



Industria Industria

Restaurantera-Restaurantera

Industria Industria

Restaurantera-Restaurantera

Industria Industria

Restaurantera-Restaurantera

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANtera.

*TECHNOLOGY AND INNOVATION IN THE
RESTAURANT INDUSTRY.*

Maribel Méndez Rodríguez.

UNIVERSITA CIENCIA

Revista electrónica de
investigación de la universidad de
Xalapa. AÑO 9, NÚMERO 25. MAYO-
AGOSTO 2020. ISSN 2007-3917





SUMARIO: Introducción. Desarrollo. I. La Industria Restaurantera en Xalapa Veracruz. II. Antecedentes de la Industria Restaurantera en México. III. Factores que influyen en el crecimiento empresarial. IV. Tendencia de crecimiento y desafíos. V. Tecnología e Innovación en la Industria Restaurantera en México. VI. Tecnologías de software para restaurantes a nivel internacional. Conclusión. Fuentes citadas.

RESUMEN

En el presente artículo se detalla la situación actual de la Industria Restaurantera, iniciando con el contexto socioeconómico del tipo de empresas existentes en la ciudad de Xalapa, Veracruz; posteriormente se abordan los factores que influyen en el desarrollo empresarial de estos negocios, así como la tendencia de crecimiento que se ha presentado en la última década y los desafíos que han enfrentado los restaurantes en México. Por último, se profundiza en la importancia del uso de las tecnologías y su impacto en la innovación como valor agregado en la competitividad del sector restaurantera a nivel nacional e internacional.

Palabras clave: Innovación, Competitividad, Macroambiente, Globalización, Generación Z, Millenials, Generación X, BabyBoomers, Acciones tecnológicas, Software, Plataformas.

ABSTRACT

This article details the current situation of the Restaurant Industry, starting with the socioeconomic context of the type of companies existing in the city of Xalapa, Veracruz; Subsequently, the factors that influence the business development of these businesses are discussed, as well as the growth trend that has occurred in the last decade and the challenges that restaurants in Mexico have faced. Lastly, the importance of the use of technologies and its impact on innovation as an added value



in the competitiveness of the restaurant sector at national and international level are explored.

Keywords: Innovation, Competitiveness, Macro environment, Globalization, Generation Z, Millenials, Generation X, BabyBoomers, Technological actions, Software, Platforms.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de nuevas tecnologías de aplicación para distintos tipos de servicios es una herramienta fundamental para el posicionamiento, crecimiento y desarrollo empresarial, siendo el atractivo para las nuevas generaciones en la calidad del servicio que ofrece la Industria Restaurantera. Con las innovaciones generadas a nivel internacional para cubrir las distintas necesidades de recursos económicos, financieros, técnicos y humanos en las estructuras organizacionales, con una diversificación multicultural en el intercambio de bienes y servicios entre las empresas, conlleva a tener que competir en un mundo globalizado, donde los estándares de calidad en el servicio han sido modificados y requieren de mayor exigencia en la actualidad para obtener un status dentro del ámbito empresarial.

Se debe recordar que en su momento el Distintivo H fue un requisito indispensable por parte de la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, otorgando un plus a los restaurantes que lo obtenían, las nuevas tendencias son encaminadas al uso de la tecnología como una estrategia en la gestión del conocimiento para la Innovación que permita tener procesos más eficientes y eficaces.

Desarrollo.

I. LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN XALAPA, VERACRUZ.



La ciudad de Xalapa de Enríquez, Ver., capital del estado de Veracruz, se ubica en la región turística cultura y aventura, su economía se basa en los servicios y comercios, de acuerdo a su población flotante es considerada como una economía cuya industria restaurantera aprovecha las eventuales economías de escala propiciadas por el alto flujo de demandantes foráneos. Con base en datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) al 15 de marzo de 2017 existen en Xalapa 3,077 establecimientos económicos de servicios de preparación de alimentos y bebidas; sin embargo, sólo 43 están inscritos en el Registro Nacional de Turismo de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz (SECTUR) y 14 afiliados a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC). (Pérez, 2017).

En el ámbito de la investigación en Xalapa, sobre el tema de la competitividad de los restaurantes, “La gestión del conocimiento como estrategia de innovación en la industria restaurantera de Xalapa, Veracruz “es uno de los artículos más recientemente publicados. El objetivo de este artículo es profundizar en el contexto del uso de tecnologías en la innovación del sector restaurantero.

La globalización y la apertura a nuevos estándares de calidad en el servicio, el cambio generacional con disponibilidad para conocer una diversidad de cultura alimentaria, el manejo de tecnologías en la innovación de los procesos, es el inicio de otra etapa para la modernización, crecimiento y desarrollo empresarial de esta Industria.

II. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA RESTAURANtera EN MÉXICO.

La actividad turística es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial; para México y para muchos otros países, se ha convertido en una de sus principales actividades económicas; el sector de los restaurantes y de preparación de alimentos y bebidas juega un papel fundamental.





De acuerdo con la última validación estadística ponderada que hizo el INEGI y de acuerdo con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas en el país, al 15 de marzo de 2017 existen registradas 553,211 unidades económicas con base en la actividad económica, 722 servicios de preparación de alimentos y bebidas, de las cuales; micro 541,262, pequeña 11,878, Mediana y Grande 71, en la industria restaurantera predominan los establecimientos micro con un 97.84% del total de la industria y concentra el 77.72% del personal ocupado.

Este sector representa un motor importante para la economía nacional; es la segunda rama económica en generación de empleo y la primera en autoempleo; genera más de 1.5 millones de empleos directos (46.9% son ocupados por hombres y 53.1% por mujeres; 59% son familiares de los dueños de los restaurantes) y más de 3.5 millones de empleos indirectos. Se constituye como uno de los últimos eslabones en la cadena productiva industrial y comercial, impactando en 63 de 80 ramas productivas, datos obtenidos de los Censos Económicos del 2014.

La existencia de cámaras empresariales como la CANIRAC y la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) han permitido la vinculación entre los restauranteros, a fin de compartir los factores internos de la empresa y el microambiente que afectan las actividades para mejorar la competitividad; las principales acciones que estas asociaciones han venido desarrollando están enfocadas en el tema de la capacitación, el impulso de la gastronomía como elemento detonador del turismo, el financiamiento acorde a las necesidades del sector; así como la participación en promociones, ferias y exposiciones dentro y fuera de México.

Se presenta un panorama nacional del crecimiento y desafíos que ha tenido la Industria Restaurantera en la última década, así como la tendencia internacional del uso de las nuevas tecnologías en otros países del continente europeo y asiático, sobre la aplicación de Software permitiendo la innovación como solución a las





necesidades actuales de los comensales, la disminución de costos operativos y la generación de mayores ingresos.

III. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL.

El crecimiento de un restaurante depende de varios factores internos como: la disponibilidad de financiamiento, estructuración administrativa, negociación de proveedores, precios competitivos, calidad en el servicio al cliente, alternativa de menús para distintos gustos y preferencias de los clientes, proceso productivo eficiente, planes de marketing, así como la tecnología e innovación como parte del valor agregado.

Es necesario mencionar los factores externos que influyen en la generación de ingresos de este tipo de negocios como son: el poder adquisitivo de la población, la generación de empleos, congestión vehicular que impide el desplazamiento a los centros de trabajo, implicando mayor tiempo y distancia lo cual propicia comer fuera de casa, principalmente en las grandes ciudades, entre otros.

Lo anterior ha despertado el interés en el consumidor de acudir al restaurante con diversos motivos, entre estos: comidas familiares, hacer negocios, convivir con los amigos, buscar prestigio o estatus. Aunado a esto la difusión del sector turismo en los diferentes estados de la República ha permitido el incremento en la apertura de empresas.

El modelo de gestión de un restaurante debe contribuir a la eficiencia en sus operaciones, con la búsqueda continua de incrementar la satisfacción de los clientes para asegurar que estos regresen, independientemente del posicionamiento que se haya logrado al conocer a detalle el segmento de mercado que se tenga cautivo.

Una característica de los restaurantes en México es la tendencia a desaparecer después de cierto tiempo, cuando el nicho de mercado al cual se está dirigiendo pierde su interés por tratarse de un segmento que solamente consume productos





novedosos, este tipo de negocios son más vulnerables a cerrar por no contar con estrategias innovadoras constantes, las nuevas generaciones son un claro ejemplo de un tipo de mercado no cautivo.

No es un secreto que en últimas fechas las apps de pedido a domicilio han cambiado la tendencia de consumo del mercado mexicano, estudios en el mercado americano de la empresa NPD Group indican que los servicios de entrega de alimentos registraron considerables ganancias y representan el 50 por ciento las entradas por servicio a domicilio, sin duda la euforia por los pedidos digitales representan una gran oportunidad para un restaurante, es un momento oportuno para plantear una estrategia que incluya estos servicios digitales, entre las opciones actuales del mercado se encuentran Rappi, Sin delantal, Uber eats y Soft Restaurant App, esta última ofrece conexión directa con el sistema de punto de venta Soft Restaurant®, el diseño de la propia app, entre muchos más beneficios.

Fuente: <https://softrestaurant.com.mx/articulos-de-interes/454-4-tendencias-en-la-industria-restaurantera-para-2019>

IV. TENDENCIA DE CRECIMIENTO Y DESAFÍOS.

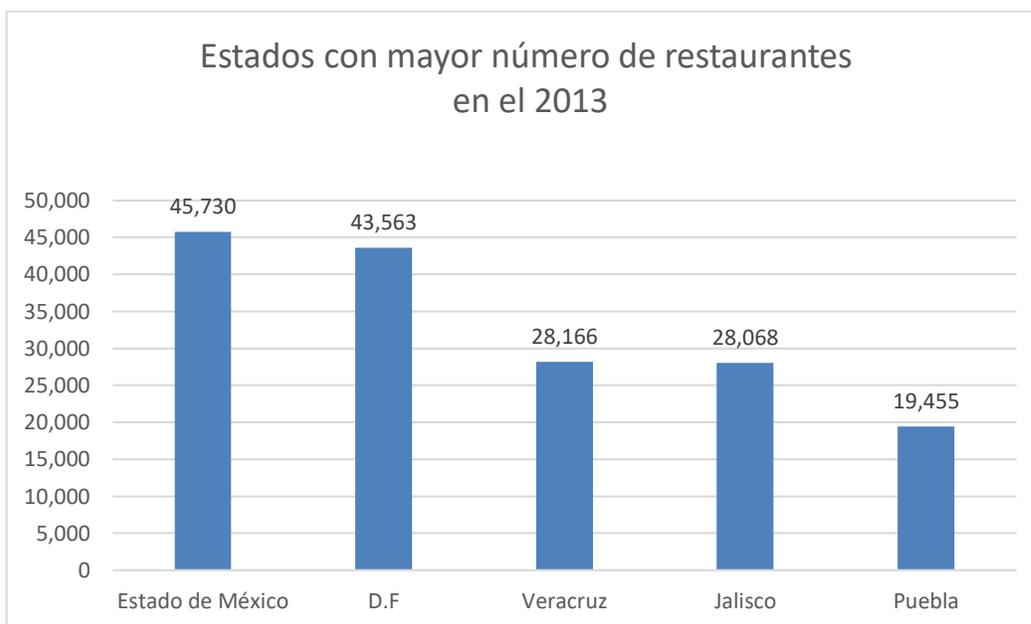
Históricamente, un factor importante a considerar en el crecimiento de la industria restaurantera es la caída de las ventas en el 2009, debido a la crisis económica y financiera del país como consecuencia de la recesión económica mundial, que se dio por la crisis financiera del 2008 cuando el sistema financiero estadounidense y los sistemas financieros alrededor del mundo colapsaron. Esto detuvo los préstamos bancarios siendo la principal fuente a la que recurren este tipo de empresas.

A pesar de la crisis económica que enfrentó el sector restaurantera en el 2008, como se puede observar en la Gráfica1, el Estado de Veracruz ocupó el tercer lugar de los cinco estados con mayor número de restaurantes en el 2013.





GRÁFICA 1.



Fuente: Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. (CANIRAC).

Entre los desafíos que enfrentaron en el país, se pueden mencionar: la emergencia sanitaria por la Influenza AH1N1, que tuvo un impacto inmediato de caída en ventas en mayo de 2009 de 60%, en ciudades como México, Cancún, Cozumel, San Luis Potosí y los Cabos la disminución fue hasta de 90% y se estima que cerraron alrededor de 6,000 establecimientos, la inseguridad e incremento de la delincuencia con fuerte impacto en las ventas que originó el cierre de restaurantes, entre otros. (Suárez, 2014).

V. TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN MÉXICO.

El uso de la tecnología es una herramienta indispensable en todas las empresas para mantener su posicionamiento en el mercado haciéndolas más competitivas. La industria restaurantera no es la excepción, la aplicación de distinto *software* en cada



uno de los países ha mejorado procesos productivos, administración de inventarios, reducción de tiempos de demora en atención al cliente, optimización de los insumos, alternativas de pago por consumo, así como la diversificación de platillos como estrategia de innovación que otorgue un valor agregado en la distinción con la competencia.

Para Fredy Martínez, gerente comercial de SAT -una empresa colombiana dedicada a comercializar cajas monederas, llamadores de mesa, impresoras térmicas, pantallas táctiles, entre otros dispositivos interactivos- *“los negocios cada vez son más conscientes de que el consumidor cambió, y esto los ha llevado a evolucionar con el fin de contar con herramientas más instantáneas que les permitan trabajar de forma rápida y sencilla, y brindar una mejor experiencia”*.

Por la anterior, SAT sugiere cinco acciones tecnológicas para incrementar los niveles de eficiencia de los restaurantes:

- a) **Una buena conexión a internet:** Contar con una buena conexión a internet es importante para atender a tiempo las solicitudes de los clientes por redes sociales. Estos espacios virtuales son el mayor soporte que se tiene para la difusión de la marca, así que no pueden pasar desapercibidos. Recordar que [la conexión a internet y la velocidad dependen de varios factores](#). Además de la velocidad y el costo, también se debe considerar la fiabilidad, la consistencia y la seguridad.

- b) **Usar una impresora de pedidos:** En la cocina, hacer uso de una impresora de pedidos conectada a la red o a un sistema de identificación para el control del tiempo de los empleados, permite observar el desempeño de los colaboradores: cuánto tiempo se demoran en tomar una orden y llevarla a la cocina, y después de esto, cuántas horas transcurren entre la preparación del plato y servirlo en la mesa del cliente.



- c) **Usar un equipo para la toma de comandas:** En el comedor, ubicar estratégicamente equipos para la toma de comandas (que pueden ser impresoras o visualizadas en un monitor de la cocina), aseguran agilidad en la atención al cliente. Igualmente, se pueden implementar unos llamadores de mesa (botón de llamado inalámbrico) para notificar al mesero que la mesa necesita de su atención.
- d) **Usar un equipo táctil para recibir los pagos:** Un equipo industrial táctil (preferiblemente con doble pantalla para poner el logo de la empresa) junto a otros equipos periféricos como un cajón monedero, una impresora o un detector de dinero falso, transmiten una sensación de confianza al cliente, a la vez que protegen tu negocio.
- e) **Un [sistema de vigilancia 24/7](#):** Estos sistemas, además de garantizar la seguridad del restaurante, brindan tranquilidad a los comensales. A la hora de comprarlo, se debe analizar qué tan alto es su consumo de energía, ya que la idea es que esté siempre funcionando y no se tenga que apagar. Así mismo, existen entornos de trabajo con temperaturas altas o bajas (como las cocinas) que podrían incidir en los resultados del video.
- “Los principales beneficios de la innovación tecnológica en los restaurantes son: mejorar el servicio de cliente; aumentar los ingresos debido a la cantidad de compra de productos, pedidos frecuentes y pagos por adelantado; optimizar la gestión de la capacidad, al prever -por ejemplo- el volumen de uso de la cocina con base en los pedidos; ser más precisos en las comandas, la producción y la presentación del pedido; y el avance de las relaciones con el cliente al obtener información suficiente para desarrollar nuevas estrategias, crear promociones y medir su satisfacción”.
- (Luzardo 2017).

VI. TECNOLOGÍAS DE SOFTWARE PARA RESTAURANTES A NIVEL INTERNACIONAL.



La inversión en innovación y desarrollo, es una de las prioridades que los empresarios deben considerar, con la finalidad de brindar un mejor servicio en los gustos y preferencias de los comensales. Un claro ejemplo de este tipo de decisiones es el país de España, el cual tiene una gran oferta en hostelería y restauración a todos los niveles, la apuesta por la innovación y el desarrollo tecnológico es uno de los retos más importantes.

Actualmente el restaurante [Etxanobe](#) en Bilbao ha utilizado los recursos que le ofrece la tecnología para crear un nuevo concepto, el restaurante interactivo. Una innovación que le permite mejorar el trato con el cliente y ofrecer una nueva experiencia gastronómica al cliente. [Fernando Canales](#), chef del restaurante, explica cómo la idea de sustituir la carta tradicional por un [iPad](#) en el que los comensales pueden elegir los platos, ver los ingredientes e incluso ver en un vídeo cómo se ha elaborado la receta mejora notablemente la relación con el cliente, además, el iPad les permite opinar sobre el mismo al instante.

Por otro lado, cabe destacar el uso de la tecnología en el restaurante japonés [INAMO](#) en Inglaterra, el cual muestra a sus clientes lo que mejor saben hacer, cocinar los alimentos. Las mesas del INAMO disponen de un proyector que muestra el panel de control a través del cual el cliente solo tiene que sentarse a la mesa y elegir su menú. Sin esperas. Además, a través de la pantalla que aparece en la mesa se puede conocer el importe que se debe abonar por la comida, pedir un taxi y muchas otras cosas.

El software como en todas las industrias se integra a los procesos ya hechos antes, y simplemente reemplaza el papel en contabilidad, manejo de inventarios, proceso de producción, procesos administrativos y legales; cabe destacar que las costumbres en el ámbito de la preparación de alimentos, es diferente en cada una de las culturas de los países, especialmente a nivel internacional, surgiendo la necesidad de distintos requerimientos.





Lo anterior contribuye a que el software en el área restaurantera, empieza a segmentarse con la adopción del mismo, aunque actualmente existen pocos que se encuentran a nivel global, hay decenas de ellos en cada país que buscan satisfacer las necesidades específicas, prometiendo una mayor optimización de los procesos en comparación a un actor global que tiene un software general y que puede ser complejo de adaptar a las necesidades, que uno local.

El ahorro de tiempo en la entrega de la comanda al área de cocina, ha sido una de las principales innovaciones para la adquisición de software, que permita la eficiencia en el servicio al cliente, acelerando la preparación de los alimentos con una atención más rápida agilizando el proceso de producción. Esta modernización evita problemas de comunicación e interpretación por ilegibilidad de la comanda, así como la recepción de múltiples órdenes en las horas de mayor asistencia de comensales.

El nacimiento de las franquicias de comida rápida ha sido probablemente el más grande innovador en operación, aunque la comida rápida no es considerada un restaurante para muchos, el crecimiento de las franquicias ha sido tal que algunos lugares de comida rápida hoy son más grandes que un restaurante. La operación en estos lugares se podría describir como un semiautoservicio, ordena, paga, espera, (en diferente orden algunas veces), para después tomar la comida y sentarse. En otros llevan la comida si se registra dónde se va a estar sentado, en algunos avisan cuando está lista mediante un chip que emite sonido y luz comandado a distancia desde la cocina o área de servicio.

En los últimos años, estos modos de operación han generado la innovación. Por ejemplo, en Suecia, Futureorderingha creado una máquina de autoservicio donde las personas pueden ordenar y pagar por ellas mismas, reduciendo el personal para tomar órdenes o para pagar en los puntos de venta, cortando completamente el intermediario entre la producción y el cliente. Fuente: <https://www.futureordering.com/>





Es importante enfatizar que en Europa los salarios son más altos, incrementando hacia el norte, siendo Escandinavia, el principal innovador por automatización de procesos en el área de servicio.

Paralelamente, el servicio a domicilio y el servicio “para llevar” han crecido significativamente y el mercado está siendo repartido mayoritariamente entre: FoodoraGmbH, UberEats, Wolt, Deliveroo, JustEat; cuando estas plataformas entran al mercado, generan un potencial de clientes que de otra forma el restaurante no tendría. La competitividad entre los distintos tipos de software está haciendo que bajen las comisiones para utilizarlos no obstante aún son muy altas.

Sin embargo, la presencia de esta nueva alternativa de venta genera un desafío legalmente todas las ventas tienen que ser registradas en el punto de venta, ninguna de las plataformas anteriormente mencionadas ofrece integración. Se puede especular que la principal razón es el crecimiento. Teniendo cada país decenas de software de puntos de ventas, la integración llevaría demasiado tiempo además de coordinación, comunicación y contratos entre empresas. El más afectado, es el restaurantero, ahora tiene más canales de venta, pero existe un caos de operación.

La producción de comida puede ser para llevar, para entrega a domicilio y para una mesa, todas tienen que ser producidas al tiempo correcto, de acuerdo al canal.

Este problema genera oportunidades que están siendo tomadas por varios actores, uno de ellos es: Weorderde Noruega (Digital commerce for restaurants & cafes). La función más relevante de este software en operación, es su forma de organizar las ordenes por prioridad y horario pudiendo de tal forma tener un mayor control en los procesos de producción (cocina). Ofreciendo una visualización digital de las comandas e invitando a otros actores a usar su aplicación para integrarse a su software y crear orden en el proceso de producción del restante, mejorando de esta manera la operación del mismo.





También se tiene a Deliverect (Connecting your online food delivery channels) de Bélgica, quienes apuestan por unificar todos los canales de venta hacia el punto de venta del restaurante. Su forma de atacar el problema es discutiblemente no muy innovadora, una unificación de canales hacia un modelo de operación ya existente. Sin embargo, esta unificación, siendo digital, abre las puertas a cualquier cambio en operación que emerge en el futuro de manera prácticamente instantánea, y ahí está su valor de innovación.

El uso de tecnologías en la forma de pago es un complemento indispensable en la competitividad de la Industria Restaurantera a nivel internacional, otras formas de pago han llegado al mercado, en el teléfono móvil se considera que está dividido en dos: pagos OEM (Original Equipment Manufacturer) y pagos de una tercera parte. La principal diferencia es que los primeros son implementados por los mismos distribuidores del producto, Apple Pay, Google Pay, Microsoft Pay, Samsung Pay siendo los más conocidos. Y muchas terceras empresas que se integran a esto siendo terceras partes. Las dos formas de pago requieren que la persona registre su tarjeta bancaria la primera vez, la diferencia es que para las que no son OEM, el usuario tiene que activamente bajar el “app” de la compañía, además. Mientras que las OEM, el software de pago está incluido como parte del software del teléfono.

En el 2018 al mismo tiempo entra al mercado escandinavo Apple Pay y Google Pay., en Escandinavia cada país tiene su propia tercera empresa de pago que ha sido éxito, en Noruega Vipps, en Suecia Swish, en Dinamarca Mobilepay.

El continente asiático por otro lado tiene dos grandes actores: WechatPay y Alipay Los cuales hacen uso de códigos qr, la razón principal es que el costo es más bajo que NFC (Nearfield communication) y en esos países surge su adopción rápidamente después de ser creados.

En noruega la aplicación de pago más conocida (Vipps) hace su propio intento por tomar el mercado pequeño, creando una opción para los microempresarios de poder recibir pagos directamente desde la app como transferencia bancaria. Cabe





mencionar que no reemplaza ni complementa ninguno de los anteriores mencionados, simplemente cumple otra necesidad que también existe. Cuando no se tiene un comercio fijo y es un punto de venta movable, pero se requiere recibir dinero electrónicamente en un periodo de tiempo a corto plazo y no se tiene un software. Fuente: <https://apps.apple.com/us/app/vipps/id984380185?l=es>

Analizando el proceso básico y los pasos clave de operación en el servicio:

1. Selección de lugar (mesa)
2. Escaneo del menú y decisión.
3. Orden
4. Producción
5. Entrega para el consumo.

Al día de hoy hay restaurantes que tienen sus apps, se puede registrar la forma de pago dentro del app, registrar la mesa en donde se encuentra el comensal, así puede ordenar y pagar cuando lo requiera el cliente, esto evita tener que esperar por la cuenta.

Con lo anterior surge la pregunta ¿se está dispuesto a la innovación?, no es fácil de responder ya que implica muchas costumbres y culturas a nivel global, en países con más diferencias en las clases sociales puede no ser tan atractivo por que el cliente tiene poder adquisitivo y se puede especular que tiene más tiempo, y quiere que alguien le atienda. Siendo completamente falso en culturas donde las clases sociales no son tan diferentes, como es en Escandinavia, cuando una persona puede hacerlo ella misma, no va a esperar por alguien más que lo haga, simplemente lo lleva a cabo, el ser servido no es una prioridad por que el concepto de diferencia de clase social no necesita ser demostrado. Al menos no al mismo nivel de un país con muchas clases sociales. Las implementaciones mencionadas anteriormente en Asia, América y Escandinavia ilustran exactamente estas diferencias culturales cuando se analizan a detalle.





El próximo en desaparecer con la tecnología y la innovación es el mesero. Si se visualiza el futuro siguiendo el ejemplo de los países más avanzados y con menos diferencias sociales como lo es Escandinavia. El restaurante necesita un host que esté ahí para el calor y atención humana, que todo cliente busca tener al llegar a un lugar, este como tal se comportará a la altura y estará ahí para asistir en todo momento, pero no como mesero, las personas tienen un teléfono con las capacidades de software para poder ordenar y pagar ellos mismos. El segundo puesto es un garrotero, el conoce el lugar y el software como la palma de su mano y distribuye la comida y la bebida de forma eficiente. Un lugar que el día de hoy funciona con cinco personas en el piso puede probablemente ser reducida a dos personas. Manteniendo el servicio y mejorando la operación, junto con una reducción en los costos operativos.

Conclusión.

En los últimos años la inversión en los restaurantes en software está enfocada únicamente en los procesos administrativos, sin embargo, las inversiones en los próximos años parecen estar encaminadas a perfeccionar la experiencia del cliente, mejorar la movilidad y propiciar nuevas formas de comunicación con los usuarios en el mundo digital, repercutiendo así incorporar el uso de dispositivos tecnológicos en los procesos operativos de este sector.

Es importante resaltar los dos grupos de gerentes de restaurantes que se consideran existen actualmente, aquellos con más predisposición por la innovación y que están adelantando a sus competidores gracias a esta; así como los rezagados, quienes, aunque estén invirtiendo en tecnología, o es muy poco e insuficiente, o es de una forma desacertada y no están consiguiendo resultados positivos.

Es notorio el avance tecnológico que existe en las diferentes áreas laborales en las empresas, beneficiándose en la reducción de costos operativos, lo cual podría pensarse cómo una desventaja al tener que recortar personal innecesario, sin embargo, en la gestión del conocimiento es importante la reubicación del personal





en otras actividades a realizar dentro de la misma, o bien, como mano de obra especializada al recibir capacitación para manejar dispositivos más complejos.

Fuentes citadas.

Díaz. L. Vargas M. Sandoval G. (2013). “La importancia de las innovaciones en la industria restaurantera,Caso específico restaurantes de puerto Vallarta, Jalisco.”Recuperado:

http://biblioteca.univa.mx/Anuario/2013/2013_20_la_importancia.pdf. (14/12/2018)

Luzardo Ana María, (2017), “5 Acciones tecnológicas para un restaurante más eficiente” Recuperado: <https://www.enter.co/especiales/empresas-del-futuro/5-acciones-tecnologicas-para-un-restaurante-mas-eficiente/>, (05/12/2018).

Pérez Zúñiga EberJardiel, Alonso Iglesias Julio (2017) “La gestión del conocimiento como estrategia de innovación en la industria restaurantera de Xalapa, Veracruz”. Recuperado de: https://www.uv.mx/icp/files/2017/12/horizontes_06_art07.pdf. 20/12/2018.

SuárezRodríguez Irma Brígida, López ArreolaNancy (2014), “El control de costos como factor de rentabilidad En el sector restaurantero de Ciudad Valles, San LuisPotosí,México”,Recuperado:<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/7.02.pdf> (07/11/2018).

<https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/la-innovacion-un-gran-reto-para-el-sector-de-la-restauracion>.

<https://apps.apple.com/us/app/vipps/id984380185?l=es>





<http://canirac.org.mx/images/files/TODO%20SOBRE%20LA%20MESA%20ESTUDIOS%20DE%20LA%20INDUSTRIA.pdf>

<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/>

<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

<https://softrestaurant.com.mx/articulos-de-interes/454-4-tendencias-en-la-industria-restaurantera-para-2019>

