

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.157>

Tecnologías de Información y Comunicación en Empresas del Sector Restauranero

Information and Communication Technologies in Companies of the Restaurant Sector

Rosa Elba Valenzuela Acosta

Instituto Tecnológico de Sonora
rosa.valenzuela205914@potros.itson.edu.mx
Sonora, México

Mariana Janeth Moreno Valenzuela

Instituto Tecnológico de Sonora
mariana.moreno205127@potros.itson.edu.mx
Sonora, México

Sergio Ochoa Jiménez

Instituto Tecnológico de Sonora
sergio.ochoa@itson.edu.mx
Sonora, México

Carlos Armando Jacobo Hernández

Instituto Tecnológico de Sonora
carlos.jacobo@itson.edu.mx
Sonora, México

Artículo recibido: día 26 de octubre de 2022. Aceptado para publicación: 16 de noviembre de 2022.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) 

Como citar: Valenzuela Acosta, R. E., Moreno Valenzuela, M. J., Ochoa Jiménez, S., & Jacobo Hernández, C. A. (2022). Tecnologías de Información y Comunicación en Empresas del Sector Restauranero. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 899-908 <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.157>

Resumen

Las tecnologías de la información y comunicación, adquirieron mayor importancia en tiempos actuales, debido a la pandemia y el aislamiento social. Las empresas dedicadas a la venta de alimentos, por necesidad han incorporado dicha tecnología a su negocio. Por tal motivo, el objetivo de este estudio fue identificar el uso de las tecnologías de información en las empresas del sector restauranero. Para ello, se utilizó un cuestionario con 16 preguntas aplicado a empleados de 70 empresas de alimentos y bebidas en Ciudad Obregón, Sonora; México. Los primeros hallazgos permitieron afirmar que la mayoría de los establecimientos utilizan tecnologías de información, dentro de las más usadas son las aplicaciones de entregas a domicilio, las cuales son muy solicitadas por los clientes, ya que es una opción que facilita la entrega de sus pedidos, así también las redes sociales, que permite socializar la información de este tipo de organizaciones. Derivado de ello, se han obtenido beneficios en conservar y ampliar mercado, sin embargo, se sugiere mayor uso de software especializado y administrativo para el control de las operaciones y recursos internos.

Palabras clave: restaurante, App, software, TIC's, turismo

Abstract

Information and communication technologies have acquired significant importance in current times due to the pandemic and social isolation. Companies dedicated to the sale of food have incorporated this technology into their business out of necessity. For this reason, the objective of this study was to identify the use of information technologies in companies in the restaurant sector. For this purpose, a questionnaire with 16 questions was applied to employees of 70 food and beverage companies in Ciudad Obregon, Sonora, Mexico. The first findings confirmed that most of the establishments use information technologies and among the most used are home delivery applications, which are highly requested by customers, since it is an option that facilitates the delivery of their orders; as well as social networks, which allow socializing the information of this type of organizations. This has resulted in benefits in terms of preserving and expanding the market; however, it is suggested that more specialized and managerial software be used to control operations and internal resources.

Keywords: restaurant, App, software, ICT, tourism

INTRODUCCIÓN

El año 2020 fue de grandes cambios en la industria alimentaria. La modificación en la forma de comprar de los consumidores, generó que los restaurantes actuaran de manera inmediata en la forma de vender sus productos y/o servicios, así como de la relación que se establece con sus clientes (García, 2021), al brindar a los usuarios la posibilidad de pedir comidas en línea, se convirtió en un canal de venta más para ellos y aumentaron su base de clientes y demanda (S.A., 2020).

Mediante las aplicaciones tecnológicas las personas tienen más a su disposición la comunicación, al momento de contactar con una empresa restaurantera (Oliva, Guerrero y Cerda, 2017). Sin embargo, (Kato, 2017) afirma que, la complejidad que implica el uso de varias aplicaciones también frustra a muchos recién llegados al mundo digital, pero estas nuevas prácticas deben adoptarse para no quedar excluidos de los beneficios del mundo digital. En el caso de los empleados, acostumbrado a una forma de trabajar, el más mínimo cambio los llena de ansiedad, lo que puede generar resistencias (Lugo, 2021).

Desde el proceso de producción de alimentos hasta su entrega, las tecnologías de información pueden integrar los diferentes actores de la cadena de abastecimiento (Aguirre, 2021). También hacen que aumente su flujo económico y potencial financiero, ya que brinda la calidad que se ofrece en el servicio, cumpliendo así todo lo que promete el restaurante al recibir a sus clientes y proporcionarles su servicio (Álvarez, 2018).

A pesar de la introducción de la tecnología de la información en los restaurantes, (Cruz y Miranda, 2019) el proceso de servicio sigue estando centrado en el cliente, y la interacción interpersonal y los servicios personalizados seguirán desempeñando un papel importante, especialmente en aquellos que no son cadenas. El menú lo revisan los propios comensales, y los pedidos se realizan digitalizando sus opciones a través de las pantallas digitales disponibles, otra opción es la tableta utilizada por cada camarero en la que digitaliza los pedidos de los comensales (S.A., 2020).

Con el paso del tiempo se han notados los cambios en las empresas que han implementado algún sistema de información, les ha resultado ventajoso al tener un mejor control en todo el funcionamiento que la integra (Hernández, 2003), así como en el almacenamiento de la información de manera organizada, para que después se obtenga de manera fácil (Wiechetek, 2012), se puede medir el rendimiento y reduce costos (Pérez y Ramírez, 2018).

Con base en lo anterior, y a partir de estos tiempos actuales de pandemia y pospandemia, es importante identificar el uso de las tecnologías de información en la operación de las empresas del sector restaurantera en Ciudad Obregón, Sonora; México, por lo cual el presente trabajo se desarrolló con tal fin.

MÉTODO

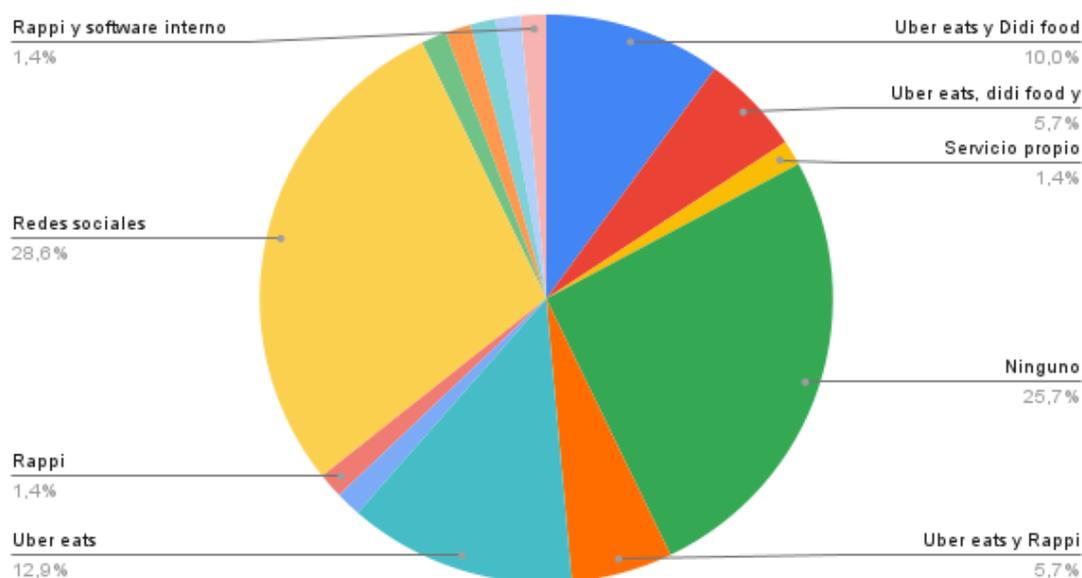
El tipo de investigación del presente trabajo es cuantitativo y descriptivo. Los sujetos de estudio fueron 70 empresas del sector restaurantera, donde se eligieron en un recorrido por conveniencia por las calles de Ciudad Obregón. El instrumento que se utilizó es un formulario diseñado a manera simplificada de la página del Instituto Nacional de Estadística de España (INE, 2014); con un total de 16 preguntas, algunas abiertas y otras de opción múltiple, las preguntas son en base a la información general de los restaurantes a los cuales se les aplicó y sobre cuál fue el tipo de sistema de información que utilizan en la actualidad, también si han conseguido beneficios desde la implementación de este y si recomiendan su uso a otros restaurantes.

RESULTADOS

Al cuestionarles sobre el uso de algún sistema y/o software en su restaurante, los datos indican que la gran mayoría de restaurantes de la ciudad, el 74.3 para ser exactos, hace uso de algún tipo de sistema de información y comunicación ya sean las aplicaciones de pedidos, redes sociales, página web o algún software para su restaurante.

Figura 1

Software y/o sistema utilizado en restaurantes



En esta pregunta se pudo observar y dar a conocer lo que más utilizan los restaurantes de los sistemas de información y comunicación, que fueron las aplicaciones de pedidos las cuales son muy solicitadas por las personas, ya que es una opción que facilita la entrega de comida a la comodidad del hogar, así también lo fue las redes sociales las cuales hoy en día son muy utilizadas por las personas así como por los negocios, ya que por medio de ellas se ayuda al restaurante a darle más publicidad.

En relación a los beneficios que obtuvieron al usar sistemas de información, la mayoría de las personas encuestadas coincidieron con su respuesta, la cual fue que los sistemas de información los beneficiaban en dar a conocer su restaurante, su comida, su calidad, obtenían más eficacia y eficiencia al momento de cumplir con sus entregas o en conocer qué era lo que más llamaba la atención de las personas de su comida en las redes sociales y se creaba más interacción entre el restaurante y los comensales.

Los encuestados en un 84,1% recomiendan a otros restaurantes hacer uso de los sistemas de información, debido a que brindan más control, se da más rendimiento, se logra un mejor alcance de mercado ya que la empresa se sigue innovando, se incrementan las ventas porque es una opción que se ajusta a las necesidades de los clientes y que gracias a ellas con el confinamiento que se creó debido al COVID 19, ayudó a seguir con las ventas y a las personas con sus respectivos empleos.

Los restaurantes tienen poco conocimiento sobre las tecnologías para los restaurantes que existen, así como de sus beneficios, pues sólo responden sobre las aplicaciones nuevas que son de entrega de comida. A pesar de que, si es cierto que las aplicaciones de entrega de comida han sido un gran auge durante los últimos años, no solo son estas las que existen para llevar un control sobre los restaurantes, también existen para llevar un control interno del restaurante y hacer órdenes sin necesidad de papel.

En relación a los costos de implementar las tecnologías de la información, algunos contestaron que se desconoce y otros que no gasta en gasolina o que tiene mejor rentabilidad en toda la producción del restaurante. Se ha obtenido beneficios en el control de la empresa, donde la mayoría coincidió en el manejo del personal, así como el ahorro del tiempo en tomar pedidos o bien en utilizar papel. También la mejor administración del lugar pues al tener todo digital y al segundo es más fácil para ellos que se maneje de mejor manera algún problema que se les pueda presentar.

En la pregunta que menciona sobre el incremento de las ventas, muestra un porcentaje de 88,4% a los establecimientos encuestados que respondieron sí al uso de diversas tecnologías de información; vieron un incremento en sus ventas y esto referente a las ventas a domicilio ya que la mayoría de establecimientos de alimentos y bebidas usan no solo un software para levantar pedidos o administrar mesas y comandas, si no, con la llegada de Uber Eats, Didi food y Rappi se han beneficiado ya que ahora es más común tener servicio a domicilio de cualquier establecimiento de alimentos y bebidas.

Con un 79,7% donde la pregunta fue referente a la economía del restaurante en el confinamiento del 2020, dice que este porcentaje refleja el sí, es decir, que los establecimientos de alimentos y bebidas se beneficiaron de las tecnologías de la información para poder subsistir ante la contingencia. Si bien se hizo uso de Uber Eats, Didi food y Rappi, antes de la llegada de estas nuevas tecnologías ya se usaba el servicio a domicilio, pero estas aplicaciones han logrado entregar a casa cualquier tipo de alimento.

DISCUSIÓN

De acuerdo a la investigación hecha previamente sobre las tecnologías de información y comunicación, los estudios encontrados y los resultados de la investigación de campo se dio a conocer que en efecto la mayoría de los restaurantes de ciudad Obregón hacen uso de cierta manera de las tecnologías, ya que concuerdan que son de gran beneficio para los negocios ya que facilitan y agilizan la forma de trabajar, haciendo que se mejore el servicio que se ofrece y sea de calidad para los comensales.

En el estudio realizado en Puerto Nuevo, en Baja California en México, Cruz y Miranda (2019) afirman que los restaurantes usan sistemas para la mayoría de sus actividades, no solo aplicaciones de entrega a domicilio, sino que también usan sistemas de bancos o de reservas. En la mayoría de los restaurantes en Estados Unidos utilizan las TICS en especial tecnología en punto de venta para la mejor gestión de su restaurante, la mitad de ellos pagan a dos o más proveedores de tecnología, entre ellos: software, control de reputación digital, sistema de pedido a domicilio y programas de fidelización (Coquillat, 2016). En el caso del estudio de Madrid, a pesar de ser un estudio de poco más de 10 años, (Chivite, Ramos y Antolínez, 2010). dan a conocer que la mayor parte de las empresas específicamente el 94.5% de ellas, hacen uso del internet para cuestiones como tener relación con los clientes, proveedores y contar con páginas web propias. En comparación a los de Ciudad Obregón, estos restaurantes utilizan más tecnologías o sistemas de información para el manejo de sus establecimientos y con esto la llegada de más turistas o bien de comensales, puesto que tienen más facilidades para pagar o hacer reservas.

En el artículo de Casas (2021) se realizó un estudio a 30 restaurantes en Perú. La implementación del sistema de información logra mejorar el proceso de ventas y atención de clientes del restaurante de manera altamente significativa. La implementación del sistema mejoró la gestión de ventas y atención al cliente. En el estudio en empresas de alimentos y bebidas de Tarapoto, Paredes (2020) evidencia que el sistema web-móvil, automatiza procesos, reduce los tiempos de recepción, proporciona un catálogo de productos ofrecidos y aumenta la satisfacción del cliente. Al estudiar 110 restaurantes de un balneario en Brasil, encontraron que la influencia de las TICS en los canales de distribución en el sector turístico, ha logrado diferenciales competitivos, debido a la capacidad operativa del conocimiento y la información (Berselli et al., 2018). Estos evidentes efectos benéficos, también son visualizados por los empresarios sonorenses, sin embargo, no todas las organizaciones hacen uso en mayor medida de las TIC's.

Lo anterior, coincide con lo analizado en Tecate, Baja California en México, donde Rivera, De Jesús, Soledad, Del Ángel, y Lourdes, E. (2019) encontraron que la mayoría de las empresas (alrededor del 80%) si hacen uso de ellas, pero no todas, debido a la falta de conocimiento de los empleados para su uso. Vilchez (2019) realizó un estudio a restaurantes en Distrito Ascope concluyendo que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen conocimientos de TIC, pero no las utilizan por falta de iniciativa y conocimientos informáticos generales. En el estudio de Reyes (2017) a 23 restaurantes en Chillán, se pudo apreciar que el proyecto no cuenta con un sistema de información que soporte el inventario y almacenamiento de las áreas administrativas y recursos de control, aspecto que es muy importante por las características del grupo de empresas.

Con base en todos los estudios investigados la información obtenida fue la esperada ya que en todos estos estudios se aplicaron cuestionarios en distintos lugares a distintas empresas y a una cierta cantidad de personas las cuales la mayoría reconoció y estuvo de acuerdo que hacer uso de las tecnologías son de gran apoyo para mejorar, facilitar y agilizar el trabajo al igual de otra manera atraer clientes mediante el uso de ellas y mantener comunicación con ellos para conocer sus necesidades y demandas.

Al hacer esta investigación y analizar los resultados obtenidos se planeó dar a conocer e incentivar a otros restaurantes a hacer uso de las tecnologías de información y comunicación para mejorar su control administrativo, incrementar más sus ventas, dar a conocer aún más su restaurante ya que las tecnologías son de gran beneficio en muchos aspectos.

CONCLUSIONES

En este trabajo se identificó el impacto de las tecnologías de información en las empresas del sector restaurantero en Ciudad Obregón, mediante un trabajo de campo para dar a conocer las ventajas y desventajas del uso de estas. Lo más importante fue conocer las tecnologías de los restaurantes de Ciudad Obregón Sonora, y así analizar la información recabada para entender qué es lo que sucede en cada restaurante y cómo funcionan con la aplicación de todas las tecnologías, se estima que los resultados del estudio son satisfactorios ya que se ha logrado los objetivos esperados, porque depende en gran medida del gerente o dueño de cada restaurante, además, permite que los empleados realicen con éxito su trabajo y que los clientes disfruten de sus platillos y servicios.

Al analizar los resultados obtenidos de las encuestas se pudo observar que la mayoría de las empresas restauranteras dependen enteramente de su forma de trabajar ya que con eso se conoce si a los clientes les gusta o si se ajusta a sus necesidades. Se comprobó también que la mayoría de los restaurantes de Ciudad Obregón, Sonora, cuentan con algún tipo de tecnología de información y comunicación lo que hace que su funcionamiento sea el adecuado para atraer la atención de los comensales y así obtener más beneficios.

Al contar con algún tipo de tecnología brinda al restaurante la facilidad de realizar su trabajo, pero también crea una relación de empleado/cliente, ya que por medio de ellas se puede conocer qué es lo que más llama la atención de ellos o que es lo que más les da esa comodidad que buscan al comer en un restaurante.

Al igual con cierto porcentaje de los resultados obtenidos se pudo conocer que algunos encargados de los restaurantes se preocupan más por sus trabajadores y el propio restaurante, ya que para ellos es de suma importancia que el negocio funcione de la manera correcta, que sus empleados cumplan con su trabajo y que se tenga una buena imagen ante los comensales y que sus colaboradores disfruten su área de trabajo.

En los restaurante siempre será de gran importancia el funcionamiento y la imagen que este tenga, ya que esa es la presentación que se les brinda a los clientes y lo que llama su atención, al igual lo es su comida, su temática, su calidad, su forma de trabajar y el trato que se les da a los clientes, pero una vez que se logra todos estos aspectos se tiene que tener una manera de darlo a conocer y llevar el orden de el lo que hace que se necesite de las tecnologías de información y comunicación para que las personas los conozcan y los promocionan.

Los hallazgos de este estudio deben tomar en cuenta el mejoramiento de cómo utilizar las tecnologías de información de los restaurantes en Obregón Sonora. Los restaurantes en Ciudad Obregón son muy visitados, cada uno con sus tipos de clientes y si quieren seguir en el mercado se recomienda que sigan actualizando sus tecnologías de información según vayan saliendo nuevas en el mercado o tener en constante vigilancia las que ya se utilizan y mantengan bien a los comensales y sigan sirviendo la misma calidad de servicio y platillos, no deben olvidar el buen trato al personal, se les debe brindar respeto y motivación para que respondan con una actitud positiva y buena dedicación a su trabajo.

REFERENCIAS

Aguirre, C. M. U. (2021). 5 áreas de un restaurante en las que puedes trabajar. Entorno Turístico. Recuperado de <https://acortar.link/xgyyU7>

Álvarez, E. (2018). El momento de los restaurantes digitales. Muy Negocios y Economía. Recuperado de <https://acortar.link/O0nGzm>

Berselli, C., de Sousa S. G., Mesquita G. R. R., y Gadotti D.A.S.J. (2018). Los canales de distribución y las estrategias en los restaurantes: Un estudio en Balneário Camboriú - Brasil. Estudios y perspectivas en turismo, 27(3), 609-627. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V27/N03/v27n3a07.pdf>

Casas, H. E. R. (2021). Mejora de proceso de un restaurante mediante la implementación de un sistema de información. Sathiri (16)2, 122-132. <https://doi.org/10.32645/13906925.1077>

Chivite, F. J., Ramos, M. I., y Antolínez, M. P. (2010). Informe sobre el impacto y el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los mejores restaurantes de la Comunidad de Madrid. Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad la Laguna, España. Recuperado de https://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/208_Chivite.pdf

Coquillat, D. (2016). Estudio sobre el impacto de la tecnología en los restaurantes en 2015. El periódico digital de los restaurantes. Recuperado de <https://acortar.link/5cj2YK>

Cruz Estrada, I. y Miranda Zavala, A. M. (2019). La adopción de las TIC en restaurantes de Puerto Nuevo, Rosarito, Baja California. Innovar, 29(72), 59-76. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77932>

García, G. (2021). 7 tendencias en restaurantes que impulsó la pandemia. The Food Tech. <https://acortar.link/Kb1fz6>

Hernández, T. A. (2003). Los sistemas de información: evolución y desarrollo. Dialnet. 10-11, 149-165. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=793097>

INE (2014). Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y del Comercio Electrónico en las empresas 2014. España. https://www.ine.es/metodologia/t09/eticce1_14.pdf

Kato, D. (2017). La transformación del concepto de comida a domicilio en la era digital. SinDelantal. <https://acortar.link/ffqeou>

Lugo, A. (2021). 5 formas de ayudar a su equipo a adaptarse a la nueva tecnología. INVID. <https://invidgroup.com/es/5-formas-de-ayudar-su-equipo-adaptarse-la-nueva-tecnologia/>

Oliva G. D. B., Guerrero P. M., Ríos V. B. O., y Cerda, R. E. (2017). Diagnóstico de las TIC's en las PYMES de la ciudad de San Luis Potosí en el sector de alimentos y bebidas para la difusión de sus servicios. Ra Ximhai, 383-392. <https://doi.org/10.35197/rx.13.03.2017.22.do>

Paredes R. E. (2020). Sistema de información web-móvil y su influencia en la gestión de delivery en el restaurante la Paprika de la ciudad de Tarapoto, 2018. Universidad Nacional de San Martín. <http://hdl.handle.net/11458/3841>

Pérez, R., y Ramírez, A. L. (2018). Beneficios de los sistemas de información. Blasting News. Recuperado de <https://acortar.link/6w7kHb>

Reyes, R. M. (2017). Factores que inciden en la adopción de tecnologías de información en los restaurantes de la comuna de Chillán. Universidad del Bio-Bio, Chile. Recuperado de <https://acortar.link/QFxsny>

Rivera, P., De Jesús, T., Soledad, M., Del Ángel, A., y Lourdes, E. (2019). Tecnologías de la información y comunicación en pequeñas y medianas empresas: caso de restaurantes en Tecate, BC, México. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 7(14), 190-198. <https://doi.org/10.36825/RITI.07.14.016>

S.A. (2020). Tendencias en nuevas tecnologías para restaurantes. *Escuela Online Marketing Gastronómico*. <https://acortar.link/QJxnvV>

Vilchez, Y.K.C. (2019). Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y de la comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro Restaurantes, distrito Ascope 2018. Tesis licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11405>

Wiechetek, L. (2012). ¿Qué alcances tiene la implementación de un sistema de información en una empresa? *Kionetworks*. Recuperado de <https://acortar.link/4P6C1L>