora continua de estas plataformas aporta valiosa información en tiempo real sobre las ventas y el comportamiento de los consumidores con el objetivo de mejorar la toma de decisiones correspondientes al negocio, aumentando de ese modo la calidad de la experiencia y el valor percibido por el cliente.

Es muy importante que la restauración siga tomando conciencia de la importancia de invertir en este tipo de herramientas y de elaborar planes de transformación digital. Esto permitirá aumentar la productividad, agilizando sus procesos internos, obtener un análisis más eficaz del comportamiento de los clientes y, como consecuencia, ofrecer un mejor servicio. La tecnología va a constituir el futuro de la restauración.

3.3 EL IMPACTO DEL COVID SOBRE LOS PROCESOS DIGITALES

La pandemia ha exaltado de manera abrupta la importancia de la digitalización y la conectividad para mantener la vida personal, social y profesional de todas las poblaciones y de la vida económica. También ha supuesto una aceleración de la digitalización, que incluso va a reforzarse en los próximos meses y años.

Dentro de la necesidad de una renovación del contrato social, ésta se debería considerar como un bien común, público o colectivo que ayudara a colmar las diversas brechas (territoriales, sociales, de género, empresariales, etc.) que se han agrandado con el COVID-19 en las sociedades y entre las sociedades.

La digitalización es un fenómeno que se puede comparar con el de la electricidad en su día que puede facilitar el cumplimiento de varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), debería entrar a integrarse con más fuerzas en las políticas de cooperación al desarrollo.

El COVID-19 ha demostrado que dicha pandemia ha acelerado no sólo la digitalización de amplios sectores de las sociedades y de las economías, sino

que ha manifestado que la conectividad y otros servicios digitales esenciales no sólo son tecnologías transversales, sino que se han convertido en bienes comunes.

Para Christine Lagarde, la presidenta del Banco Central Europeo (BCE), la economía ha cambiado y va a cambiar aún más de la mano de esta aceleración puesta en marcha por la pandemia. En Europa, un 50% de los empleados han trabajado desde sus casas en los momentos más duros de los confinamientos, y sólo un 10% tenían prisa en volver a sus lugares habituales de trabajo; la venta presencial al por menor se está viendo rápidamente sustituida por el e-comercio, que en Europa ha crecido en un 20% desde febrero; el pago en papel o moneda se está sustituyendo por el pago por medios digitales.

Esto ha hecho un cambio permanente en los modos en que trabajamos, compramos y pagamos. Cabe destacar, que incluso los modos en que vivimos. Un ejemplo: en materia de entretenimiento, el crecimiento de las plataformas en línea ha sido notable, como también la educación on-line; también incluimos las visitas médicas, algo que ya ha empezado. Todas estas transformaciones, que lo son de nuestras vidas, van en un sentido digital y de conectividad.

La utilidad de la digitalización y los macrodatos también está resultando esencial a la hora de investigar el virus, diseñar vacunas, detectar nuevos brotes de esta y otras enfermedades, y permitir apps de rastreo digital, entre otras. En la pandemia, y muy especialmente en los confinamientos, ha quedado patente la importancia, en cuanto a redes de comunicación y de las plataformas de servicios –de su capacidad y resiliencia– tanto para la vida cotidiana, para la conexión entre familiares y amigos, como para el trabajo, la educación y el entretenimiento.

La pandemia ha supuesto una aceleración y transformación de la digitalización –que continuará en los próximos meses y años–. En unos meses, al menos en nuestros países, se ha logrado avanzar lo que hubiera requerido varios años en condiciones normales. El COVID-19 nos ha transformado/acelerado en sociedades digitales, y la digitalización y la conectividad han impedido que una recesión se transformara en una depresión.

3.4 VENTAJAS DE LA DIGITALIZACIÓN PARA EL SECTOR HOSTELERO

La aceleración del proceso de transformación digital ha demostrado que el desarrollo de la tecnología es la condición básica para que las empresas sigan siendo competitivas. Así, para garantizar la supervivencia de los negocios, muchas organizaciones se han visto obligadas a migrar a lo digital y al sistema de trabajo a distancia.

El sector hotelero durante los últimos años se ha enfocado en su recuperación y competitividad en encontrar el equilibrio perfecto entre innovación, sostenibilidad y digitalización.

Digitalizar significa implantar tecnologías de punta para sustituir los procesos manuales. También es posible compilar la información de los documentos físicos en un solo lugar. En este contexto, las bases de datos se hacen indispensables tanto para el almacenamiento de la información como para la expansión del conocimiento organizativo y la diferenciación de la competencia.

Cuando se trata de la transformación digital, la gestión del conocimiento consiste en que las organizaciones aprovechen los datos de negocios y las tecnologías disruptivas para generar insights que añadan valor a sus productos y servicios. De este modo, las empresas se distinguen de la competencia y son más competitivas.

El proceso de digitalización en la hostelería también significa tener una imagen completa del rendimiento de cada empleado y de cada operación interna. Mediante la integración de los procesos internos, se crean normas para que todos los que realicen una determinada tarea sigan las mismas instrucciones.

De igual forma, facilitar las comunicaciones tanto internas como con los clientes. Gracias a las herramientas y aplicaciones de mensajería y videoconferencia, es posible contactar con socios, proveedores y clientes en cualquier momento del día, independientemente del lugar en el que se encuentren.

Las empresas de software de TPV han desarrollado y mejorado notablemente, y en tiempo récord, aplicaciones de gestión que trabajan por la rentabilidad de tu negocio. Han surgido aplicaciones de gestión de compras, de almacenes y gestión de stock, aplicaciones de escaneo de albaranes, análisis y gestión de la

productividad, empresas de desarrollo de formación on line absolutamente personalizadas en base a las necesidades del restaurante, empresas de gestión de la reputación de redes sociales, como una gran herramienta de gestión de satisfacción del cliente, para que sepas lo que tu cliente opina de ti, absolutamente necesario para garantizar el éxito de un negocio.

Las empresas que no digitalizan sus procesos internos, además de no poder gestionar la cantidad de información, corren el riesgo de que los datos sensibles queden expuestos o se pierdan entre tantos papeles. Por no hablar de que la localización de información importante llevará más tiempo del necesario.

Cabe recordar que, con la recién entrada en vigor de la Ley General de Protección de Datos (LGPD), la importancia de saber manejar y almacenar la información cobra aún más importancia, ya que el incumplimiento de la ley compromete no solo a la empresa sino también al cliente, y genera multas muy elevadas.

3.5 LA DIGITALIZACIÓN DE LA HOSTELERIA ESPAÑOLA

La transformación digital ha supuesto un gran reto para el sector turístico de nuestro país, pero también conlleva un abanico de oportunidades, ya que ayuda a mejorar la competitividad, la profesionalización, la comercialización y la eficiencia, a la vez que hace posible un desarrollo sostenible del turismo.

A través de SEGITTUR, La Secretaría de Estado de Turismo ha desarrollado el primer estudio sobre el nivel de digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas en España. Este estudio se ha desarrollado con y para el sector, con el fin de conocer su situación, apoyarlo y medir su evolución.

Para la siguiente investigación se contó con la colaboración de:

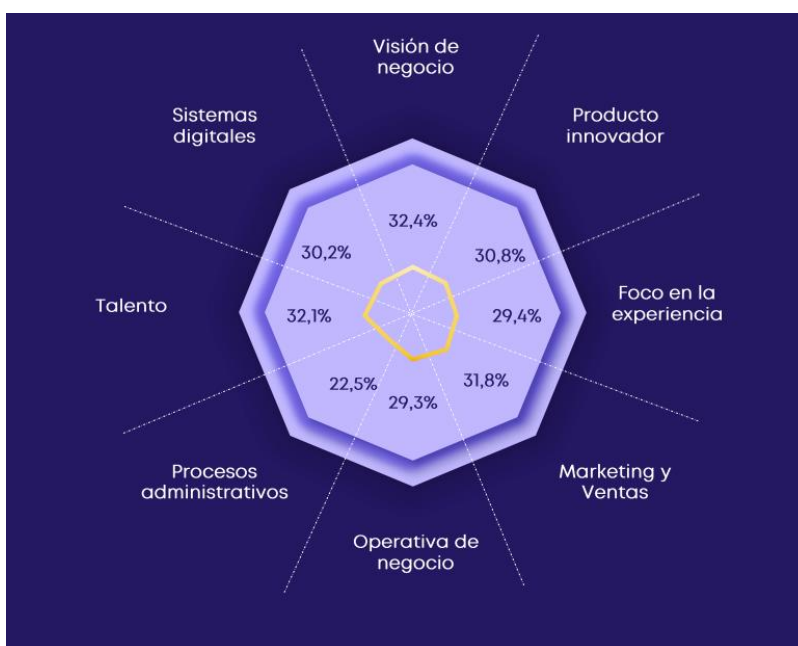
- ✓ Más de 2.500 empresas turísticas españolas pertenecientes a los subsectores más relevantes de la cadena de valor del turismo a través de una encuesta digital.
- ✓ Alrededor de 40 empresas turísticas y tecnológicas.

- ✓ 9 expertos en el ámbito de la digitalización y la innovación aportando su conocimiento al estudio a través de entrevistas.

No cabe duda de que el sector de la restauración es uno de los sectores de mayor relevancia en el sector turismo tanto a nivel general para el país como en particular para otros operadores de la industria. Esto se debe al gran volumen y diversidad de oferta en restauración, sino también por el hecho que es uno de los subsectores que más empleo genera.

Para este estudio se han evaluado ocho capacidades estratégicas en las que invierte una empresa, en este caso de restauración. Los resultados obtenidos han sido los siguientes:

Ilustración 4.- Índice de Madurez Digital por Capacidad del subsector de Restauración



Fuente: (Secretaria_de_Estado_de_Turismo, 2023).

Destacando dos hechos relevantes. Por un lado, es notorio la gran homogeneidad del nivel de digitalización entre todas ellas. Alrededor del 30% exceptuando los “Procesos Administrativos” que es la menos desarrollada con un IMD de 22,5%. Por otro lado, la capacidad digital más desarrollada es la “Visión de Negocio” con un IMD de 32,4%, principalmente se debe a la

preocupación de tienen muchos empresarios respecto a la reputación de su establecimientos en portales, redes sociales y la opinión de sus clientes.

El estudio utilizado para la elaboración del informe determina que cuanto más desarrolladas están las ocho capacidades de una empresa o negocio, más competitivo es el mismo.

Entre las reflexiones más relevantes de este estudio destacamos:

- ✓ Las empresas del subsector de restauración tienen un Índice de Madurez Digital (IMD) promedio del 29,8% sobre 100%. Es decir, se encuentran en el segundo nivel de digitalización (Nivel Básico).
- ✓ La mitad de las empresas (53%) no identifican la gestión de los datos del cliente como un aspecto relevante de su negocio.
- ✓ En cuanto a los canales de distribución, los canales más destacados son el teléfono (92,1%) y las redes sociales (84,4%), debido a que la reserva de una mesa de un restaurante es un proceso mucho más impulsivo.
- ✓ Para el sector de la restauración es de vital importancia la reputación online, el 79,7% de las empresas recogen los datos para entender la valoración de los clientes.
- ✓ Las inversiones en marketing tradicional y en campañas de mailing representan el 68,4%, por lo que en general se puede confirmar que hoy en día el marketing digital no figura entre las prioridades de las empresas.
- ✓ El 78,7% de las empresas cuenta con página web propia y actualizada recurrentemente. Un 37,1% de estas, además de proporcionar información, permite formalizar la reserva en la propia web.
- ✓ En cuanto a la gestión de las reservas, más del 70% de las empresas encuestadas no dispone de un sistema de gestión de reservas automatizado.

La relevancia de este estudio ha sido su grado de profundidad en analizar el grado madurez digital de las pequeñas y medianas empresas del sector, para establecer a partir de los resultados del mismo, los posibles modelos y caminos de evolución futura en su proceso de evolución. De igual manera, se ha llegado a la conclusión que la digitalización junto con la sostenibilidad son los factores transformadores que más deben desarrollarse para conseguir posicionarse como un modelo de éxito.

3.6 GUIA DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES UTILIZADAS EN HOSTELERIA

Hoy en día, se han desarrollado herramientas digitales a precios accesibles, soluciones con escalabilidad que cubren desde la parte de gestión operativa del día a día, la venta online de servicios o productos, la gestión de la experiencia del cliente, redes sociales, conocer tendencias, microsegmentación de potencial público objetivo, aplicaciones, que están continuamente evolucionado y ofreciendo nuevas funcionalidades.

La transformación digital del tejido empresarial del sector de la hostelería es una realidad y en este artículo vamos a dar una visión global de herramientas y estrategias de marketing digital con diferentes grados de dificultad de implementación.

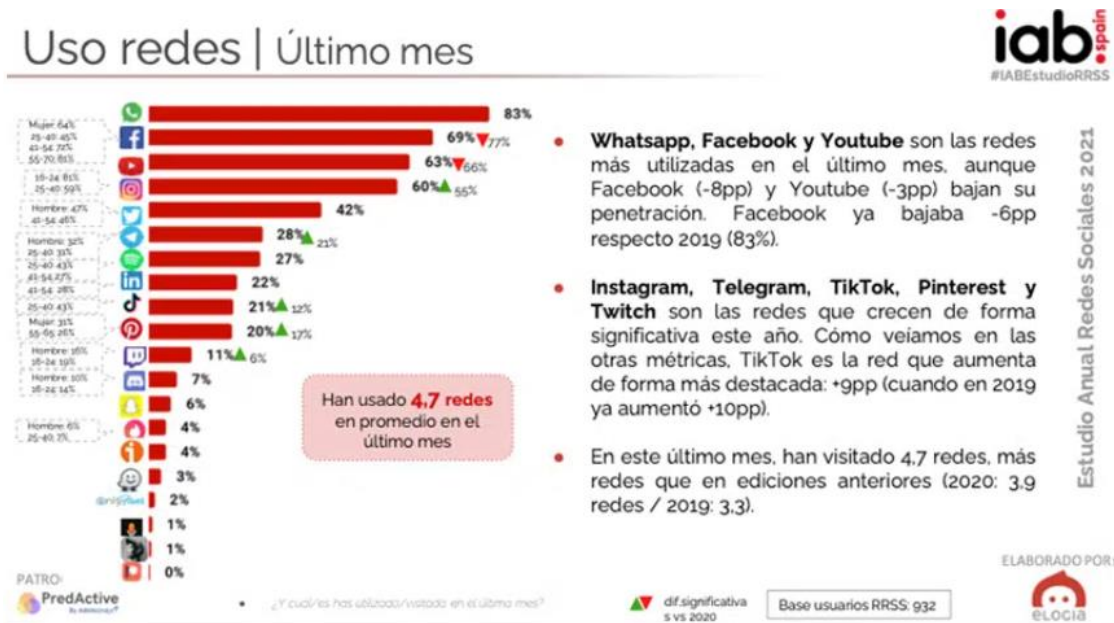
Entre la más conocida y utilizada por muchos es la “**Web propia**” El objetivo es que el cliente que llegue a nuestra web encuentre los productos o servicios que busca. Tiene que estar diseñada y preparada para el cliente. Es fundamental transmitir identidad propia, valores, coherencia, contenido único y la experiencia de visitar la web tiene que ser tan potente como la de visitar el restaurante.

“**La Publicidad en Internet. Instagram Ads, Facebook Ads**” Facebook e Instagram permiten hacer publicidad “ultra segmentada”, eso significa que podemos hacer una parametrización muy detallada del perfil de cliente que buscamos. Una vez definido este perfil, introducimos el presupuesto diario en euros que se destina a esta publicidad.

A través de las redes hay que transmitir un mensaje claro, contenido atractivo y visual, trabajar la marca. Fundamental mantener la web actualizada y viva. Por otro lado, a los usuarios de estas redes les compartir con las suyas momentos especiales, como es el caso de descubrir un restaurante o un plato extraordinario. La potencia del #hashtags como elemento de difusión es relevante.

En el siguiente cuadro de #IABEstudiosRRSS de mayo 2021 se puede observar como las redes sociales tienen gran impacto en la sociedad.

Ilustración 5.- Uso de las Redes Sociales



Fuente: (IAB_Estudio, 2023).

“Las plataformas de Delivery”. La comida para llevar en sus modelos de negocio, para poder llegar a sus clientes, a los nuevos y a los de siempre, llevándolos a casa sus platos preferidos. Con el delivery han surgido multitud de aplicaciones para facilitar los pedidos, para llevar a los clientes a las puertas de los restaurantes, se han desarrollado nuevas formas de transporte, la figura del rider ha ganado presencia y con ello visibilidad y se han puesto sobre la mesa sus condiciones de trabajo.

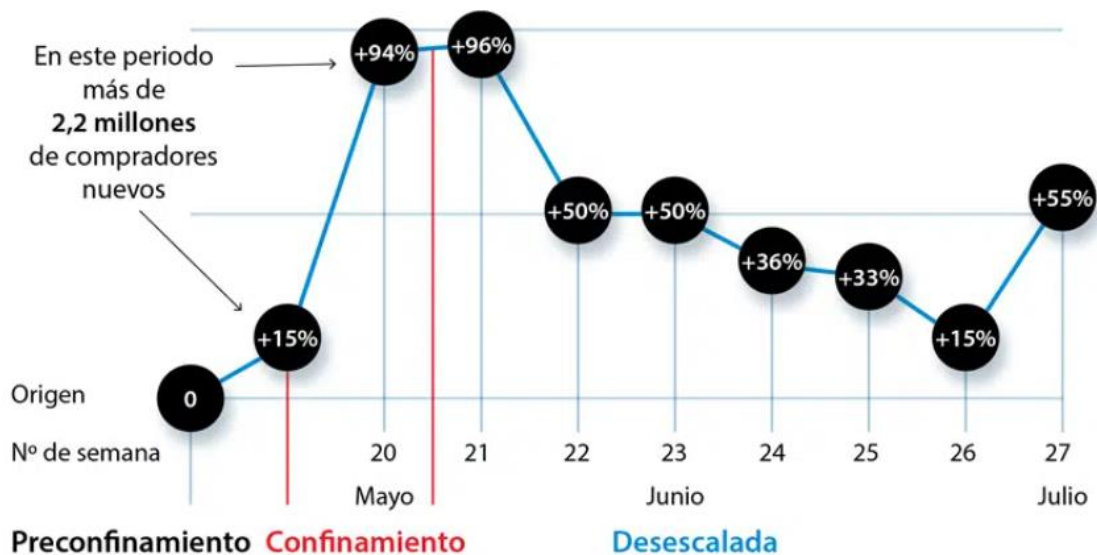
Entre estas se encuentran: Just Eat, Deliveroo, Es este caso es fundamental trabajar con plataformas que “no maltraten el producto”, la entrega al cliente debe ser. En esta parte tiene mucho que decir la estética también lo materiales de entrega que tengamos, packaging personalizado.

El aumento de estas plataformas digitales tuvo su máximo esplendor durante los meses del confinamiento, como se puede detallar a continuación:

Ilustración 6.- Evolución del delivery durante el confinamiento

El auge del delivery desde el confinamiento

Incremento porcentual semanal de compras respecto al periodo precrisis



Fuente: (Open_Ideas.es, 2023)

También se incorpora el “**correo electrónico**”. Google mail, SendinBlue, MailChimp, son herramientas gratuitas para envío masivo de mails. Crear una base de mails de clientes bien segmentada, lleva tiempo y trabajo. Pero estos contactos tienen un potencial altísimo, por ello la generación de leads (contactos) es una acción a poner en valor.

“**Implementación de nuevos protocolo**”. Han surgido los códigos QR para que el cliente pueda capturar la carta y pedir desde la mesa, desde el coche, desde

su casa e incluso pagar, y hasta dejar propina por un buen servicio y una buena comida.

Los restaurantes han tenido que reinventarse a la hora de diseñar la comida para llevar, la forma en que presentamos la comida, la caja de la entrega, la bolsa, el mensaje que se pone en la bolsa, personalizado para cada cliente, incluso el uniforme del rider (el camarero de exterior) totalmente identificativo de tu establecimiento, han convertido la experiencia de la comida un tanto graciosa, divertida e interesante para el cliente.

“Software TPV”

Atendiendo a las herramientas digitales para la Hostelería anunciado por Hostelco, el cual anuncia que este software de gestión de restaurantes. Es considerada sin duda una de las herramientas indispensables para digitalización de los establecimientos. Permite controlar el 100% del negocio desde cualquier dispositivo móvil: tomar comandas en 3 clics, controlar el stock del almacén o gestionar la facturación, entre otras muchas funcionalidades.

Muy fácil e intuitivo un ejemplo es **“Storyous”** se puede acceder en cualquier momento y desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, ya que está alojado en la nube. Se actualiza constantemente; lo último es que permite realizar pedidos directos a proveedores desde el móvil (el sistema controla el stock, avisa cuando hay que reponer algo y puede hacer el pedido directamente), y también gestiona las reservas de forma automática. Los restaurantes pueden elegir diferentes versiones, según sus necesidades.

Otro ejemplo interesante de mencionar corresponde con **“Miss Tipsi”** control integral del negocio. Este TPV virtual controla todo: comandas, aperturas y cierres de caja, planos y mesas, reservas, personal, compras, stock, hasta cobros y pagos: gestiona un número ilimitado de métodos de pago, divide tickets, rectifica y genera facturas, personaliza tickets. En definitiva, hace la vida mucho fácil al hostelero. Ofrece planes de tarifas flexibles y asequibles, de pago

mensual, pensadas para todo tipo de negocios hosteleros, desde un food truck hasta una cadena hotelera.

3.7 TIPOS DE RESTAURANTES MÁS DIGITALIZADOS EN ESPAÑA

En España, los tipos de restaurantes que más han apostado por la digitalización son los siguientes:

Restaurantes de comida rápida: Los restaurantes de comida rápida, como McDonald's, Burger King, KFC, entre otros, han sido pioneros en la implementación de tecnología para mejorar la eficiencia en la atención al cliente. Han implementado sistemas de pedidos en línea, pantallas táctiles y aplicaciones móviles para facilitar el proceso de compra y reducir el tiempo de espera.

Restaurantes de comida a domicilio: Los restaurantes que se especializan en entrega a domicilio, como Telepizza, Domino's Pizza o Just Eat, han sido especialmente innovadores en el uso de tecnología para mejorar la experiencia del usuario. Han desarrollado aplicaciones móviles y plataformas web que permiten realizar pedidos en línea de manera sencilla y rápida.

Restaurantes de comida gourmet: Los restaurantes de alta gama, como El Celler de Can Roca o DiverXO, han adoptado la tecnología para mejorar la experiencia de sus clientes en la mesa. Han implementado sistemas de reservas en línea, tablets para la presentación de los platos y aplicaciones móviles para solicitar la cuenta.

Restaurantes temáticos: Los restaurantes temáticos, como los que se basan en la temática de videojuegos, cine, música, entre otros, han utilizado la tecnología para crear una experiencia única para sus clientes. Han desarrollado aplicaciones móviles y pantallas interactivas que permiten a los clientes participar en juegos y actividades mientras disfrutan de su comida.

En general, la mayoría de los restaurantes en España han implementado algún tipo de tecnología en su negocio, ya sea para mejorar la eficiencia en la atención al cliente o para ofrecer una experiencia más innovadora y atractivo.

4 ESPECTATIVA ANTE LA HOSTELERIA DEL FUTURO

La hostelería es un sector muy importante en España, ya que contribuye significativamente a la economía del país y es una parte importante de la cultura española.

En términos de empleo, la hostelería es una de las principales industrias en España, Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) el número de trabajadores de trabajadores es aproximadamente 1,7 millones de personas en todo el país para el año 2022, constituyendo una importante fuente de empleo para el país.

Además, la hostelería es un importante motor económico en España, generando ingresos significativos para las empresas y el gobierno a través de impuestos y tasas. Según Statista, el sector de la hostelería en España generó más de 74.700 millones de euros en ingresos en 2020, un volumen de ingresos mucho menor que el año 2019 que generó 130.700 millones de euros constituyendo uno de los años ingresos durante los últimos diez años.

La hostelería también es una parte importante de la cultura española, especialmente en lo que respecta a la gastronomía y el turismo. España es conocida por su deliciosa comida, sus vinos de alta calidad, sus impactantes ciudades y paisajes, y por supuesto la impresión de su hospitalidad y calidez que hacen que muchos turistas visitan el país para disfrutar de la cocina local y la vida nocturna y expresando su satisfacción a través de testimonios positivos y recomendaciones.

En resumen, estamos ante un sector con un trascendental impacto un sector en la sociedad española, tanto en términos de empleo como de economía y cultura. La industria ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo económico del país y en la promoción de la cultura española a nivel internacional.

4.1 LAS “3P”: POLARIZACIÓN, PERSONALIZACIÓN Y PREPARACIÓN

Se han desarrollado alrededor del tema de la hostelería la definición de las 3P:

En un primer lugar se encuentra, **Polarización de la oferta**: Modernizarse es crucial. El 85% de los hosteleros piensa que la clave está en ofrecer experiencias distintas para aportar un grado más al cliente: catas, talleres, actividades. Así mismo, y después del triunfo del comercio electrónico, es el momento de los establecimientos automatizados, que resuelven necesidades de manera fácil y barata. Y, por supuesto, hacer hincapié en los servicios de take away y en el delivery.

Otro punto a destacar, la **personalización**: Casi ocho de cada diez hosteleros (79%) tienen claro que los negocios que sepan manejar y aprovechar la información sobre sus clientes a través de la digitalización y el big data serán más provechosos, ya que les permitirá conocerlos mejor y, así, ofrecer un servicio más adecuado. Además de mejorar la relación con el cliente a través de las reservas on line, ya instauradas de manera generalizada, se trata de tener conocimiento de las nuevas necesidades de estos clientes (alergias, comidas étnicas y veganos) y satisfacer sus demandas de manera eficiente.

Y por último ubicamos, **Preparación de equipos y negocios**: Adaptar la gestión del establecimiento, así como el equipo de recursos humanos a una perspectiva más moderna es clave para retener el talento joven cualificado en los negocios. Además, es fundamental fomentar la formación y hacer más atractivas las condiciones de trabajo y así evitar la mano de obra poco cualificada.

Es por ello la vitalidad de la conversión de los procesos tradicionales a la automatización. La digitalización es una tendencia que está transformando todos los sectores de la sociedad de manera muy acelerada. Su percepción varía dependiendo de las necesidades de cada persona o del sector.

En general, la digitalización ha transformado la forma en que las personas se comunican, trabajan, se divierten y consumen bienes y servicios. Por un lado, tenemos aquellos que perciben el proceso de digitalización como una herramienta que facilita la vida cotidiana, ya sea en su trabajo, estudio o en su

vida personal. La digitalización ha permitido la automatización de procesos, el acceso a información y la conexión con otras personas en tiempo real.

4.2 NUEVAS TENDENCIAS Y GRANDES RETOS QUE ENFRENTA EL SECTOR

El sector hotelero está cogiendo un fuerte impulso tras la pandemia y, por ello, está tratando de basar su recuperación en encontrar el equilibrio perfecto entre innovación, sostenibilidad y digitalización.

El modelo de negocio hotelero, donde cada vez es más difícil destacar, sorprender a los huéspedes o contrarrestar a los incrementos de costes, ha visto en las nuevas tecnologías digitales para hoteles, uno de los principales caminos hacia el éxito. Aunque todavía queda mucho por hacer.

De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Tecnológico Hotelero, “el 72% de los hoteles encuestados percibe sus niveles de implementación tecnológica como altos o muy altos”, sin embargo, esta percepción no concuerda con la realidad, ya que solo un 35% de los hoteles tienen niveles altos o muy altos de implementación.

Si que es cierto que la digitalización presenta ciertas estrategias de acción que dentro del sector de la hostelería e incluso otros sectores se vean beneficiados.

Eficiencia energética y sostenibilidad: Uno de los objetivos de la transformación digital dentro del turismo será alcanzar un desarrollo mucho más sostenible. La conciencia sobre el impacto ambiental está aumentando y se espera que la hostelería se convierta en una industria más sostenible en el futuro, desde la reducción del desperdicio de alimentos hasta la implementación de prácticas energéticamente eficientes y la reducción de la huella de carbono.

Un aspecto destacable sería la mejora de ingresos y rentabilidad en el negocio: Los incrementos de costes energéticos y todos los vinculados a proveedores de productos y servicios han reducido el margen de beneficio de los establecimientos. La digitalización del turismo busca mejorar las ventas directas, optimizar procesos y recursos humanos, así como personalizar las

comunicaciones de productos y servicios para incrementar la fidelización por huésped. Aquí podemos destacar:

- Soluciones digitales para la generación automática de ingresos.
- Soluciones para las reservas directas automatizadas.
- Herramientas para la obtención de datos.
- Digitalización de los servicios enfocada a la reducción del proceso de compra.
- Eficiencia y optimización de procesos.

Experiencia personalizada, en un mundo cada vez más centrado en el cliente, la hostelería tendrá que adaptarse para ofrecer experiencias más personalizadas a los clientes. Esto podría implicar el uso de datos de los clientes para personalizar la experiencia de servicio, desde la oferta de opciones de menú específicas hasta la personalización del servicio en los establecimientos.

Un cliente mejor informado es más fiel y feliz. Otro de los grandes objetivos de la digitalización en la restauración es dar una respuesta omnicanal en la atención al huésped: chatbots, pantallas interactivas con canales de comunicación corporativa, automatización de reservas y facturas, información en tiempo real de cualquier incidencia, etc.

Todas estas tecnologías buscan un contacto constante y accesible desde el primer punto de interacción hasta la salida del cliente.

Además, cabe destacar que, gracias a la hiperconectividad que proporcionan para las empresas hoteleras, es posible conocer en todo momento la información necesaria para interactuar con los clientes y proporcionarles una experiencia única, obteniendo una respuesta mucho más rápida ante cualquier imprevisto y anticipándonos a cualquier situación inesperada.

En definitiva, es indiscutible que las empresas hoteleras se han transformado y han ido evolucionando a lo largo de los últimos años adaptándose a los grandes desafíos que han ido surgiendo.

Al igual que en cualquier otro país, el sector hostelero en España está influenciado por una variedad de factores, como la economía, la tecnología, las

tendencias de consumo y la regulación gubernamental. Dicho esto, se menciona algunas perspectivas generales sobre el futuro del sector hostelero en España:

- ✓ Recuperación de la crisis de COVID-19: Como en muchos otros países, el sector hostelero en España ha sufrido mucho debido a la pandemia de COVID-19. A medida que se acelere la vacunación y se relajen las restricciones, se espera que el sector comience a recuperarse gradualmente en los próximos meses y años.
- ✓ Cambios en el comportamiento de los consumidores. La pandemia ha cambiado los hábitos de consumo de muchos clientes de hostelería. Es posible que veamos un aumento en la demanda de servicios de entrega y recogida de comida para llevar, así como una mayor atención a la higiene y seguridad en los establecimientos de hostelería.
- ✓ Tendencias sostenibles, como un punto clave, cada vez hay más conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad, como mencionamos anteriormente y es posible que los clientes demanden más opciones de hostelería que sean respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables. Los establecimientos que sean capaces de adaptarse a estas tendencias pueden tener una ventaja competitiva en el futuro.

Por supuesto que el aumento de uso de la tecnología dentro de sus procesos. La tecnología ya está transformando la forma en que se gestiona el sector hostelero, y se espera que esto continúe en el futuro. Los establecimientos que sean capaces de adoptar tecnologías avanzadas, como el uso de aplicaciones móviles o la inteligencia artificial, pueden ser más eficientes y mejorar la experiencia del cliente, hacen posible ofrecer un trato más personalizado a los clientes, automatizar tareas administrativas de poco valor añadido u optimizar la gestión de proveedores y empleados, logrando así importantes ventajas como la reducción de costes o una menor rotación de personal.

4.3 DIGITALIZAR O MORIR: DESAFIO PARA 2023

En general, los locales de hostelería que no se digitalicen pueden encontrarse en desventaja en comparación con aquellos que sí lo hacen. La digitalización

puede ofrecer varias ventajas, como la posibilidad de llegar a un público más amplio a través de Internet y las redes sociales, mejorar la gestión interna del negocio y la atención al cliente, y permitir la recopilación de datos valiosos para la toma de decisiones.

Para la hostelería, la digitalización se ha vuelto especialmente importante. Los locales que han adaptado sus servicios a través de la tecnología, como la implementación de aplicaciones de pedidos en línea y la entrega a domicilio, han podido mantener sus negocios a flote en medio de las restricciones de movilidad y de las medidas de distanciamiento social.

La falta de digitalización puede limitar la capacidad de un negocio de hostelería para adaptarse a los cambios y competir en el mercado actual. Sin embargo, la situación varía según el contexto específico del negocio y su ubicación geográfica.

Los bares son la seña de identidad de nuestro país. Los bares forman parte de nuestra cultura, de nuestra historia y de la forma en que nos relacionamos, y nuestra gastronomía es un reclamo que atrae cada año a millones de turistas. Los españoles la incluyen como actividades de ocio, para el encuentro de amigos y familiares, partidos de fútbol, cierre de acuerdos de negocio e incluso para socializar con los compañeros de trabajo.

En muchos negocios, cada vez es menos el contacto entre propietarios y clientes. Con el auge de los servicios de comida para llevar y las cocinas fantasma, el trato cercano y familiar tan característico de los bares es irremplazable. Pero la tradición no tiene por qué estar reñida con la digitalización.

Digitalizar un bar no significa eliminar por completo el contacto humano, sino hacer uso de las herramientas a nuestro alcance para mejorar la eficiencia y aumentar los beneficios. La principal barrera para digitalizar los negocios tradicionales es el desconocimiento.

4.4 IMPACTO DE LA HOSTELERIA ANTE LA VIDA SOCIAL

El sector hostelero en términos generales constituyen una referencia cultural y tradicional que ha impactado la vida personal y social de los españoles, se consideran espacios habituales de relación, sin dejar a un lado las funciones socioeconómicas que acarrear.

El sector de la hostelería presenta múltiples funciones a nivel personal porque es el propicia la interacción social. Si que es cierto que dependiendo del tipo de establecimiento los diferentes espacios cumplen funciones específicas. Por ejemplo, los restaurantes son ideales para socializar, para las celebraciones, los encuentros. El caso contrario a los pubs o clubs propicio para jóvenes como común denominador, estos sitios que presentan un ambiente más íntimo, la búsquedas de relaciones amorosas y al hecho de pasarlo bien. Y los bares que implican un ambiente más comunicador y relajado en un espacio más abierto.

Y ¿qué es aquello que hace más atractivo un bar, cafetería o restaurante?

Mucho más allá de la propuesta gastronómica y la auténtica calidad del servicio, se pone en evidencia que salir a comer fuera de casa ofrece más oportunidades de relacionarse y comunicarse considerados aspectos muy importantes para lograr y mantener la satisfacción personal, además de cuidar las relaciones sociales e incluso ampliar el número de contactos personales. Y esto se traduce en un sentimiento de seguridad y bienestar, resulta crucial para los seres humanos satisfacer las necesidades de afecto y confort social.

Tener espacios a los que concurre con asiduidad, genera la percepción de sentimiento de pertenencia e infunda la valoración su función social como sitios de colaboración a sentirnos que sentirnos parte de la comunidad. Esto por otro lado, constituye una manera de evitar el aislamiento, es por ello que sin darnos fomenta los valores de igualdad, inclusión, evade las disparidades individuales, y de alguna forma constituye un símbolo de unión. Es un proceso bidireccional, en el cual tanto las comunidades como el sector se ven beneficiados, al promover la participación comunitaria que se ve fortalecida por estos espacios de

encuentro que hace plausible una vida comunitaria asociada a un tipo de servicio que ofrece la sociedad de consumo.

4.5 SÍMBOLO DE IDENTIDAD CULTURAL

En España, es inevitable no percibir esa “cultura hostelera”. Es fascinante descubrir esa peculiaridad de disfrutar la vida personal y colectiva. De esta manera se manifiesta una cultura como un elemento de identidad social que se caracteriza y se distingue con claridad. Sin lugar a duda que sin la esencia de los establecimientos no existiría. Es por ello por lo que la hostelería representa para su gentilicio esa simbología histórico cultural de todo un territorio. Es así por lo que cuando se consume en estos espacios a su vez se impregna de cultura local. Se trata de un proceso de inserción no solo para los españoles, sino que figura como un atractivo para las personas de afuera, por su potencial atrayente y demandante que resulta en la inclusión como elemento de adaptación en la sociedad.

Las personas que se dedican hace muchos años al sector de la hostelería coinciden que es un punto de relación, de unión y reunión entre las personas. Entre alguno de sus opiniones destacamos:

“La hostelería en España es la forma de conectar, de hacer negocios, de abrirse a la gente, ¿es la satisfacción del ver el disfrute de otros y porque no? El de nosotros en los ratos libres que tenemos fuera del trabajo”.

(Empresario_de_Hostelería, 2023)

“No concibo mi vida y mi trabajo en el medio rural sin un bar cerca. Me da igual si es un bar de alta calificación o una simple taberna. Lo que importa es que haya vida, y un bar es “fuente de bebida... pero sobre todo de vida”. Para los que conocemos lo que ahora se llama la “España vaciada”, si se cierra un bar, se quiebra parte de la vida del pueblo. Los bares en nuestro país forman parte de la cultura, y como tal deberían estar protegidos, subvencionados o al menos contar con las facilidades para poder seguir prestando servicios privados, pero en muchos casos: servicio público. Porque nada hay más integrador que un lugar

donde conversar, discutir, arreglar el barrio, el pueblo, la provincia, y hasta el mundo entero, y donde compartir un café o una caña se convierte en un rito de socialización que es muy difícil sustituir. Defendamos, amemos, bebamos, compartamos..., en definitiva, evitemos que nuestros bares desaparezcan”.

(Asociación de directoras y gerentes, 2023)

“No concibo mi vida sin hostelería, es la esencia de mi vida, la que me da el poder de creación e innovación, de reinventarme. Reivindicar mi raíces a través nuestro legado cultural y gastronómico es lo que identifica nuestro territorio”

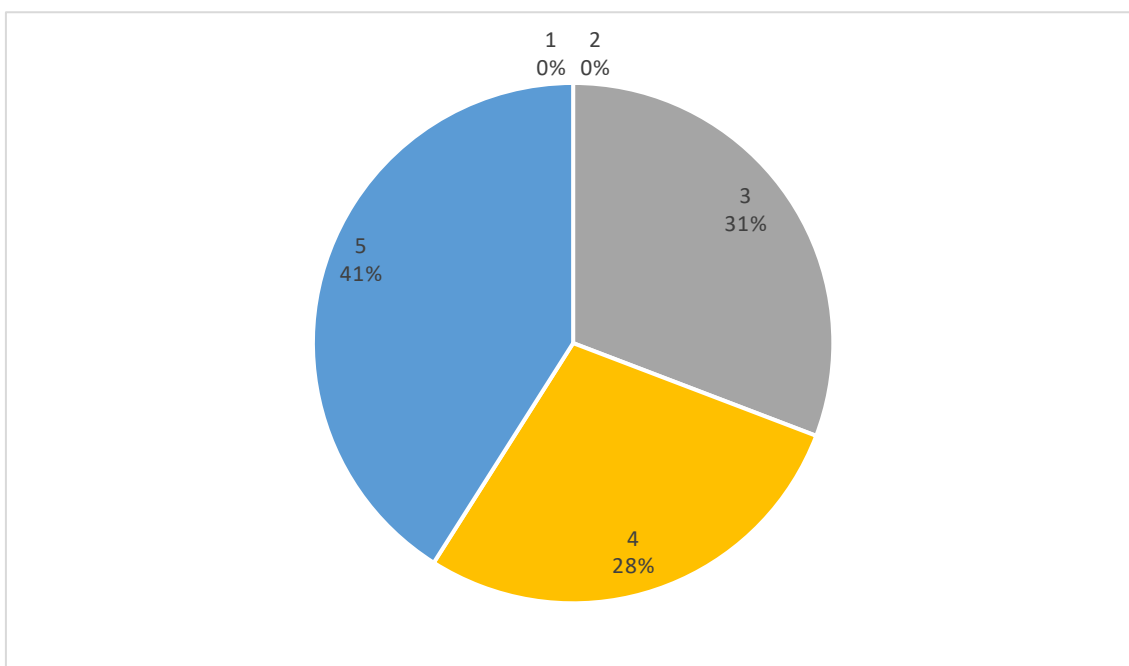
(Empresario_de_Hostelería, 2023)

5 RESULTADOS

Los resultados del estudio arrojan datos interesantes sobre las principales motivaciones de los hosteleros Castellanoleonés-enfocados en la reactivación de la demanda y aumento de la rentabilidad de sus negocios. Los hosteleros de Castilla y León concuerdan en que la digitalización ha sido un proceso de evolución necesario que llegó para quedarse y que consigo ha traído muchos beneficios para los establecimientos. Los ha hecho empresas más competitivas y el sector se ha visto fortalecido desde su instauración.

Los empresarios expresan que digitalizar no ha sido un proceso complicado, al contrario, relativamente fácil para ellos. En un escala del 1(muy difícil digitalizar) al 5 (muy fácil digitalizar) el 41% de los encuestados ha comentado que ha sido muy fácil digitalizarse. Un 28,2% ha mantenido en la posición “4” mientras que un 30,8% en posición “3”.

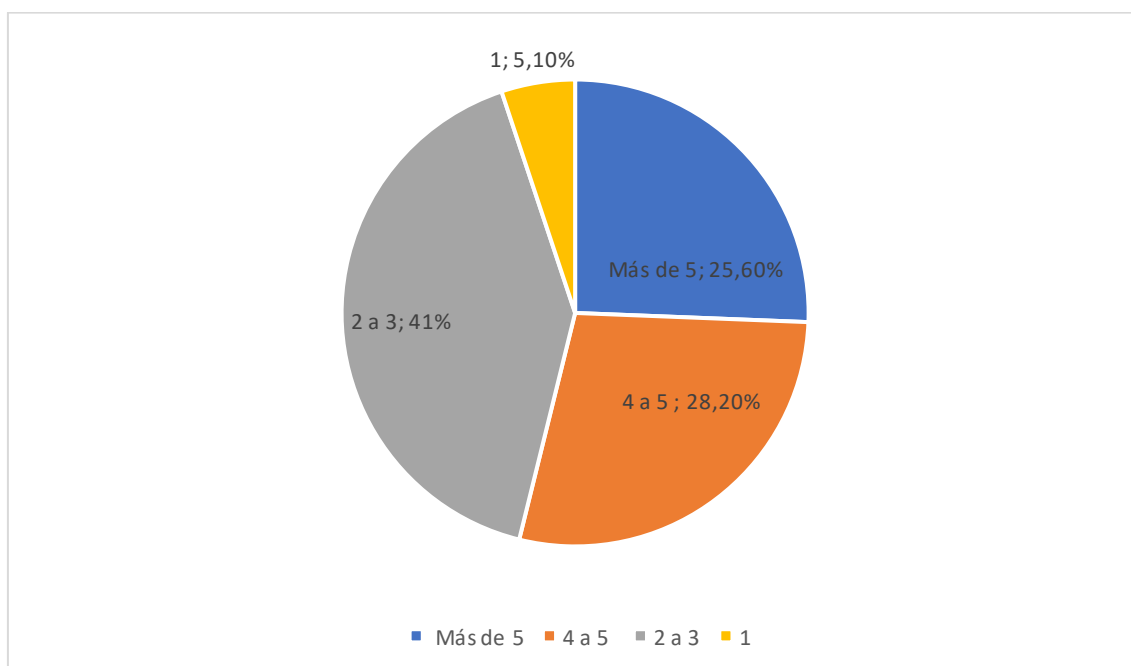
Gráfico 3 Como ha sido de fácil la digitalización



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

Atendiendo al número de aplicaciones digitales que se utilizan en los establecimientos de los empresarios, un 25,6% de los encuestados han expresado que poseen más de cinco aplicaciones, un 28,2% de los empresarios tienen entre cuatro a cinco aplicaciones, un 41% poseen entre dos a tres, y un 5,1% apenas solo poseen una aplicación. Sin duda alguna, la era de la digitalización ha llegado para anclarse, ninguna de las personas encuestadas lleva sus negocios de manera tradicional y progresivamente se incorpora la tecnología a estos espacios.

Gráfico 4 Número de aplicaciones digitales que utilizan por establecimiento

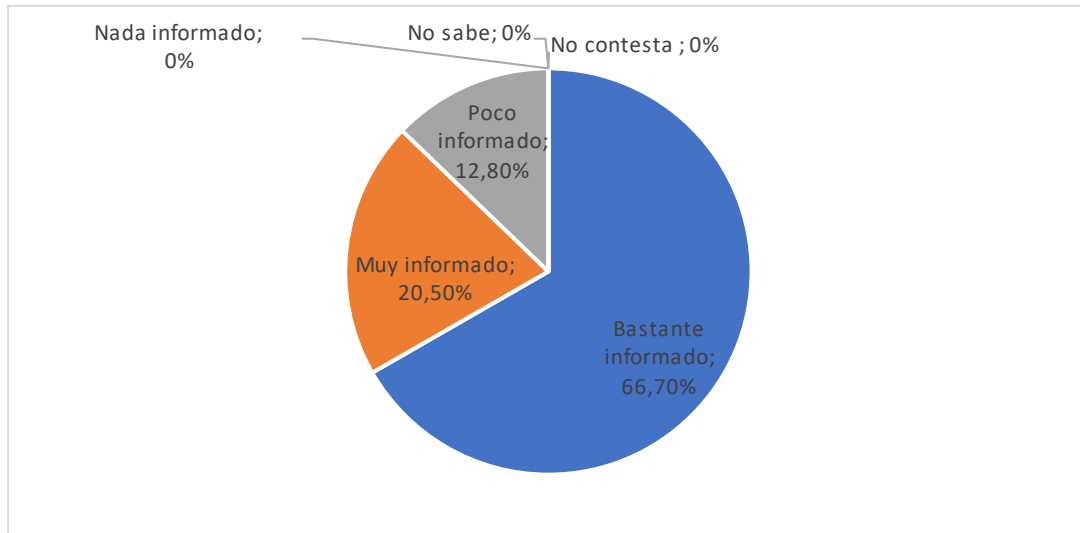


Fuente Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

Además de ello, coinciden en que tienes conocimientos suficientes sobre el proceso de digitalización, el 67% de los encuestados han respondido se están bastante informados, un 20,5% muy informado y apenas un 12,8% poco informado. Si bien es cierto que el desconocimiento es uno de los motivos por los que muchos empresarios no han podido pasar al mundo digital; nuestros empresarios en nuestra comunidad autónoma muestran profundo interés por

mejorar cada día y por modificar todas aquellas condiciones que le faciliten este proceso.

Gráfico 5.- Nivel de Conocimiento sobre Digitalización de los Hosteleros Castellano-leoneses



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

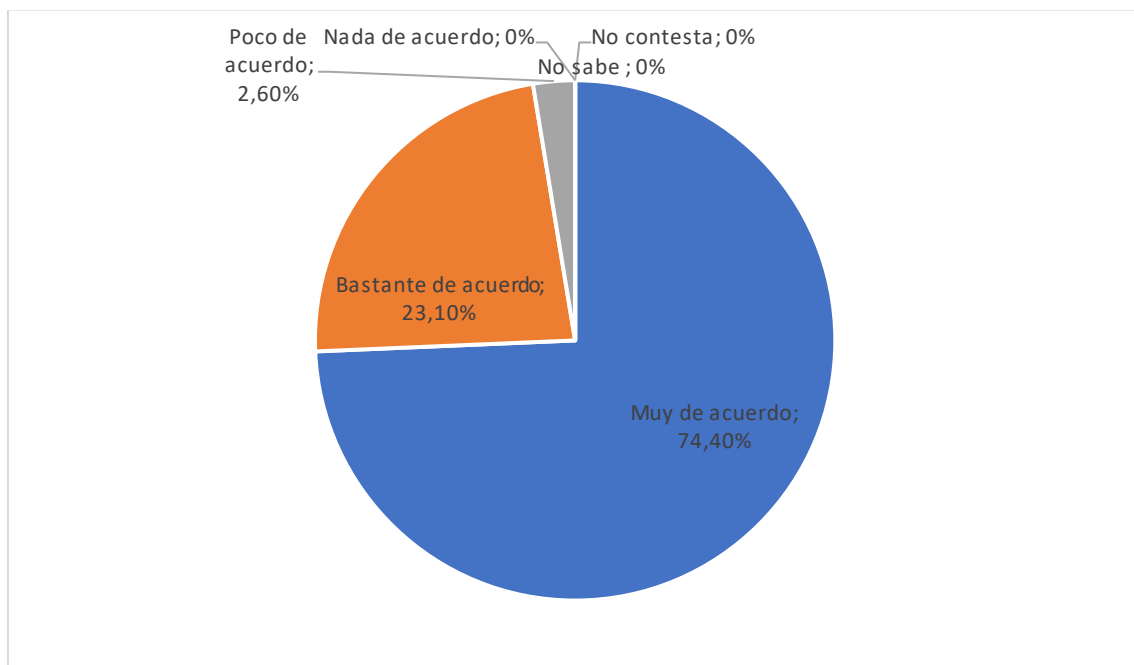
El digitalizar este sector no significa por completo el contacto humano, sino que hace de esta actividad con más confort, con más personalización y con más velocidad.

En nuestra encuesta aplicada, el 17,2% coincide que está satisfecho y que espera un potencial de desarrollo para el futuro; por otro lado, hemos extraído comentarios positivos y varios, todos ellos concuerdan que ha sido necesario este proceso de transformación. Entre las opiniones encontramos: “la tecnología es vital para llevar la operativa de la empresa al 100%”, “es una herramienta que nos permite realizar el trabajo”, “facilita el trabajo y lo profesionaliza”, “se está satisfecho, pero se puede mejorar”.

La transformación a lo digital ha estado enfocado a la competitividad de las empresas y la recuperación de las empresas. La integración de los procesos internos y todos los beneficios que trae consigo ha sido bien apreciados por lo

que permite un rendimiento de la empresa. Un 74,4% de las personas que han respondido la encuesta están muy de acuerdo en que su implementación ha traído consigo que se pueda ofrecer mejores productos y servicios a los clientes, un 23,1% bastante de acuerdo y apenas un 2,6% poco de acuerdo.

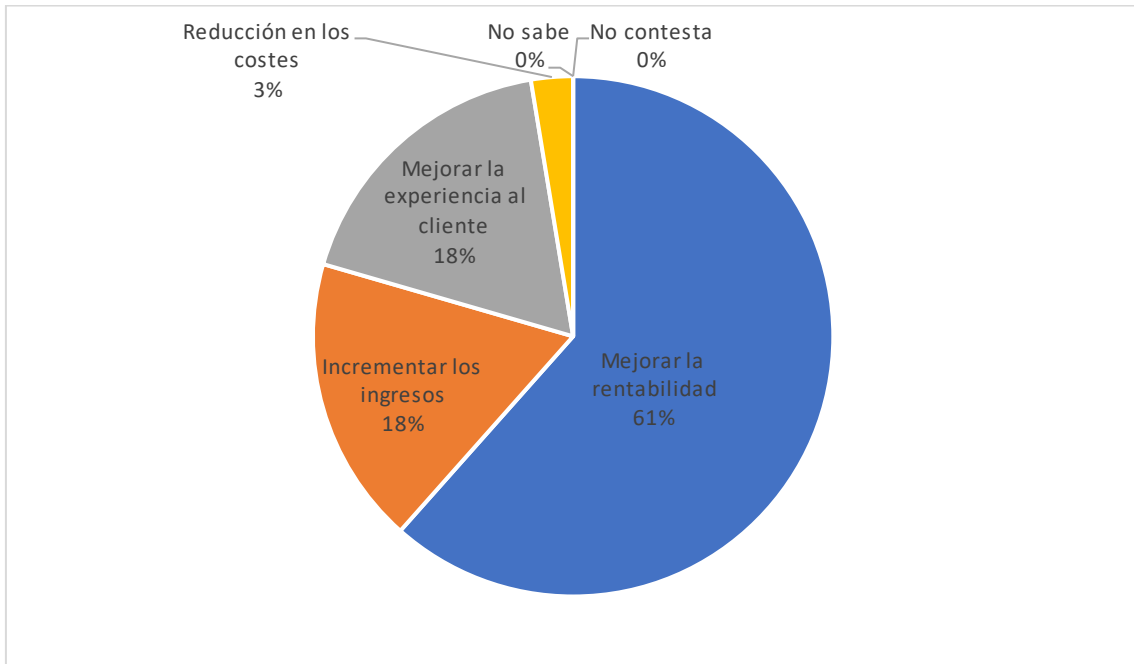
Gráfico 6 Nivel de acuerdo con que la digitalización ofrece mejores productos y servicios a los clientes



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

Las preocupación principal de los empresarios se basa principalmente en conocer cual será el retorno de la inversión que se ha realizado en hostelería, para el sector es muy importante tener buenas métricas para mantenerse y otros incluso para sobrevivir. Un 61,5% de los representados espera recibir mejoras en la rentabilidad, un 17,9% espera que los ingresos mejoren y otro 17,9% desea mejorar la experiencia ofrecida al cliente.

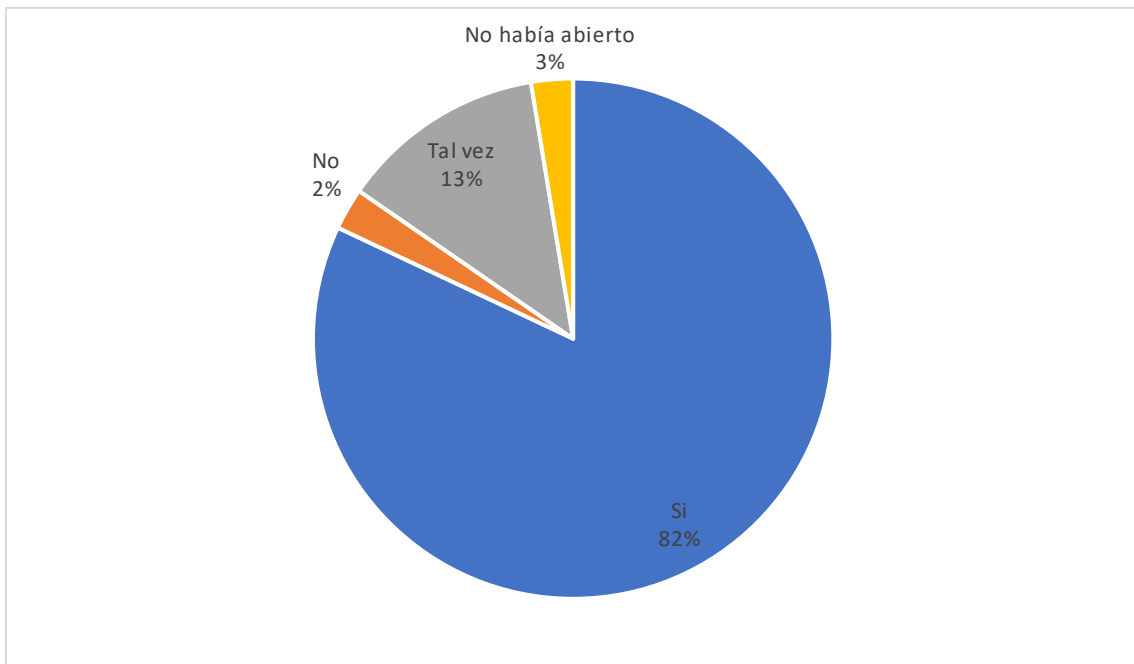
Gráfico 7 Retorno de la Inversión en Digitalización



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

Si bien es cierto que durante la época de pandemia impulsó de manera exagerada la importancia de la conectividad y por supuesto la digitalización. Este fenómeno no solo es aplicable al sector hostelero sino al resto de actividades económicas. El 82,1% de los empresarios han expresado que este ha sido el momento por el cual se han visto obligados a digitalizarse. Un 2,6% expresa que no ha sido este fenómeno el que los ha impulsado, un 12,8% expresa que tal vez ha sido este el motivo, y un 2,6% su negocio no había abierto en este momento. Si bien, este ha sido un hecho que ha marcado la forma en que vivimos y trabajamos.

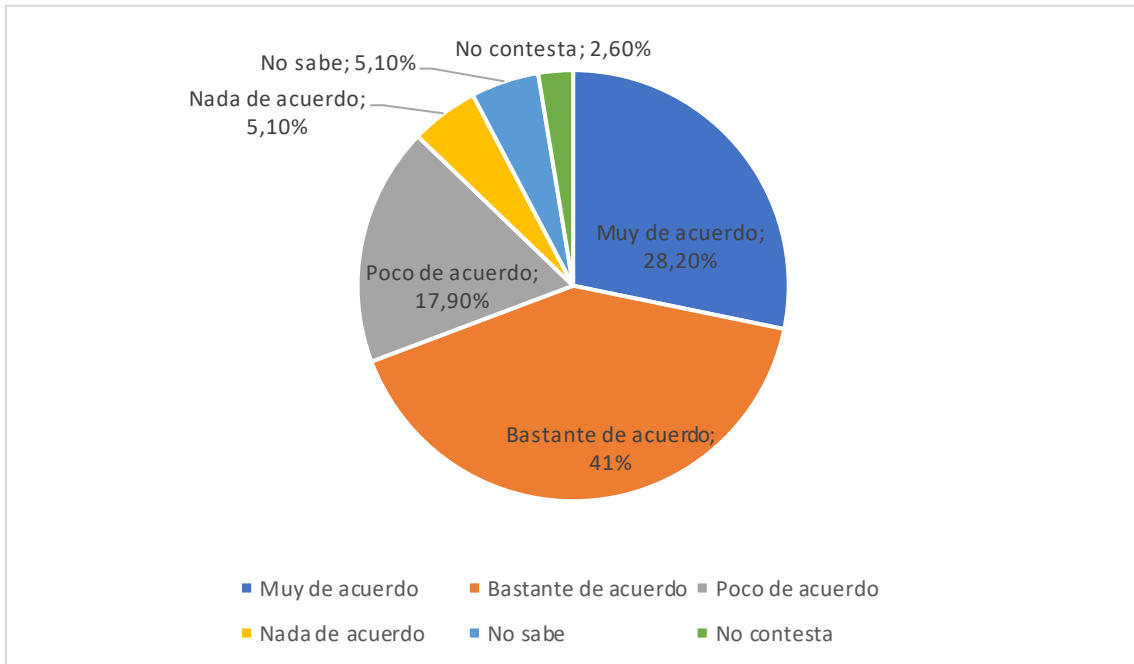
Gráfico 8 Consideración si ha sido el Covid-19 el motivo para acelerar su transformación digital



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

En cuanto al trato de los datos personales de los usuarios para llevar las estadísticas a través del análisis de datos, un 28,2% de los empresarios expresa que está muy de acuerdo con la seguridad con el que se manejan los datos personales, un 41% esta bastante de acuerdo, apenas un 17,9% esta poco de acuerdo, un 5,1% poco de acuerdo, otro 5,1% no sabe y tan solo un 2,6% no contesta.

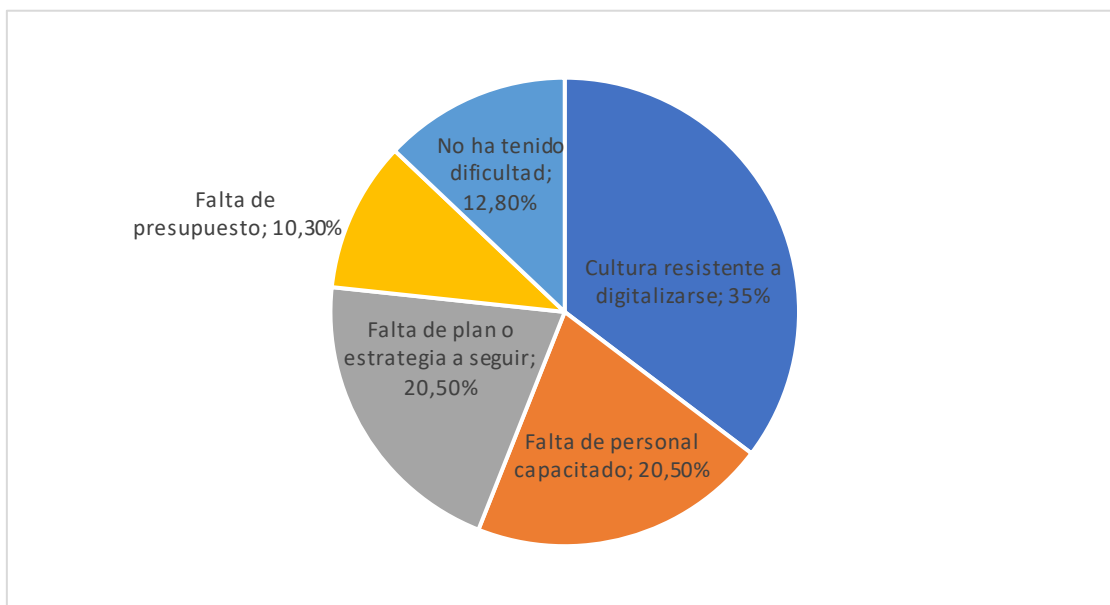
Gráfico 9 Cuidado que se le da a la seguridad de los datos personales de los usuarios



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

Un dato interesante en nuestro estudio es que el sector ha percibido diferentes inconvenientes que han añadido un tanto de dificultad al proceso de transformación. En las respuestas obtenidas un 35% indica que persiste una cultura de trabajo que resiste a digitalizarse. Un 20,5% expresa que existe falta de personal capacitado y por otro lado un 20,5% que no tiene un plan o estrategia que seguir. Un 12,8% que no ha tenido dificultad para digitalizarse, y 10,3% le falta presupuesto de inversión.

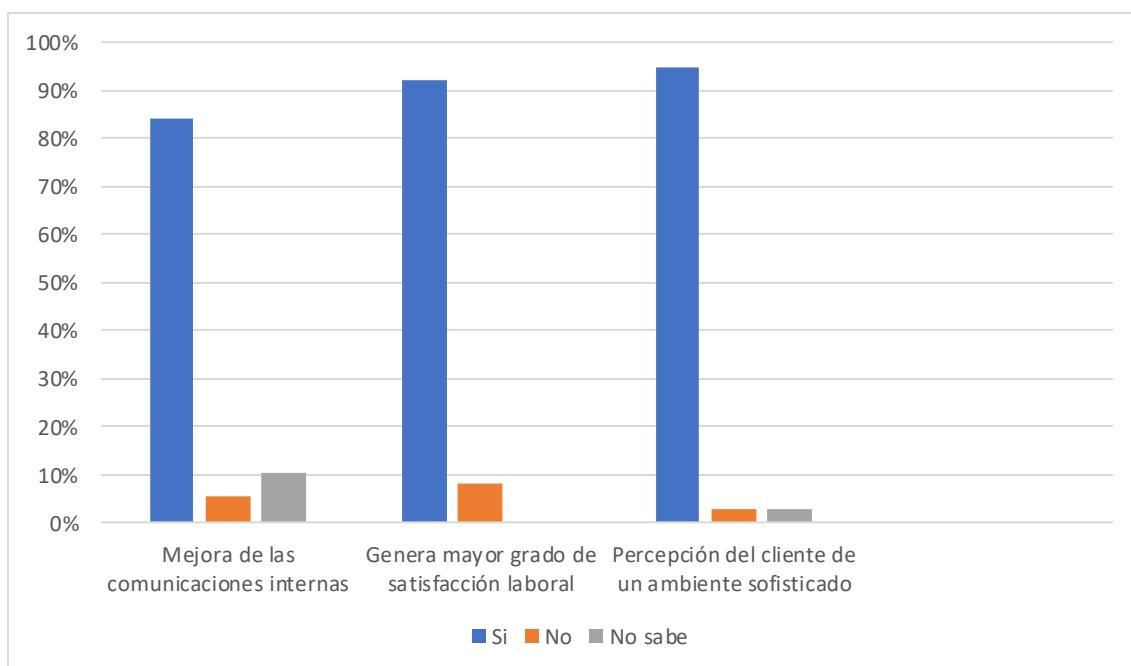
Gráfico 10.- Inconvenientes que han dificultado el proceso de Digitalización



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

De acuerdo con las actividades que se realizan rutinariamente con las aplicaciones tecnológicas, en cuanto a las mejoras de las comunicaciones internas entre empleados 84% ha respondido que si esta de acuerdo, un 5,2% ha dicho que no y un 10,5% no sabe. En lo referente al grado de satisfacción laboral, el 92% los encuestados ha expresado que si está de acuerdo en relación con un 8% que ha dicho que no. Por último, se menciona, la percepción del cliente de un ambiente sofisticado un 94,7% está de acuerdo con esta afirmación, un 2,6% no lo esta y otro 2,6% no sabe.

Gráfico 11 Grado de satisfacción con el uso de aplicaciones tecnológicas en actividades rutinarias



Fuente: Formulario sobre Digitalización en el sector hostelero

En el mundo de la hostelería, los empresarios encuestados expresan un alto grado de confianza en una escala del 0 al 10, donde “0” es desconfianza y “10” es confiable, los empresarios Castellanoleonés no desciende de un 6, y la gran mayoría apuntan a un 10. Expresan su inclinación por los procesos digitales, donde muchos se atreven a comentar que es muy confiable, pues le ha permitido la realización de procesos de manera más eficiente y rápida en comparación con los métodos tradicionales, muchos consideran la digitalización como una anticipación de lo que quieren los clientes y así poder ofrecer productos y servicios de manera eficiente.

Además, parte de las sugerencias aportadas por nuestros empresarios se enfocan en el proceso de adaptación como herramienta fundamental para la hostelería organizada, se aferran a la idea de que el futuro es digital. Su enfoque también va dirigido a la profesionalización de los empleados a través de las actualizaciones constantes e integración de nuevas tecnologías, expresan su preocupación por no olvidar el trato humano y cercano con los clientes, y

considera que la tecnología es un complemento indispensable para su desarrollo.

Aunque la confianza en la digitalización está en constante evolución y existen desafíos y riesgos asociados, los beneficios mencionados anteriormente han llevado a una mayor adopción y confianza en los sistemas digitales en diferentes áreas de la sociedad. Es importante destacar que la confianza también depende de que los actores involucrados en la digitalización, como las empresas, los empleados, los gobiernos implementen prácticas adecuadas de seguridad y protección de datos para mantener la confianza de los usuarios.

6 POSICIONAMIENTO DEL EMPRESARIO DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA

Los empresarios del sector de la hostelería consideran que se encuentran en un sector fuerte y que se sobrepone a todas las adversidades que se encuentra en su camino, sin duda se definirían como RESISTENTES.

Los empresarios querían y quieren seguir trabajando y existiendo como empresas, la mayoría pymes y autónomos. Y los clientes queríamos y queremos que sigan con su labor social. Gran parte de la socialización se realiza en sus locales, nos dan vida y alegría, es una forma de relacionarse en España.

Así mismo consideran de máxima importancia la existencia de un plan de empleo específico para el sector, y uno de sus ejes principales debe ser potenciar la formación profesional y en su modalidad dual. Entre todos los profesionales deben de conseguir que sea atractivo trabajar en el sector.

Sin duda, en todo lo anteriormente expuesto, hay una parte muy importante a desarrollar por los propios empresarios de la hostelería, tienen que buscar fórmulas que sean atractivas para atraer trabajadores a sus negocios. Los camareros, los cocineros y todos los profesionales relacionados con el sector tienen que sentirse orgullosos por el trabajo que realizan, dar de comer, servir a los clientes y ver su satisfacción por el trabajo bien realizado. Por lo que también se enfrenta a uno de los sectores económicos con más rotación en España

Para ello es necesario concienciar y asesorar las soluciones que le aporten más valor añadido a sus negocios. Soluciones digitales que les sirvan para diferenciarse de la competencia y que aporten control, adaptabilidad, automatización, eficiencia y rentabilidad.

La hostelería de hoy en día afronta ahora el futuro con más ganas, ilusión y retos en un nuevo escenario social. Este sector tiene la capacidad de generar felicidad y además tiene un gran valor económico, lo que lo convierte en motor de nuestro país.

Con el paso de los años, la hostelería ha evolucionado y lo sigue haciendo, sobre todo en este país, pues el sector de la hostelería tiene poder representativo en la economía. Resultado de ello, la creatividad en gastronomía, la profesionalización de los servicios, la majestuosidad de los locales y por supuesto clientes más exigentes hacen de la hostelería un sector potente con vistas hacia un futuro prometedor.

Para algunos, lo ven como una oportunidad de negocio: Para algunas empresas, la digitalización representa una oportunidad para innovar y crear nuevos productos o servicios, así como para llegar a nuevos mercados y clientes.

Y para unos cuantos como una amenaza para el empleo: Para algunos trabajadores, la digitalización puede percibirse como una amenaza para sus empleos, ya que muchas tareas que antes requerían mano de obra ahora son realizadas por máquinas y software.

El sector de la hostelería más allá de ser constituido por pequeñas y medianas empresas, que funcionan como cualquier compañía para el crecimiento económico de las naciones, no puede olvidarse como un símbolo más que cualquier otro de identidad cultural, por el cual debe cuidarse y respetarse los valores fundamentales que han hecho de esta tradición, algo vuestro. Pues su impacto en la vida personal y social de su gentilicio son indiscutibles.

Se constata, por tanto, que entre las principales barreras es el desconocimiento que implica la adaptación de la tecnología al campo laboral, se debe ampliar la

perspectiva y considerar esta herramienta para la mejora de los negocios, ya sea porque aumente productividad que permita incrementar el ticket medio o específicamente ahorrando costes. Si bien es cierto que la falta de estandarización, profesionalización y centralización y ayudar a superar todos estos retos requiere la implicación de un sistema que facilite la gestión de todos estos procesos y así permite que el capital humano pueda enfocarse en las tareas de gran valor.

Un aspecto clave es la preparación de los equipos de negocios, dotar al capital humano con las herramientas adecuadas, educarlos, fortalecer sus capacidades y sobre todo fidelizarlos a la filosofía de empresa. El talento joven cualificado se considera un elemento de vital importancia para la transición de los procesos tradicionales a la automatización. Pero si es verdad que su percepción varía dependiendo de las necesidades de cada sector.

Y entonces, ¿Qué es lo que la hostelería necesita?, hay diferentes maneras de gestionar la digitalización de la hostelería y a continuación se presentan algunos de los aspectos de hostelería que podrían necesitar más enfoque:

- ✓ Fidelización del cliente

Cada día es menos fiel y más exigente por lo que debemos generar esa confianza en él. Además, es muy importante formar al empleado (también en habilidades digitales) al que hay que preparar, pero también motivar y fidelizar.

- ✓ Objetivos estratégicos de negocio

La búsqueda de experiencias innovadoras y diferentes, y mejorar la fidelización e interacción con los clientes, se acercan cada vez más a los principales objetivos de ventas.

- ✓ La digitalización es clave

En este sentido, la digitalización nos permite afrontar los desafíos de crecimiento de la concentración empresarial, fidelización del cliente y la profesionalización del personal.

El pago con el móvil. Este elemento ya está presente en más del 70% de los establecimientos, y más del 30% planea implantarlo a corto plazo.

✓ La buena gestión como pilar fundamental.

Las plataformas para escandallos; gestión inventario, compras y proveedores; sistemas de fidelización; analítica de negocio o gestión de la merma y el desperdicio.

La tecnología para fidelizar convence más a la restauración organizada. Entre los clientes, hay división entre un interés fuerte por los que lo han probado, y los que no desean seguir invirtiendo.

✓ Control operativo y financiero.

Hay interés por controlar más áreas estratégicas o la planificación del negocio: análisis de la productividad, ingeniería de menús, elaboración de presupuestos y previsiones de ventas.

La reducción del consumo motivada tanto por la situación macroeconómica (influenciada por el factor turismo que tendrá especial impacto en determinadas regiones y en los locales de temporada) como por el nuevo consumidor, que contará con un menor poder adquisitivo.

En resumen, digitalizar tu restaurante significa una solución tecnológica completa, que incluye la transformación digital de todos los procesos operativos y financieros de tu negocio de hostelería.

7 CONCLUSIÓN

En estos momentos el sector de la hostelería se encuentra en un momento de cambio y adaptación, y se espera que se centren en la personalización, la sostenibilidad y la tecnología en el futuro. Su significado radica en que son altamente valorados por los españoles debido a que los establecimientos de hostelería son considerados como lugares de encuentro, socialización, gastronomía y diversión. Son parte esencial de la cultura española y reflejan la rica tradición de sociabilidad y hospitalidad del país.

De acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta, la tecnología no es solo ha traído mejoras nivel de comunicación e innovación, sino que a permitido que la gestión desde el primer punto de partida, la productividad. A parte que la satisfacción del cliente es imprescindible para garantizar el éxito del negocio. Pues como hemos dicho con anterioridad, el contacto personal no se pierde, sino que se potencializa.

Si es cierto que desde la pandemia ha exaltado de manera abrupta la importancia de la digitalización y la conectividad para mantener la vida personal, social y profesional de todas las poblaciones y de la vida económica. Ha sido evidente la aceleración de la digitalización tal y como lo expresa la hostelería, este momento significativo para muchos el impulso, que incluso va a reforzarse con el paso de los años.

En el futuro, la hostelería se vislumbra como un sector altamente innovador y adaptado a las demandas cambiantes de los clientes, sino también de sus procesos que con el paso del tiempo se ha vuelto cada vez más exigente, acelerado. Por lo tanto, la digitalización y la hostelería están interconectadas en varios aspectos clave, como la experiencia del cliente, la eficiencia operativa, el marketing, el análisis de datos y la adaptabilidad. Al aprovechar las oportunidades que ofrece la digitalización, los negocios de hostelería pueden mejorar su funcionamiento, atraer y retener clientes, y adaptarse a un entorno en constante evolución.

Se espera que la hostelería siga evolucionando para brindar experiencias más personalizadas, sostenibles e innovadoras. Los establecimientos exitosos serán

aquellos que se adapten rápidamente a las nuevas tendencias y demandas del mercado, y que se enfoquen en satisfacer las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes.

Por otro lado, sí que es verdad pese a sus esfuerzos no se han mostrado muy satisfechos con los resultados, consideran que a pesar de que la digitalización ha sido el camino por el cual transitar para no morir, los resultados obtenidos no han sido lo esperado. Su experiencia les ha demostrado que deben seguir trabajando constantemente hasta poder alcanzar el desarrollo que demandan.

En lo referente al estudio, se aprecia como muchos hosteleros reconocen los beneficios de la digitalización en términos de eficiencia operativa. La implementación de sistemas digitales puede ayudar a agilizar con casi todos los procesos y, por otro lado, Algunos hosteleros pueden enfrentar dificultades al adaptarse a la digitalización debido a la falta de conocimientos técnicos, la inversión inicial requerida o la resistencia al cambio. La implementación de nuevas tecnologías puede requerir tiempo y recursos adicionales, y algunos propietarios pueden tener preocupaciones sobre la seguridad de los datos o la dependencia excesiva de la tecnología en detrimento del toque humano que caracteriza a la hostelería tradicional.

Para concluir, la digitalización se ha convertido en una parte cada vez más importante de la industria de la hostelería. Si bien puede haber ciertas barreras o preocupaciones asociadas, muchos hosteleros reconocen los beneficios que ofrece en términos de eficiencia operativa, mejora de la experiencia del cliente y competencia en el mercado actual.

8 ANEXOS

8.1 FORMULARIO SOBRE DIGITALIZACION EN EL SECTOR HOSTELERO

1. En una escala del 0 al 5 ¿Cómo ha sido de fácil ha sido para usted digitalizarse?

Muy difícil _____ Muy fácil

1 2 3 4 5

2. Aproximadamente cuantas aplicaciones digitales utiliza en su establecimiento

- 1
- 2 a 3
- 4 a 5
- Más de 5

3. ¿Qué nivel de conocimientos tiene usted sobre el uso de la tecnología y digitalización en su implementación en su establecimiento?

- Muy informado
- Bastante informado
- Poco informado
- Nada informado
- No sabe
- No contesta

4. En términos generales, podría comentarnos su experiencia con el uso de la tecnología en el sector hostelero. ¿Está satisfecho con el resultado obtenido hasta la actualidad?

5. ¿Está de acuerdo en que la digitalización implantada en la empresa ayuda a ofrecer mejores productos y servicios a los clientes?

- Muy de acuerdo
- Bastante de acuerdo
- Poco de acuerdo
- Nada de acuerdo
- No sabe
- No contesta

6. ¿Qué retorno espera recibir de la inversión en digitalización?

- Incrementar los ingresos
- Mejorar la rentabilidad
- Mejorar la experiencia del cliente
- Reducción en los costes
- No sabe
- No Contesta

7. ¿Considera que el Covid-19 ha acelerado su proceso de digitalización?

- Si
- No
- Un poco

Puede comentarnos su opinión sobre su proceso

8. ¿Con el uso de la digitalización se cuida la seguridad de los datos personales de los usuarios?

- Muy de acuerdo
- Bastante de acuerdo
- Poco de acuerdo
- Nada de acuerdo
- No sabe
- No contesta

9. ¿Qué inconvenientes considera que han dificultado su proceso de transición hacia la digitalización?

- Falta de presupuesto de inversión
- Falta de estrategia o plan a seguir
- Falta de personal capacitado
- Persiste una cultura de trabajo que resiste a digitalizarse
- No se ha tenido dificultad

10. En términos generales, ¿cuál es su grado de confianza en el futuro sobre la digitalización en una escala de 0 a 10, donde 0 es ninguna confianza y 10 es mucha confianza?, y ¿a qué se debe su nivel de confianza?

11. Hablando en relación con las actividades que se realizan rutinariamente con el uso de las aplicaciones tecnológicas está de acuerdo con alguna de las afirmaciones siguientes

	SI	NO	NO SABE
Mejora las comunicaciones internas entre empleados			
Genera un mayor grado de satisfacción laboral			
Percepción por parte del cliente de un ambiente sofisticado			

12. Para finalizar, por favor escriba un comentario o sugerencia que considere importante añadir.

9 REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- *Asociación de directoras y gerentes.* (27 de 05 de 2023). Obtenido de Asociación de directoras y gerentes: <https://directoressociales.com>
- *Datosmacro.* (04 de 06 de 2023). *Datosmacro.* Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com>
- *Empresario_de_Hostelería.* (24 de 05 de 2023). *Cultura Hostelera.* (M. D. Berti, Entrevistador)
- *HAYS.* (28 de 05 de 2023). *Cinco Beneficios de la Digitalizacion en las compañías.* Obtenido de <https://www.hays.cl>
- *Hostelco.* (25 de 06 de 23). *Herramientas Digitales para la Hostelería de hoy.* Obtenido de <https://www.hostelco.com>
- *Hosteleria, A. d.* (01 de 06 de 2023). *Hostelería de España.* Obtenido de Hostelería de España: <https://www.cehe.es>
- *IAB_Estudio.* (25 de 05 de 2023). *Estudio de Redes Sociales 2023.* Obtenido de <https://iabspain.es>
- *ICEX.* (04 de 06 de 2023). *Guía de Negocios en España 2022.* Obtenido de Guía de Negocios en España 2022: <https://www.icex.es>
- *Instituto Nacional de Estadística .* (10 de 04 de 2023). *Instituto Nacional de Estadística.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.es>
- *Instituto Nacional de Estadística.* (04 de 06 de 2023). *Instituto Nacional de Estadística.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.es>
- *Instituto_Tecnologico_Hotelero.* (12 de 04 de 2023). *Instituto Tecnologico Hotelero.* Obtenido de Instituto Tecnologico Hotelero: <https://www.ithotelero.com/>
- *Interempresas, C. S.* (04 de 06 de 2023). *El futuro de la Hoteleria.* Obtenido de El futuro de la Hostelería: <https://www.interempresas.net>

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (25 de 05 de 2023). *Estudio de Digitalización de la Hostelería*. Obtenido de Estudio de Digitalización de la Hostelería: <https://www.segittur.es>
- Obreras, S. C. (01 de 06 de 2023). *Análisis de empleo en el sector de la Hostelería 2019-2021*. Obtenido de Análisis de empleo en el sector de la Hostelería 2019-2021: <https://www.ccoo-servicios.es>
- Open_Ideas.es. (28 de 05 de 2023). *Herramientas Digitales para el sector de la Hostelería*. Obtenido de <https://www.open-ideas.es>
- *Producción anual del sector de la hostelería en España de 2010 a 2020*. (10 de 05 de 2023). Obtenido de <https://es.statista.com>
- Randstad. (04 de 06 de 2023). *Randstad*. Obtenido de Randstad: <https://www.randstad.es>
- Secretaria_de_Estado_de_Turismo. (01 de 06 de 2023). *Informe de Digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas españolas*. Obtenido de <https://www.pymeturisticadigital.es>
- Sindicato_CCOO_Federación_de_Servicios_de_Comisiones. (25 de 05 de 2023). *Análisis del Empleo en el Sector de la Hostelería 2019-2021*. Obtenido de Análisis del Empleo en el Sector de la Hostelería 2019-2021: <https://www.ccoo-servicios.es>
- Statista. (25 de 05 de 2023). *Evolución anual de las ventas en el sector de la restauración en España de 2015 a 2021*. Obtenido de Evolución anual de las ventas en el sector de la restauración en España de 2015 a 2021: <https://www.statista.com>
- Statista. (01 de 06 de 2023). *Número de empresas del sector de la restauración en España a 1 enero de 2021*. Obtenido de Número de empresas del sector de la restauración en España a 1 enero de 2021: <https://www.statista.com>
- Talent_Bar. (15 de 05 de 2023). *Oportunidades y Retos para la Hostelería en la era del Covid-19*. Obtenido de Oportunidades y Retos para la Hostelería en la era del Covid-19: <https://www.bartalentlab.com>

