



GUÍA PARA LA EMPRESA TURÍSTICA 3.0 Restaurantes



GENERALITAT
VALENCIANA



INVAT-TUR

0	Antecedentes	3
1	Metodología	4
2	Cómo usar esta guía	5
3	Diagnóstico	6
4	Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	15
5	Soluciones para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	19



0 Antecedentes

Las empresas turísticas en general, y en particular las de la Comunitat Valenciana, deben ser conscientes de la necesidad que tienen de adecuar sus infraestructuras, servicios y gestión empresarial a un mercado dinámico y cada día más competitivo, concretamente en lo relativo a la digitalización y la sostenibilidad.

Las soluciones tecnológicas vinculadas a los distintos momentos del proceso de compra y consumo son cada vez más imprescindibles en un mercado cada día más digital, en el que aquellas empresas que no apuesten por esto se verán expulsadas automáticamente del sistema. Soluciones digitales vinculadas a la comercialización, a la prestación del servicio y a la propia gestión de su actividad empresarial son ejemplos clave para cualquier empresa turística.

La gestión sostenible de la actividad turística es una responsabilidad social por la conservación y mejora de sus entornos, al tiempo que una necesidad empresarial, ya que en un mundo con recursos finitos y en especial, con recursos cada día más caros, las mejoras en la gestión sostenible de las empresas turísticas provocarán no solo beneficios sociales y ambientales, sino considerables ahorros económicos. La sostenibilidad de la actividad turística va directamente ligada a la sostenibilidad de sus propios entornos, de ahí la relevancia que tendrá en el corto y medio plazo una mayor y mejor gestión sostenible de las empresas y destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Quizás nos encontremos en uno de los momentos más evidentes de la capacidad de competitividad del sector para poderse adaptar a un proceso de continua incertidumbre. Conocer cómo están siendo capaces de resistir y qué necesidades tendrán en el corto y medio plazo para facilitar este proceso de resistencia en el mercado, será otro de los objetivos de esta guía.

Con esta guía, Turisme Comunitat Valenciana busca orientar a los **restaurantes** para establecer una hoja de ruta que les permita adecuar sus diferentes líneas de trabajo para cubrir las necesidades que los **restaurantes** puedan tener vinculadas a la digitalización, la sostenibilidad y su capacidad competitiva.

1 Metodología

El proceso de redacción de la guía para la empresa turística 3.0 de la Comunitat Valenciana en relación a las competencias digitales, sostenibilidad y competitividad, se ha llevado a cabo a partir de un proceso inicial de análisis de la situación de partida de la tipología de **Restaurantes**.

A tal efecto, se han analizado diferentes estudios y documentos entre los que pueden destacarse el estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas elaborado por VODAFONE o el Estudio de competencias digitales en la empresa española elaborado por Kantar Milwardbrown para ICEMD/ESIC.

Con mayor profundidad se ha trabajado el estudio de digitalización, sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana, elaborado por Invat-tur en 2021, del que se han extractado las principales conclusiones del diagnóstico y que serán expuestas de manera desagregada en los distintos apartados del diagnóstico para la tipología de **Restaurantes**.

2

Cómo usar esta guía

Esta guía está ordenada para facilitar que el empresario y/o profesional de la tipología **Restaurantes** de la Comunitat Valenciana encuentre soluciones con las que mejorar su nivel de apuesta tecnológica, su gestión medioambiental y su competitividad.

En los primeros puntos de la guía, se evidencia la situación de partida que la tipología **Restaurantes** de la Comunitat Valenciana presenta en relación a:



Digitalización



Sostenibilidad y responsabilidad social



Competitividad

En la segunda parte del Manual, y partiendo de las principales debilidades que para cada ámbito de análisis presenta la tipología **Restaurantes**, se establecen los principales objetivos a alcanzar tanto en lo vinculado a digitalización, sostenibilidad como a competitividad.

En el último punto de la guía se incluye una propuesta de soluciones vinculadas a mejorar su situación de partida en relación a la sostenibilidad, la competitividad o la digitalización.

Estas acciones se ordenarán respondiendo a la siguiente matriz:

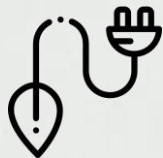
	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	Competitividad	Digitalización
Soluciones Tecnológicas			
Formación			

Las fichas de acción ordenadas por tipología empresarial y áreas (sostenibilidad, competitividad y digitalización) cuentan con los siguientes apartados de información

- Título de la acción
- Descripción:
- Inversión: (baja, media, alta)

3 Diagnóstico

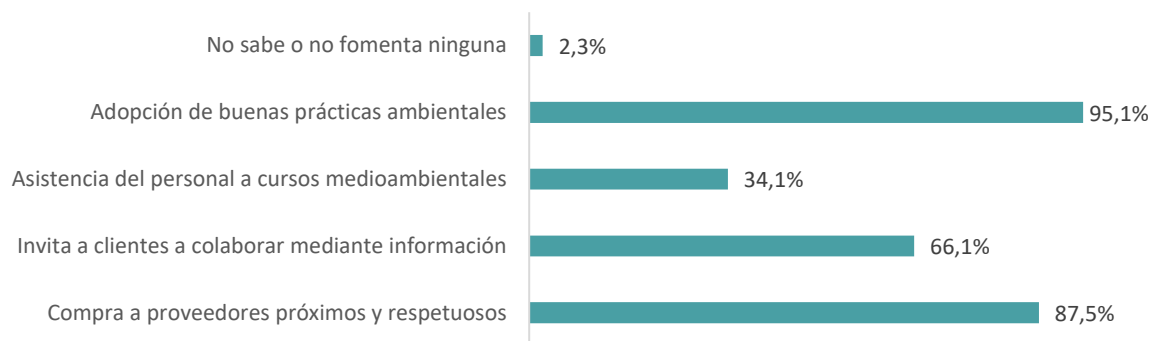
Para la realización del presente diagnóstico se han utilizado datos extraídos del informe presentado por Turisme Comunitat Valenciana en el año 2021 sobre DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA vinculados a la tipología de **Restaurantes** en relación a la sostenibilidad, digitalización y competitividad.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

1

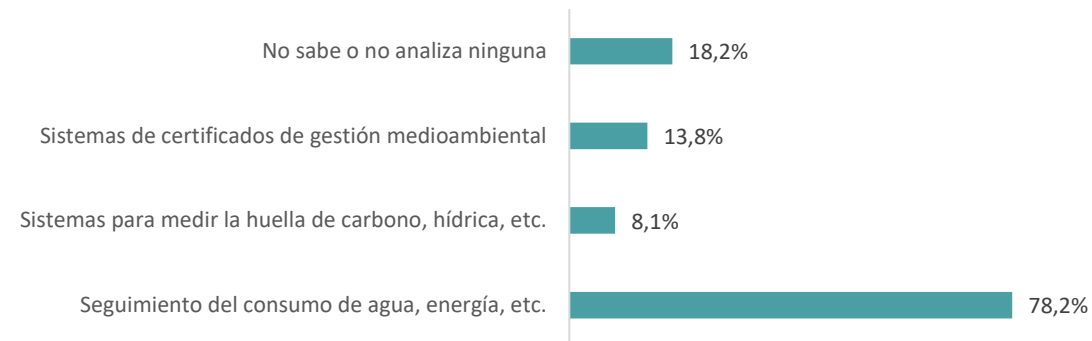
ACCIONES REALIZADAS PARA EL FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD



- Casi la plena totalidad de los restaurantes (95,1%) adopta buenas prácticas ambientales, entre las que destacan, el empleo de iluminación LED, programas ECO de energía o la compra de productos de limpieza ecológicos.
- Con un 87,5% del total de restaurantes, esta tipología es la que más realiza compras a proveedores de proximidad como medida de gestión sostenible.
- Un 34,1% de los encuestados considera como relevante en su estrategia de sostenibilidad la participación de su personal en programas formativos vinculados a herramientas y soluciones en gestión medioambiental, cifra todavía mejorable al situarse además por debajo de otras tipologías como hoteles y empresas de turismo activo.

2

ANÁLISIS DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

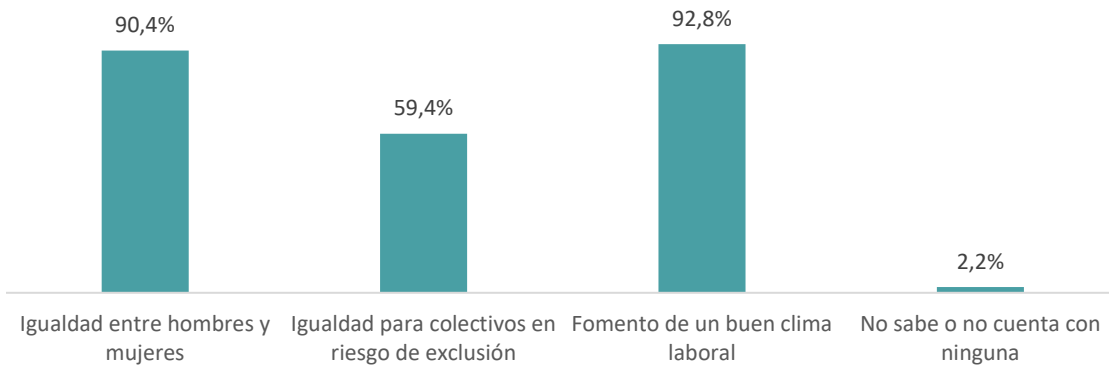


- Para un 78,2% de los restaurantes, el control y seguimiento de los consumos de agua y energía se considera como la principal medida de evaluación medioambiental.
- Un reducido número de restaurantes (8,1%) disponen de sistemas para medir la huella de carbono, hídrica, etc.,
- También es destacable lo reducido del porcentaje (casi un 14%) de restaurantes con certificados de gestión ambiental en comparación con otras tipologías turísticas de la Comunitat Valenciana.



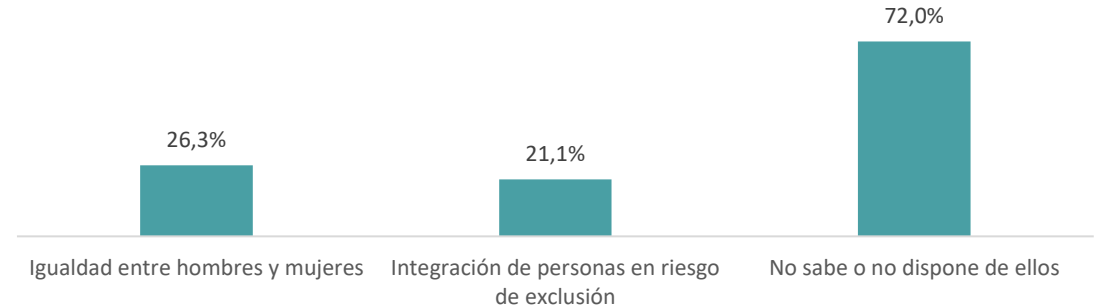
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

3 MEDIDAS LABORALES IMPLANTADAS

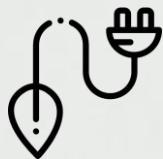


- En torno al 90% de los encuestados evidencia que la medida de responsabilidad social más destacada es el desarrollo de acciones en materia laboral para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres.
- Cerca del 60% de los restaurantes implanta medidas laborales vinculadas a la igualdad entre colectivos en riesgo de exclusión, porcentaje que en comparación con otras tipologías cuenta aún con posibilidades de incrementarse al situarse por debajo.

4 DISPONIBILIDAD DE PLANES DE IGUALDAD E INTEGRACIÓN

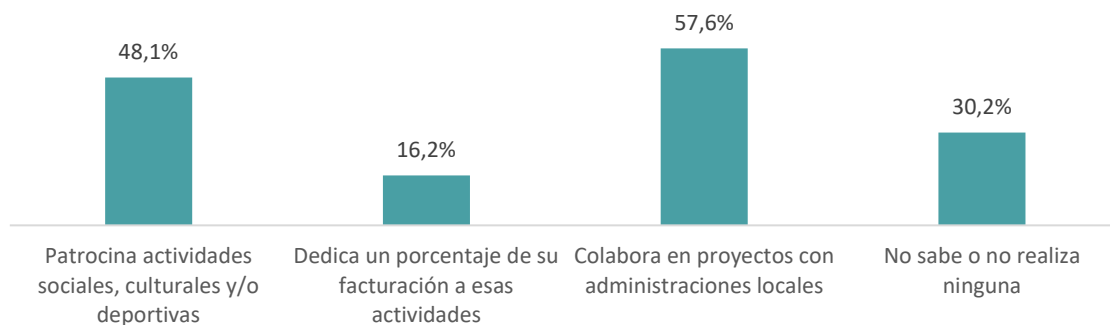


- Es relevante que, aun cuando tal y como respondían en la pregunta anterior, parte de los encuestados evidencia que apuesta por la igualdad, casi tres cuartas partes de los restaurantes no dispone de planes de igualdad e integración.
- Tan solo un 26,3% reconoce que dispone de planes de igualdad entre hombres y mujeres (el tercer porcentaje más bajo en comparación con el resto de empresas turísticas). El porcentaje baja al 21,1% en lo referente a los planes de integración de personas en riesgo de exclusión.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

5 MEDIDAS SOCIALES IMPLANTADAS



- Más de la mitad de los restaurantes encuestados de la Comunitat Valenciana colaboran en proyectos con administraciones locales en el desarrollo de proyectos sociales y cerca de esa mitad lo hacen directamente con el patrocinio de instituciones sociales, culturales y /o deportivas.
- Un 16,2% de los restaurantes dedican un porcentaje de su facturación a actividades sociales con ONG's locales, porcentaje por debajo de la media en comparación a otras tipologías de empresa turística encuestadas.

6 CERTIFICACIONES SOCIALES



- Prácticamente la totalidad (un 92,5%) de restaurantes no sabe o no cuenta con ninguna certificación social, dato sin duda muy revelador del desconocimiento o del desinterés que estas certificaciones tienen para esta tipología de empresa.
- Solamente un 6,6% de los restaurantes tiene sistemas certificados sobre responsabilidad social corporativa. A pesar de lo reducido, se sitúa por encima de la media del resto de tipologías empresariales encuestadas.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

ADSCRIPCIÓN A ASOCIACIONES TURÍSTICAS

(ASOCIACIONISMO)

47,5%

Menos de la mitad forma parte de algún tipo de asociación empresarial turística, el porcentaje más bajo en comparación al resto de tipologías turísticas analizadas.

ÍNDICE MEDIO DE SOSTENIBILIDAD

Índice medio de sostenibilidad ambiental

3,8



Rango de 0 a 7

Índice medio de sostenibilidad sociolaboral

2,9



Rango de 0 a 5

Índice medio de sostenibilidad social comunitaria

1,3



Rango de 0 a 5

- El índice medio de sostenibilidad de los restaurantes de la Comunitat Valenciana, aun cuando obtiene una nota por encima de la media en lo relativo a valores relacionados con la gestión medioambiental, se queda lejos en aquellas medidas asociadas a cuestiones socio comunitarias.
- El índice medio de sostenibilidad sociolaboral se sitúa justo en la media del resto de empresas turísticas valencianas.



DIGITALIZACIÓN

1

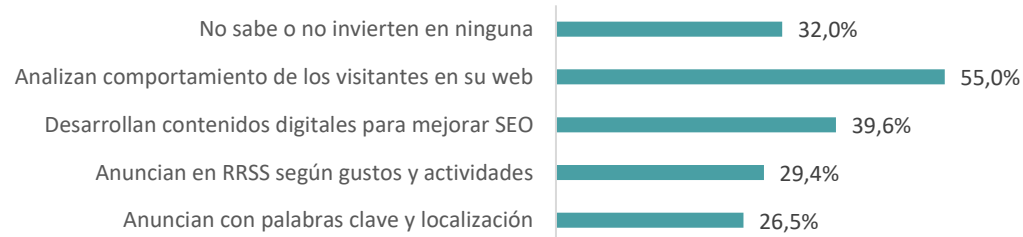
DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

68,4%

Dispone de página web, dato muy por debajo de las demás tipologías turísticas (a excepción de los guías, que es la única tipología con menor porcentaje). Esto evidencia que existe una parte muy importante de la oferta de restaurantes fuera del actual mercado al no disponer de este canal de comunicación imprescindible.

3

INVERSIONES REALIZADAS EN VISIBILIDAD

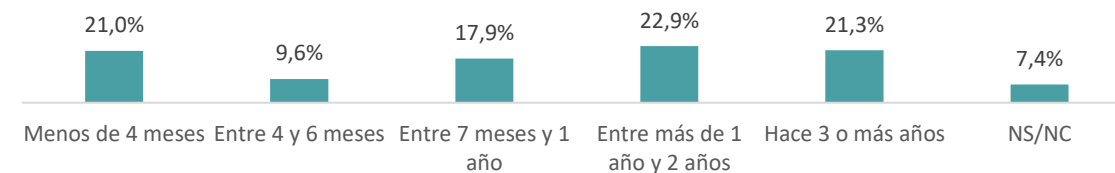


- Las inversiones que realizan los restaurantes en relación a mejorar su visibilidad online son en general muy bajas (tan solo por detrás de las casas rurales), lo que sin duda está condicionando su capacidad competitiva.
- Al menos más de la mitad de los restaurantes encuestados analizan el comportamiento de los visitantes a sus webs, siendo esta inversión la única que se coloca por encima de la media teniendo en cuenta el resto de inversiones realizadas por las demás tipologías de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.

2

ÚLTIMO CAMBIO REALIZADO EN LA ESTRUCTURA O DISEÑO DE LA WEB

(FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN)



- Más del 44% de los restaurantes realizan cambios a partir de cada año como mínimo, periodo más que elevado para estas herramientas de comunicación, lo que sin duda también estará condicionando su posicionamiento SEO.
- Solo un 21% de los restaurantes realizó una modificación en la web en los últimos 4 meses, cuestión que debería ser más habitual para garantizar su posicionamiento SEO y su mayor capacidad competitiva en el canal online.



DIGITALIZACIÓN

4 USO DE RRSS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

80%

De los restaurantes posee perfiles en RRSS, lo que evidencia además que un 20% de restaurantes no dispone de redes sociales como herramientas de comunicación, lo que sin duda limita su capacidad de posicionamiento y acceso al mercado.

6 OFERTA SERVICIOS EN BUSCADORES Y COMPARADORES DE PRECIOS

40%

Menos de la mitad de los restaurantes oferta servicios en buscadores y comparadores, lo que se sitúa por debajo de otras tipologías de empresas turísticas, cuestión que sin duda también esta afectando a su capacidad de acceso a la demanda, cada día más localizada en el mundo online.

7 DESARROLLO DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

41%

Porcentaje reducido para la relevancia que esto tiene para el posicionamiento SEO de empresas a través de fotografías, vídeos, etc. Los restaurantes son el tipo de empresa con el porcentaje más bajo en cuanto a generación de contenido multimedia.

5 RRSS UTILIZADAS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES



10,6%



18,4%



28,1%



77,3%



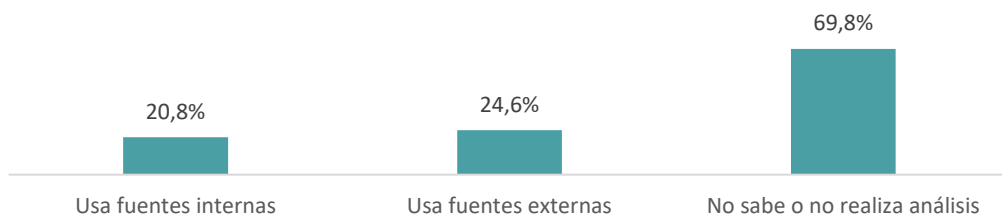
93,2%

- Las RRSS más utilizadas para comunicarse con clientes son principalmente Facebook, seguido de Instagram.
- WhatsApp es apenas usada, tan solo por poco más del 28% de los restaurantes.
- La presencia en Google My Business es muy reducida, lo que limita su acceso al mercado por la relevancia que tiene para el posicionamiento online.



DIGITALIZACIÓN

8 REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO Y BIG DATA



- Prácticamente el 70% de los restaurantes no sabe o no realiza análisis de mercado y big data. Es un porcentaje elevado, concretamente siendo el segundo porcentaje más elevado comparado con el resto, y denota que la posible mejora de competitividad a través del uso de datos no está siendo aprovechada.

10 DISPONIBILIDAD DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN DIGITALIZACIÓN

39%

Es relevante que, a pesar de los datos tan poco positivos respecto a la digitalización para este tipo de empresas, posee uno de los porcentajes más altos en cuanto a la disponibilidad de personal especializado, solo por detrás de los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas.

9 DISPONIBILIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN CRM

1/4

Este es otro de los datos relevantes en la radiografía de las empresas de restauración, ya que tan solo una cuarta parte de los encuestados evidencia disponer de CRM, cifra más que testimonial y fiel reflejo de la falta de estrategia de profesionalización en la gestión de los datos de clientes y el desarrollo de acciones de fidelización.

ÍNDICE MEDIO DE DIGITALIZACIÓN

3,9

El índice de digitalización medio de restaurantes de la Comunitat Valenciana se sitúa por debajo de la mitad, cuestión que sin duda está influyendo y condicionando su capacidad de competitividad.



COMPETITIVIDAD

1 RIESGOS EVALUADOS QUE PUEDEN AFECTAR A LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA



- Cabe destacar que los restaurantes son la tipología de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana que cuenta con mejores cifras a nivel general en cuanto a riesgos evaluados.
- Los riesgos que más evalúan los restaurantes son aquellos relacionados con los propios equipamientos e instalaciones, seguidos por los vinculados a los datos y las personas que trabajan en sus empresas.

2 PLANES PREVENTIVOS GENERADOS PARA MINIMIZAR LOS RIESGOS



- Los restaurantes valencianos cuentan con mayor número de planes preventivos si se comparan todas las tipologías de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana. Cuestión que condiciona positivamente su capacidad competitiva y ayuda a una mejor y rápida actuación frente a los riesgos asociados a la actividad turística.

ÍNDICE MEDIO DE COMPETITIVIDAD

8,0

El índice medio de competitividad de los restaurantes es el más elevado en comparación con las otras tipologías de empresas turísticas analizadas, lo que sin duda está favoreciendo su supervivencia empresarial.

4

Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Restaurantes



Sostenibilidad y responsabilidad social

La tipología de **Restaurantes** de la Comunitat Valenciana tiene ante sí el reto de incrementar su nivel de sostenibilidad, no solo por alinear sus estrategias con las de Naciones Unidas y sus ODS, sino por asegurar su propia sostenibilidad empresarial.

A tal efecto, la tipología de **Restaurantes** de la Comunitat Valenciana deberá marcarse los siguientes objetivos:



Incrementar el número de soluciones para el ahorro de agua y energía en los restaurantes como base para reducir su huella de carbono y sus costes empresariales.



Aumentar la formación y sensibilización de los empleados y proveedores como base para mejorar su sostenibilidad.



Incorporar un mayor número de herramientas y soluciones tecnológicas que faciliten una relación más sostenible con su entorno.



Aumentar el número de Restaurantes con certificaciones medioambientales.



Fomentar la colaboración de los clientes en las acciones de mejora de la sostenibilidad turística de los establecimientos de restauración.



Comunicar a los clientes las políticas de RSC e igualdad del Restaurante.



Incrementar el número de Restaurantes que cuentan con planes de igualdad redactados e implementados.



Alcanzar un mayor número de Restaurantes con planes de RSC.



Competitividad

Entendida como la necesidad de adecuar los **Restaurantes** a las exigencias del actual mercado para garantizar de esta manera su propia supervivencia.

Una cuestión básica en un mercado tan competitivo y convulso como el actual y para el que se marcan los siguientes objetivos:



Incorporar el análisis de riesgos empresariales como base para garantizar la capacidad competitiva de los Restaurantes de la Comunitat Valenciana.



Aumentar los niveles de formación de sus propietarios sobre herramientas y metodologías de análisis de riesgos.



Mejorar las infraestructuras y servicios de los Restaurantes como estrategia para incrementar su competitividad.



Incorporar herramientas y procesos de trabajo que mejoren la gestión de los datos de los Restaurantes como base para incrementar su capacidad competitiva.



Digitalización

Uno de los grandes retos de la tipología de **Restaurantes** en la Comunitat Valenciana es, sin duda, el de la digitalización como base para mejorar su eficiencia empresarial, su capacidad de gestión y de competir en el mercado.

Los objetivos a marcarse en relación a la digitalización serán:



Garantizar que el 100% de los Restaurantes de la Comunitat Valenciana disponen de web y de que realizan una actualización, al menos anual, como premisa para facilitar su acceso al mercado.



Aumentar la profesionalización mediante la formación en la gestión de las distintas herramientas de redes sociales, comunicación y comercialización online de los Restaurantes.



Incrementar las inversiones de los Restaurantes en materia SEO y SEM como base para facilitar su mejor posicionamiento y acceso al mercado.



Incrementar su presencia online a partir de la generación de contenidos multimedia.



Aumentar las acciones de comercialización y de fidelización con clientes a partir de una mayor incorporación de la herramienta CRM.



Incorporar la gestión y el análisis de los datos como base para mejorar su competitividad.

5






Guía para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Restaurantes



A partir del diagnóstico previo y de la determinación de los objetivos de mejora a alcanzar para la tipología de **Restaurantes**, este apartado propone algunas de las principales soluciones tecnológicas y de formación vinculadas a su digitalización, sostenibilidad y competitividad.

En el primer punto se extraen las principales propuestas de mejora para la tipología de Restaurantes, mientras que en la segunda parte de este punto 5 se incluye una relación de estas propuestas con una descripción y orientación sobre la inversión a considerar para su ejecución.

	 Sostenibilidad y Responsabilidad Social	 Competitividad	 Digitalización
 Soluciones Tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de huella de carbono ✓ Gestión inteligente de consumos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de riesgos y contingencias ✓ Ciberseguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Web corporativa ✓ Gestión de campañas ✓ Gestor de redes sociales ✓ Customer Relationship Management ✓ Email marketing ✓ Sistemas de Analítica de Datos (Big Data) ✓ Servicios en la nube ✓ Motores de reserva ✓ Conectividad a la red ✓ Cartelería digital ✓ Reputación online ✓ Gestor TPV
 Formación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la igualdad laboral ✓ Sostenibilidad medioambiental y social ✓ Comunicación de prácticas sostenibles ✓ Certificados medioambientales y sociales ✓ Gestión sostenible de proveedores de proximidad ✓ Economía circular ✓ Gestión de la accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de contingencia ✓ Gestión de la ciberseguridad ✓ Blockchain 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de sitios webs ✓ Branded content ✓ Gestión de redes sociales ✓ Gestión y análisis de SEO y SEM ✓ Gestión de herramientas en la nube



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Cálculo de huella de carbono

1

Objetivo: Conocer y reducir la huella de carbono producida por los restaurantes

Solución

Implantar una herramienta de software dirigida al cálculo de la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos (GEI) por efecto directo o indirecto por los restaurantes.

El análisis de huella de carbono proporciona como resultado un dato que puede ser utilizado como indicador ambiental global de la actividad que desarrolla el establecimiento. La huella de carbono se configura así como punto de referencia básico para el inicio de actuaciones de reducción de consumo de energía y para la utilización de recursos y materiales con mejor comportamiento medioambiental.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Solución tecnológica



Gestión inteligente de consumos

2

Objetivo: Controlar, medir y racionalizar los consumos energéticos, de agua y residuos de los restaurantes

Solución

Se recomienda la aplicación de soluciones smart grids o redes inteligentes que consisten en un sistema de distribución de energía moderno y avanzado que combina instalaciones tradicionales con nuevas tecnologías de monitorización y sensores. Esta tecnología se basa en modelos de Inteligencia Artificial, así como en sistemas de información y telecomunicaciones capaces de medir, comunicar y controlar en tiempo real los consumos de agua, energía, residuos o aire con los objetivos de ahorrar y alcanzar un consumo eficiente y sostenible. De esta manera, el propietario del restaurante podrá disponer en tiempo real de la información de sus costes energéticos, de agua y residuos con los que poder gestionar acciones de mejora para su reducción.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión de la igualdad laboral

3

Objetivo: Alcanzar una igualdad laboral equilibrada entre todos los trabajadores de los restaurantes.

Solución

La aplicación de Planes de Igualdad en los restaurantes se convierte en una necesidad que requiere convertirlos en un conjunto de medidas prácticas efectivas y eficaces para la erradicación de la discriminación por razón de sexo en el trabajo que se recomienda iniciar con la participación en programas formativos.

La formación se dirige a identificar las principales problemáticas que deben ser abordadas y ofrecer alternativas preventivas que eviten la brecha de género en el ámbito laboral. A partir de estas problemáticas se deben definir y comunicar los Planes de Igualdad.

Inversión : Baja: hasta 3.000€



Formación



Sostenibilidad medioambiental y social

4

Objetivo: Sensibilizar a los restaurantes sobre sostenibilidad medioambiental y social

Solución

Se aconseja la asistencia a sesiones de formación para conocer y contextualizar los conceptos de sostenibilidad, desarrollo sostenible o responsabilidad social. Es recomendable encuadrar las cuestiones relativas a la sostenibilidad medioambiental, social y gobernanza en el trabajo de los restaurantes, así como implementar medidas con las que poder alcanzar los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible, Agenda 2030 de Naciones Unidas) como parte de la estrategia empresarial.

Inversión : Baja: hasta 3.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Comunicación de prácticas sostenibles

5

Objetivo: Mejorar la comunicación de los restaurantes en materia de prácticas sostenibles

Solución

Los restaurantes requieren definir un plan de comunicación donde se analicen e identifiquen las prácticas en sostenibilidad para, posteriormente, comunicarlas de manera eficiente, clara y transparente. Es necesario aprender, en este sentido, la relación de los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social con los procesos de comunicación intrínsecos del establecimiento y cómo gestionar la comunicación a través de un visión integral y estratégica de la sostenibilidad. De esta manera podrá implicarse a los clientes en la mejora de la relación medioambiental de su actividad y su entorno.

Inversión : Baja: hasta 3.000€



Formación



Certificados medioambientales y sociales

6

Objetivo: Impulsar la obtención de certificados medioambientales y sociales en los restaurantes

Solución

Como paso previo a la implantación, es necesario conocer las alternativas y diferencias entre las certificaciones disponibles en el mercado en materia medioambiental y social para seleccionar aquellas vinculadas a su realidad de negocio y público objetivo. Las certificaciones ambientales se basan en la incorporación de criterios medioambientales en la gestión empresarial como la eficiencia energética, empleo de energía renovables, minimización de emisión de gases de efecto invernadero o la adecuada gestión de residuos como, por ejemplo, las certificaciones de la familia ISO 14.000, EMAS o Forestal FSC. Las certificaciones sociales consideran aspectos como los derechos laborales, la calidad del empleo, grupos sociales específicos o la igualdad de oportunidades y accesibilidad como las certificaciones ISO 25.000, SA 8.000 o ISO 45.000.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión sostenible de proveedores de proximidad

7

Objetivo: Crear redes de colaboración entre los restaurantes y proveedores de proximidad en el territorio

Solución

Las empresas proveedoras tienen un papel determinante en la gestión de la sostenibilidad. En este sentido, los proveedores de proximidad contribuyen a reducir el impacto ambiental derivado del transporte de productos al mismo tiempo que impulsan la economía del territorio donde la empresa está presente. De esta forma se hace tangible la integración de la sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro. Se propone que los restaurantes prioricen la selección de proveedores próximos a su establecimiento.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



Economía circular

8

Objetivo: Estimular la implantación de medidas de economía circular en los restaurantes

Solución

Es necesario aprender los conceptos y prácticas incluidos bajo la economía circular. Esta corriente de gestión pretende cambiar el modelo de producción y consumo basado en usar y tirar, por un modelo que se parezca al sistema circular del ciclo biológico de la naturaleza, optimizando la utilización y vida útil de recursos y la minimización de residuos aplicando, al menos, los principios de Reducir, Reutilizar, Reciclar, Rediseñar y Reparar.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión de la accesibilidad

Objetivo: Mejorar la accesibilidad integral de los restaurantes

Solución

La visión amplia de la sostenibilidad requiere implantar un sistema de gestión de la accesibilidad universal (cognitiva, física y sensorial) en los restaurantes como, por ejemplo, el propuesto por la norma UNE 170.001. Estos sistemas deben demostrar la capacidad de los restaurantes para proporcionar y mantener entornos accesibles que satisfagan los requisitos legales y reglamentarios aplicables y los requisitos específicos cuando aspira a aumentar la accesibilidad de sus entornos a través de la aplicación eficaz del sistema. La formación de los gestores puede ser el paso previo para la implantación de soluciones.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación





COMPETITIVIDAD



Gestión de análisis de riesgos y contingencias

10

Objetivo: Minimizar los riesgos que puedan afectar la continuidad de la actividad de negocio de los restaurantes

Solución

Los restaurantes, deben estar preparados, protegerse y reaccionar ante posibles incidentes de seguridad que pudieran dañar la capacidad operativa o hacer peligrar la continuidad del negocio. En este sentido, deben ser capaces de dar una respuesta rápida y eficaz ante cualquier contingencia grave, de manera que puedan recuperar la actividad normal en un plazo de tiempo tal que no se vea comprometido la totalidad del negocio. Para ello, se debe definir un Plan de Contingencia y Continuidad de su casa rural, donde regular los mecanismos a poner en marcha en caso de incidentes graves. Estos mecanismos ayudarán a mantener el nivel de servicio en unos límites predefinidos, establecerán un periodo de recuperación mínimo, para volver con la mayor premura a la situación inicial anterior al incidente, analizarán los resultados y los motivos del incidente, y evitarán la interrupción de las actividades corporativas. De esta manera se profesionalizarán aún más los restaurantes independientemente de los cambios de personal o de gestor.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



Ciberseguridad

11

Objetivo: Fortalecer la ciberseguridad de los restaurantes

Solución

En el actual escenario de negocio, la gestión de la ciberseguridad adquiere un papel fundamental para que el proceso de transformación digital no suponga un riesgo para las empresas. Cada restaurante debe analizar las principales amenazas de ciberseguridad a las que están expuestas y, a partir de estos resultados, deben abordar y detallar los principales aspectos a tener en cuenta en materia de ciberseguridad dentro de su negocio, destacando las distintas medidas y herramientas necesarias para proteger la información que gestionan y transmitir de este modo una imagen positiva de la empresa entre sus clientes y proveedores. Problemas que pueden afectar a sus datos, a los sistemas de gestión, a su web, a la suplantación de identidad o a sus perfiles en redes.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



COMPETITIVIDAD



Gestión de la Ciberseguridad

12

Objetivo: Sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de ciberseguridad en los restaurantes

Solución

Los restaurantes deben conocer el alcance y alternativas de la gestión de la ciberseguridad. Este campo abarca amenazas al hardware, cuidado de información confidencial, cuidado de software y datos de los ordenadores, incluidos robo, piratería, virus, ataques a bases de datos o incluso nuevas tecnologías y más, dependiendo del tipo de ataque. Los ataques cibernéticos son cada vez más comunes, ya los antivirus no son suficientes, los cibercriminales implementan ingeniería social, los emails con phishing atacan millones de emails diariamente, los hackers también incorporan software malicioso en los sitios web. Por eso es importante los restaurantes implementen soluciones que les protejan de estos ataques.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Formación



Planes de contingencia

13

Objetivo: Enseñar a los restaurantes a elaborar planes de contingencia

Solución

Con carácter previo o simultáneo a su realización, los restaurantes deben conocer las fases para elaborar un plan de contingencias. Entre estos conocimientos debe incluirse la adquisición de criterios para identificar las contingencias a tener en cuenta, aprender a valorar las contingencias del negocio, adquirir habilidades para elaborar un plan de contingencias a la continuidad del negocio que ayude a hacer frente a las posibles interrupciones del negocio ante circunstancias imprevistas y tener criterios para mantener actualizado el plan de contingencias a la continuidad del negocio. Estos planes considerarán la realidad de recursos humanos de los restaurantes y las estructuras de gestión tan personalizadas.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Formación



COMPETITIVIDAD



14 Blockchain

Objetivo: Dotar de información y conocimiento Blockchain a los restaurantes

Solución

Participar en programas formativos y sesiones de información con la que conseguir que los restaurantes puedan profundizar en los fundamentos de la tecnología Blockchain, tanto en los usos actuales de la tecnología más conocidos como las criptomonedas, como en las perspectivas de futuro u otras potenciales aplicaciones sectoriales como la firma de contratos, la identificación de personas o la realización de pagos.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Formación





DIGITALIZACIÓN



15 Desarrollo de web corporativa

Objetivo: Conseguir que la totalidad de los restaurantes cuenten con web corporativa

Solución

Cualquier negocio turístico requiere tener presencia en Internet y es, de hecho, uno de los objetivos transversales comunes a cualquier tipología de empresa del sector turístico.

Una página web corporativa es un instrumento imprescindible para llegar al mercado, provocar visitas y generar ventas. En función de la estrategia empresarial, estas webs podrán disponer de sistemas de reserva online con los que poder cerrar el proceso de venta.

Las webs corporativas deben transmitir la esencia de los restaurantes en términos de imágenes, colores corporativos, estilo, tipografía, contenidos, etc. Además, deben incorporar vínculos a los perfiles de redes sociales en las que el alojamiento tenga presencia. Estas webs deben además mantenerse y actualizarse de manera constante para mejorar su SEO.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



16 Gestión de campañas online

Objetivo: Aumentar las competencias y capacidades de los restaurantes en la planificación de campañas online

Solución

El aumento de la complejidad de la planificación y ejecución de campañas online provoca la necesidad de incorporar herramientas que ayuden a las empresas turísticas en esta tarea. En este sentido, existen soluciones de administración de campañas que utilizan los equipos de marketing para colaborar, planificar y realizar un seguimiento de las campañas en un solo lugar.

Estas aplicaciones pueden vincularse o integrarse dentro de soluciones más amplias de automatización del marketing para realizar acciones de marketing de forma automatizada y detectar de forma automática los clientes que están más preparados para recibir una oferta comercial o cerrar una venta.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Gestor de redes sociales

17

Objetivo: Aumentar la capacitación de los restaurantes en la gestión de redes sociales

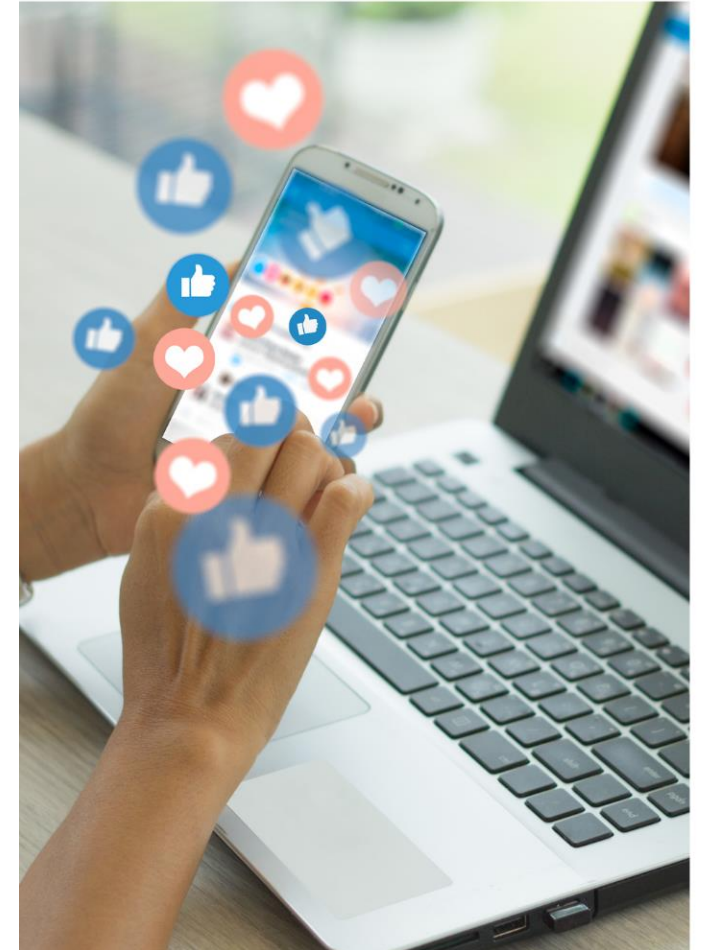
Solución

El aumento de redes sociales y la necesidad de mantener activos los perfiles donde los restaurantes tienen presencia requiere de una planificación y dedicación que puede simplificarse con apoyo en herramientas y aplicaciones de gestión de las redes sociales que permiten ahorrar tiempo, monitorizar las acciones propias y de la comunidad, medir la efectividad de las campañas y optimizar la gestión de la empresa, pudiendo obtener unos mejores resultados.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica





DIGITALIZACIÓN



Customer Relationship Management - CRM

18

Objetivo: Optimizar la gestión de los clientes de los restaurantes

Solución

El CRM se refiere al conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. El CRM es todo el proceso utilizado por las empresas turísticas para administrar y analizar las interacciones con clientes, anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, aumentar las ventas y personalizar campañas de captación de nuevos clientes. Trabajar con clientes fidelizados es sin duda positivo para un restaurante, realizar acciones de comunicación con clientes ya fidelizados de una manera inteligente será mucho más sencillo que atraer nuevos clientes. Disponer de una información ordenada sobre procedencia, fórmula de viaje y algunas de sus motivaciones permitirán desarrollar acciones de email marketing de manera inteligente.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



Email Marketing

19

Objetivo: Mejorar las competencias del email marketing en los restaurantes con uso comercial

Solución

Las soluciones de email marketing o emailing se utilizan para enviar mensajes con la finalidad, entre otros objetivos, de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, etc.

Dependiendo del tamaño o tipología de empresa turística, la herramienta de email marketing puede contratarse de manera independiente o bien puede estar integrada en el CRM u otras herramientas de la empresa. Existen además herramientas de email marketing sin coste o de coste reducido para las dimensiones de bases de datos que emplea un restaurante.

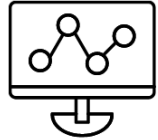
Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Sistemas de Analítica de Datos (Big Data)

20

Objetivo: Incrementar la toma de decisiones basadas en datos por parte de los restaurantes

Solución

La Inteligencia Artificial, la tecnología móvil, las redes sociales y el Internet de las Cosas (IoT) están disparando la complejidad de los datos y generando nuevas formas y orígenes de los mismos. La analítica de Big Data es el uso de técnicas de analítica avanzada en grandes conjuntos de datos diversos, que incluyen datos estructurados, semi-estructurados y no estructurados, de distintos orígenes y en distintos tamaños. En el sector turístico su principal utilidad es anticipar la demanda turística y adoptar decisiones operativas y comerciales de acuerdo a este análisis. La gestión de esta información es relevante incluso para un restaurante, existen herramientas de bajo coste que permiten disponer de un cuadro de mando donde se visualizan todos los datos de evolución de la demanda en función de nuestros intereses para poder anticipar decisiones de precio o de gestión.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



Servicios en la nube

21

Objetivo: Impulsar la diversificación de proveedores y servicios que ofrece la nube

Solución

Los servicios en la nube o de cloud computing son todas las infraestructuras, las plataformas, las tecnologías o los sistemas de software a los que acceden los usuarios a través de Internet sin tener que descargar software adicional y cuyo coste está asociado a su uso. Estos servicios facilitan el acceso a la información desde diferentes ordenadores o smartphones, además minimizan los problemas de seguridad aumentando el acceso a la recuperación de la información ante posibles problemas. La mayoría de las soluciones propuestas en esta guía, como ciberseguridad, channel managers, CRM, Big Data, etc. trabajan en la nube para facilitar el acceso desde diferentes terminales y la actualización continuada de los datos.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Motores de reserva

22

Objetivo: Aumentar las reservas directas en los restaurantes

Solución

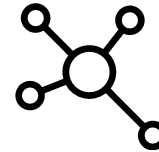
Los motores de reservas de empresas de alojamiento o actividades es una aplicación que se integra en los sitios web y en los perfiles de las redes sociales de restaurantes para capturar y procesar las reservas directas en tiempo real.

Se encuadra dentro de la estrategia de comercialización directa de las empresas del sector turístico, el cual acostumbra a estar altamente intermediado, incluso en la tipología de restauración. Es fundamental disponer de una de estas herramientas para poder agilizar el proceso de contratación, también provocan confianza en el cliente final y, si se vinculan al Channel Manager, facilitarán el trabajo de gestión de precios y reservas al poder trabajar con varios canales de comercialización.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



Conectividad a la red

23

Objetivo: Extender la conexión a la red en los restaurantes

Solución

Es importante para los restaurantes incorporar valores añadidos a su oferta, entre las que se encuentra la conexión a la red, en especial, mediante WiFi. Es preciso tener en cuenta que un alto porcentaje de usuarios buscarán si el establecimiento dispone de una buena conexión, incluso si queda ubicado en el entorno rural. Es una oportunidad que se debe aprovechar para atraer más clientes.

Soluciones que permiten ofrecer al cliente mejores experiencias y a la empresa la mejor herramienta de gestión y control. Desde el servicio WiFi a las redes independientes de clientes y empleados o sistemas más complejos.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



24 Cartelería digital

Objetivo: Incrementar la interacción de los clientes

Solución

El sistema de señalización o cartelería digital responde a soluciones de pantallas gestionadas y de elementos de apoyo que incorporan el mundo digital a los espacios de los espacios de restauración. Los elementos tangibles incluyen reproductores multimedia y pantallas que requieren gestión de contenidos. Su instalación contribuye a una mejora de la experiencia del cliente y, por otro lado, a una mayor demanda de los productos incluidos en estos soportes digitales que además se han visto incrementados a partir de las soluciones vinculadas a La COVID-19.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



25 Reputación online

Objetivo: Conocer la valoración de los turistas sobre los restaurantes

Solución

Se recomienda que la gestión de redes sociales se acompañe del análisis de la reputación online de restaurantes y de la monitorización de redes sociales a través de la escucha activa. Mediante esta herramienta se consigue la identificación de comentarios negativos o positivos. Es importante para los restaurantes conocer la opinión de su demanda y el análisis de estos comentarios para realizar mejoras o reforzar aquellas cuestiones mejor valoradas. Es imprescindible que los restaurantes dispongan de perfiles propios en los principales sitios de prescripción y se realice un mantenimiento continuado, respondiendo a los comentarios.

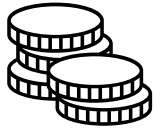
Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



26 Gestor TPV

Objetivo: Unificar múltiples servicios y puntos de venta mediante herramientas de gestión TPV para facilitar ventas

Solución

La gestión centralizada de los puntos de venta de los restaurantes, especialmente de aquellos más grandes en los que se suele disponer de varios puntos de venta es una necesidad con la que mejorar la gestión de ventas, compras, delivery, reservas, cocina, costes, empleados y clientes. En el mercado existen en la actualidad soluciones tecnológicas de gestión TPV que unifican en una única herramienta estas necesidades de gestión, incluso para varios puntos de venta.

En el caso de los restaurantes, es una solución recomendable en todos los casos al cohesionar los diferentes sistemas e integrar las diferentes soluciones de gestión asociadas al restaurante, siendo además imprescindible en los casos con más de un punto de venta.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica





DIGITALIZACIÓN



Gestión de sitios webs

27

Objetivo: Aumentar las competencias técnicas de los restaurantes para la gestión de las webs

Solución

Es necesario que las webs se perciban como elementos vivos. En este sentido, los restaurantes deben aprender a gestionar el contenido de su propia página, como cambiar textos, añadir información o servicios de forma autónoma y de la mejor forma posible. Igualmente, deben aprender a planificar la agenda si existiera, comunicarla e integrar las redes sociales. Adecuar las imágenes a las diferentes estaciones, incorporar propuestas de experiencias de consumo en el corto y medio plazo. Este proceso debe llevarse a cabo no solo por el SEO vinculado a Google y a sus criterios de actualización, sino por aportar valor constante a su demanda potencial.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



Branded Content

28

Objetivo: Enseñar a los restaurantes a la elaboración de Branded Content

Solución

Se recomienda la asistencia a sesiones de formación sobre Branded Content. Por Branded Content se entienden aquellos contenidos que entretienen, informan o inspiran generados por las empresas turísticas y que tienen interés o relevancia para el público. Son comunicaciones que se vinculan con lo que la empresa quiere mostrar unidas a lo que los viajeros quieren ver. Es, por tanto, una forma de publicidad que no interrumpe al usuario mientras está consumiendo otro contenido, sino que es buscada directamente por éste. Mucho de este contenido en el caso de los restaurantes, estará vinculado a las propuestas de experiencias que pongan en mercado, a los eventos que sucederán en el medio plazo en sus destinos o a propuestas de recursos y oferta de su área de influencia a proponer. El contenido deberá alinearse con la estrategia de productos a posicionar ya que influirá a través del SEO en su posterior posicionamiento.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



Gestión de redes sociales

Objetivo: Mejorar el conocimiento de los restaurantes en la gestión de redes sociales

Solución

En el actual escenario turístico se requiere aprender a planificar, medir y optimizar los resultados en las redes sociales. En este sentido, es preciso aprender los principios de la administración de una comunidad online activa, conocer a fondo las estrategias, aprovechar todo su potencial y segmentar para llegar a los públicos objetivo. Gracias a las redes sociales, los restaurantes pueden conseguir información sobre sus clientes, pudiendo interactuar directamente con ellos. Es importante que los establecimientos de restauración conozcan los momentos de toma de decisión de sus clientes para actuar sobre ellos con antelación. Las redes sociales deben contener tan solo información sobre el restaurante o su entorno sin incorporar posts o comentarios de ámbito personal.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



Gestión y análisis de SEO y SEM

Objetivo: Enseñar a los restaurantes a la gestión de SEO y SEM

Solución

La optimización del posicionamiento en buscadores por parte de los restaurantes requiere el aprendizaje de las claves para conseguir posicionar el sitio web de forma natural u orgánica (SEO) o por medio de pago o patrocinio (SEM), en las primeras posiciones de los buscadores. Implementar campañas SEM y trabajar el SEO con profesionales les ayudará en el proceso de posicionamiento en el mercado. Es importante conocer las motivaciones de consumo y las palabras clave que emplean sus clientes objetivo para poder ejecutar una adecuada estrategia SEO y SEM. Trabajar en clave de experiencias turísticas, les permitirá incorporar palabras clave alineadas con las motivaciones de sus clientes más allá de simplemente el establecimiento.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



Gestión de herramientas en la nube

31

Objetivo: Aumentar el conocimiento de las opciones profesionales de los servicios en la nube

Solución

La posibilidad de trabajar en la nube requiere que los propietarios y profesionales de la gestión de los restaurantes adquieran los conocimientos necesarios que les permitan aprovechar las ventajas que la nube ofrece. Se recomienda conocer las herramientas online que ofrecen posibilidades para almacenar datos o trabajar, compartir el trabajo y crear contenidos en grupo, con herramientas colaborativas de edición y gestión, almacenaje de datos, CRM, etc. Por último, es igualmente importante identificar y minimizar los problemas de seguridad.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



©2022 –Turisme Comunitat Valenciana

invattur@gva.es

invattur.es

Redacción, diseño y maquetación

Soluciones Turísticas



solucionesturísticas
consultoria & marketing