

Especial

Negocios

en informática

Taf
editorial

Especial Horeca 2024

El sector Horeca prosigue su viaje hacia la digitalización



TPVnews.es ofrece información y análisis para las empresas y profesionales del canal **retail, Horeca y AIDC**



ESPECIALES SECTORIALES

Información sobre el mercado, las tendencias y la mejor selección de novedades

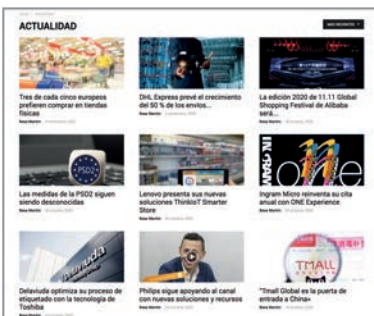
tpvnews.es/category/especiales



A FONDO

Reportajes en profundidad sobre la actualidad de los principales protagonistas del sector

tpvnews.es/category/tpvnews/a-fondo



ACTUALIDAD

Todas las novedades y las noticias más relevantes del mundo del TPV y el ámbito AIDC

tpvnews.es/category/actualidad



OPINIÓN

Impulso

El sector Horeca sigue su camino hacia la digitalización, pero necesita un impulso para completar este proceso. Los estudios demuestran que sigue habiendo brechas tanto entre los grandes y pequeños establecimientos como entre las zonas urbanas y rurales, aunque la mayoría de los hosteleros son conscientes de que no hay vuelta atrás en sus procesos de transformación digital. Saben que la tecnología les ofrece nuevas oportunidades para mejorar la operativa de sus negocios, responder a las necesidades de los consumidores y ganar en competitividad.

Sin embargo, todavía hay mucho desconocimiento de las soluciones y de cómo pueden aplicarlas a sus negocios. Al mismo tiempo, la falta de personal cualificado es otro escollo para acelerar la digitalización. A esto se suma la falta de presupuesto que es otro de los obstáculos para la adopción de herramientas tecnológicas.

En este contexto, las ayudas como las que ofrece el Kit Digital no han sido efectivas para ayudar al sector a dar ese salto en digitalización. Por tanto, el sector necesita un empujón para recorrer el camino que le falta para completar este proceso. Un factor decisivo para seguir avanzando en ese terreno es identificar qué necesidades tiene y qué tipo de herramientas son las adecuadas para cada tipo de negocio. En esta tarea tiene que contar con un consultor y prescriptor de tecnología y el canal especialista es el adecuado para guiar a los diferentes tipos de establecimientos que componen el sector en el proceso de adoptar las últimas soluciones tecnológicas.

Para aprovechar esta oportunidad, los profesionales del canal TI tienen que suplir la falta de talento tecnológico que existe en el sector Horeca y adecuar su oferta a las necesidades actuales.

La alianza entre el hostelero y el canal es imprescindible para completar con éxito el proceso de transformación digital y fidelizar a los nuevos consumidores que piden una experiencia óptima y digital.



SUMARIO

REPORTAJE



Pág. 4

El sector hotelero sigue incorporando tecnología



Pág. 9

La flexibilidad de los pagos, un factor decisivo a la hora de escoger hotel



Pág. 13

La hostelería está en la mitad de su proceso de transformación digital

LISTADO DE ANUNCIANTES

INFORTISA Pág. 11 y 12

ISE Pág. 20, 21 y 22

TP-LINK Pág. 17, 18 y 19

V-Valley Pág. 7

Newsbook

Síguenos en @newsbook_tai

DIRECTORA
Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES
Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Inma Eizalde • inma@taieditorial.es
Olga Romero • olga@taieditorial.es

PUBLICIDAD
David Rico • david@taieditorial.es
Nuria Díaz • nuria@taieditorial.es

PRODUCCIÓN
Marta Arias • marta@taieditorial.es

EDITA



MIEMBRO DE

T.A.I. Editorial, S.A.
(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es

Avda. Fuencarral, 68
28108 ALCOBENDAS (Madrid)
tel. +34 91 661 61 02
e-mail: correo@taieditorial.es



OTRAS PUBLICACIONES



DISTRIBUCIÓN

Publistad Publicidad Directa, S.A.
C/ Fundidores, 53 (Pol. Ind. Los Angeles)
28906 Getafe – Madrid
Telf. 91 683 76 92

DEPÓSITO LEGAL

M-20480-2002

ISSN

1696-6147

Impreso en papel ecológico

QUEDA PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE LOS ORIGINALES DE ESTA PUBLICACIÓN SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS COLABORADORES Y ANUNCIANTES.

No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de Técnicos y Asesores Informáticos Editorial, S.A. Le informamos que sus datos personales y dirección de correo electrónico serán tratados por Técnicos y Asesores Informáticos Editorial, S.A., como responsables del tratamiento, con la finalidad de llevar a cabo una gestión de carácter comercial, y para el envío de nuestra publicación y también de comunicaciones comerciales sobre nuestros productos y servicios, así como de terceros que consideramos puedan resultar de su interés. Los datos serán cedidos a Tu Web Soluciones, compañía de posicionamiento y análisis, S.L. y Cia. para la Empresa Servimedía S.L., empresas colaboradoras del responsable que tratarán los datos con las mismas finalidades. Siendo conservados mientras no manifieste su oposición a seguir recibiendo el servicio solicitado. Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a aro@taieditorial.es para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en https://taieditorial.es/politica/

El sector hotelero sigue incorporando tecnología para incrementar la satisfacción del cliente y abordar los retos futuros

Los buenos datos del sector turístico son un aliciente para que el sector hotelero siga mejorando su propuesta y la tecnología es una buena aliada para seguir atrayendo a los viajeros. El Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) sigue impulsando a los hoteles a profundizar en su digitalización y es testigo de cómo la tecnología puede ser la mejor herramienta para incrementar la rentabilidad. Según confirma Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, uno de los retos que tiene el sector es adoptar la IA.



Álvaro Carrillo de Albornoz
director general del ITH

El Instituto Tecnológico Hotelero sigue trabajando para avanzar en la digitalización del sector alojativo y esta labor le permite conocer con precisión en que punto de este camino se encuentra. Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH, señala que este último año “se ha avanzado”. Según recuerda, la pandemia fue un momento de aceleración de la digitalización a lo que se sumó, posteriormente, la necesidad de viajar, lo que revitalizó al sector que ha cosechado cifras de récords. Al mismo tiempo, las ayudas del plan NextGenerationEU han ayudado en el terreno de la digitalización y la sostenibilidad al sector, aunque Carrillo de Albornoz señala que “no han sido todo lo eficientes que podían ser”.



A pesar de esto, en los últimos años los hoteles de manera mayoritaria, con independencia de su tamaño, han incorporado una serie de herramientas tecnológicas que se pueden considerar imprescindibles como la página web, la red *wifi*, gratuita para los clientes, las redes sociales, los sistemas de gestión PMS y el sistema central de reservas o CRS. Sin embargo, los establecimientos más pequeños van más retrasados en la parte de la relación con el cliente, frente a los más grandes que cuentan con CRM y están incorporando inteligencia artificial a este sistema. El director general del ITH señala que la inteligencia artificial tiene también mucho que decir en el apartado del *revenue system*. “En un futuro, la posición de *revenue* pura va a tender a desaparecer porque la inteligencia artificial la va a suplir de una manera más eficiente”.

Las grandes cadenas ya están trabajando en este desarrollo, pero las más pequeñas necesitan tener soluciones adaptadas a su tamaño. Esta necesidad de soluciones adecuadas a los pequeños hoteles ha llevado al ITH a firmar, hace unos meses, un acuerdo con Mastercard y Connectycs para impulsar la digitalización de estos establecimientos. Según recoge este acuerdo se adaptará la plataforma B2B de Connectycs para ajustarla a las necesidades de los hoteles de menos de 100 habitaciones con el fin de que lleguen a nuevos clientes, puedan realizar y recibir pagos digitales y acceder a información sobre reservas basadas en IA con el fin de mejorar sus operaciones comerciales. El responsable del ITH señala que el acuerdo está funcionando bastante bien porque es una solución que al hotelero le permite “conectar con la cadena de distribución y la automatización del *backoffice* y los pagos”.

El ITH está haciendo una intensa labor de difusión para dar a conocer esta solución y llegar al mayor número de hoteles posibles.

Al mismo tiempo, ha probado el uso de los *cobots* o robots colaborativos en los hoteles para comprobar los beneficios que pueden obtener los alojamientos en su actividad diaria. En este sentido, el director del ITH destaca que antes de los proyectos piloto han realizado un informe

“Todavía los empresarios de la robótica no se fijan en el sector turístico como foco principal”

“La inteligencia artificial va a suponer un salto en competitividad”

para evaluar la viabilidad de su implantación, los usos y las aplicaciones que facilitarían la gestión. En cuanto al proyecto de implementación ha contado con la colaboración de IntecRobots y Robottions y con la cadena Magic Costa Blanca para realizar las pruebas. Los resultados, como revela el responsable, han sido positivos y se han probado distintos tipos de *cobots*. Algunos modelos estaban dedicados a la limpieza, otros a la entrega de comida y al transporte de mercancías; y otros han sido del tipo exoesqueletos.

Los resultados sobre el aumento de la productividad han variado dependiendo del tipo de robot, pero de media se ha logrado un aumento entre el 30 y el 50 %. Su uso también ha rebajado el coste laboral y ha incrementado la calidad del servicio. Un dato relevante de este proyecto es que “en todos los casos el periodo de amortización era inferior a dos años”, lo que hace bastante rentable la inversión. Sin embargo, como apunta Carrillo de Albornoz, “todavía los empresarios de la robótica no se fijan en el sector turístico como foco principal”. Por tanto, uno de los ejes de acción del ITH es tratar de que los departamentos de I+D de los productores de servicios de robótica consideren al sector hotelero como un segmento interesante para desplegar sus soluciones.

Inteligencia artificial y ciberseguridad

La implantación de la inteligencia artificial es uno de los desafíos que tiene el sector hotelero. El ITH ha desarrollado un proyecto, denominado Biotrend, que aplica la inteligencia artificial para hacer previsiones de demanda a través del uso de los datos reales de los establecimientos hoteleros. Este proyecto, llevado a cabo en la Comunidad Valenciana y Andalucía, es un ejemplo del uso de la IA para incrementar el negocio, aunque el principal escollo a la hora de usar la IA es la reticencia de los propios hoteleros a ceder sus datos. “Lo complicado es convencer al



AUTO ID

Acompañamos y apoyamos a nuestros partners a potenciar, aún más, sus proyectos de transformación digital dirigidos a retail, hospitality, logística y transporte, administración pública, sanidad y educación, entre otros.

SOLUCIONES V-VALLEY

- ✔ **Identificación Automática:** Terminales móviles, escáneres e impresoras de código de barras, lectores de tags RFID, lectores de tarjeta chip, biometría, etc..
- ✔ **Comunicaciones IP, WIFI, WIMAX y Videovigilancia:** Contamos con un equipo de ingenieros centrados en desarrollar proyectos globales para tus clientes.
- ✔ **Internet of Things - M2M / IoT:** Somos especialistas en conectar cualquier cosa a Internet, desde cámaras de videovigilancia a control de flotas, pasando por personas y mascotas.
- ✔ **Movilidad eléctrica:** El vehículo eléctrico es el futuro de la movilidad. Te ayudamos a aprovechar la oportunidad de negocio que supone el despliegue de soluciones de carga rápida para coches eléctricos.



¿Quieres saber cómo integrar nuestras soluciones para acelerar tu negocio?
¡Contacta con nuestros especialistas!

www.v-valley.com



Entre las
tendencias
se observa el
avance hacia
la economía
circular

hotelero de que comparta esta información porque son datos de ingresos, de rentabilidad, de ocupación, etc.”, apunta el directivo, aunque su intención es lanzarlo a nivel nacional.

Otro obstáculo que impide el uso de la IA en el sector hotelero es su propio avance que se produce tan rápido y dificulta extender el conocimiento de su propio potencial en el sector. “Hay que encontrar herramientas concretas que sirvan al hotelero y veamos valor en las aplicaciones”.

La ciberseguridad es otro aspecto fundamental para el sector hotelero. El sector cumple con las medidas que marca la ley, pero queda mucho por hacer porque las grandes cadenas sí que tienen más medidas de ciberseguridad, mientras que las más pequeñas van más rezagadas.

Tendencias

El ITH sigue desarrollando la habitación del futuro o Techyroom, que ahora en su versión 2.0 está integrando tecnologías para garantizar la sostenibilidad y responder a las necesidades de los consumidores en relación a la conservación del medio ambiente.

Entre las tendencias que están despuntando, según avanza el responsable del ITH, figura junto a la sostenibilidad el avance hacia la economía circular e incluso se empieza a ver el desarrollo de la economía azul. El sector hotelero no es ajeno a todas estas tendencias y sigue su ajuste para dar respuesta a la nueva demanda, aunque como recalca el directivo lo más revolucionario va a ser la inteligencia artificial, pero matiza que también tendrá un coste porque “habrá muchas posiciones que se tendrán que reubicar”, aunque cree que “va a suponer un salto en competitividad y valor añadido”.

Estas tendencias serán analizadas en la próxima edición de FITURTECHY, el espacio del ITH de Fitur, que está preparando la institución. Según avanza el directivo, las mil y una noches será el hilo conductor para introducir los temas en los cuatro foros que lo integran.

La flexibilidad de los pagos, un factor decisivo a la hora de escoger hotel

En un sector tan dinámico y competitivo como la hostelería, la experiencia de pago supone uno de los puntos fuertes a la hora de asegurar la satisfacción de los clientes. Pero, ¿están aprovechando los hoteles españoles esta oportunidad para adaptarse a sus huéspedes?



Juan José Llorente,
country manager de Adyen para España y Portugal

Según los datos obtenidos en el primer Hospitality Report global de Adyen, hemos podido comprobar cómo casi una de cada diez empresas hoteleras (6 %) de nuestro país aún cuestiona la relevancia de ofrecer múltiples métodos de pago a sus huéspedes. Esto podría explicar por qué, debido a las limitadas opciones de pago ofertadas por un alojamiento, más de un tercio de los consumidores españoles han abandonado en algún momento un proceso de reserva.

Al reservar o buscar hoteles, los clientes se pueden centrar en el precio o en la ubicación. Puede que estos sean fieles a una marca concreta, a las opiniones de

otros usuarios y sus valoraciones, o que simplemente se dejen influir por el rango de estrellas; sin embargo, la mayoría (67 %) cree que es importante una experiencia fluida a la hora de escoger hospedaje, desde la reserva hasta la entrada y la salida.

De hecho, 8 de cada 10 huéspedes tiene un método de pago *online* preferido, por ello la expectativa de una experiencia sin fricciones se extiende a los métodos de pago, ya que los huéspedes desean disponer del mismo nivel de opciones a la hora de pagar que a la de elegir. La tendencia hacia la flexibilidad en los pagos no es algo nuevo, pero su importancia se ha intensificado según han ido evolucionando las preferencias de los consumidores. Entra en juego la implementación de



la “tokenización” en los pagos como un proceso clave para garantizar transacciones cómodas, seguras y eficientes durante la estancia en un hotel. Al “tokenizar” los datos de pago, no solo se facilita una experiencia sin fricciones, sino que también se contribuye a reducir el alcance de las obligaciones de cumplimiento normativo como PCI, protegiendo al hotel y a sus clientes.

Los datos revelan que más de la mitad de los viajeros españoles (55 %) prefiere no pagar el importe total por adelantado al reservar una estancia, lo que refleja un cambio generalizado hacia una mayor consciencia financiera. Este comportamiento es especialmente evidente con el creciente uso de servicios como *Buy Now, Pay Later* (BNPL), que ya utiliza hasta un 15 % de los viajeros españoles.

Los hoteles que no ofrecen alternativas como BNPL están perdiendo una parte importante del mercado. Especialmente si consideramos que el 56 % de los encuestados asegura que tener más opciones de pago les facilitaría realizar compras de mayor valor por tanto, podemos afirmar que la flexibilidad en las transacciones es un incentivo directo para aumentar el volumen de gasto por usuario.

Por otro lado, en España, el 16 % de los consumidores prefiere pagar una experiencia hotelera a través de *e-wallets* como Apple Pay, mientras que, en los últimos 12 meses, el 12 % ha utilizado las redes sociales para efectuar sus reservas. Estos datos ponen de manifiesto una nueva era de digitalización y comodidad en

la que los consumidores buscan rapidez y facilidad en cada paso del proceso de reserva.

Políticas de cancelación y fidelidad del cliente

Al mismo tiempo, la flexibilidad en las políticas de cancelación es un factor decisivo para los viajeros de nuestro país. Más de 7 de cada 10 huéspedes (72 %) considera que poder cancelar gratuitamente entre 24 y 48 horas antes de su llegada es fundamental a la hora de decantarse por un hotel u otro. Por tanto, ofrecer políticas de cancelación adaptables y seguras no solo es una ventaja competitiva, sino que mejora la experiencia del cliente, incrementando las posibilidades de que repita en un futuro.

Afortunadamente, el sector hotelero en España parece estar reconociendo la gran importancia a la hora de transformar su negocio. Según el estudio, el 71 % de los directivos hoteleros afirman que buscará mejorar los procesos de pago en los próximos 12 meses, y el 65 % ve en la inversión en tecnologías financieras una oportunidad para diferenciarse de la competencia.

En definitiva, la innovación en torno a las soluciones de pago no solo optimiza las transacciones, sino que contribuye a una experiencia fluida. Tecnologías como la “tokenización” y la inclusión de múltiples métodos de pago, incluyendo opciones emergentes como BNPL o *e-wallets*, permiten a los hoteles ofrecer una experiencia personalizada, segura y ágil. Estas soluciones son herramientas que transforman la forma en que los huéspedes interactúan con el alojamiento, se fidelizan y se genera un valor añadido a la experiencia.

Cuidamos de tu negocio

como si fuera nuestro

iggual



Impresoras térmicas

Cajones portamonedas

Lectores de códigos

Visores TPV

TPV All in One

Monitores táctiles

Rollos papel térmico

IGG319321



IGG319031



IGG319086



IGG315699



IGG319307



Más productos de la gama en nuestra web www.iggual.com

Impresora térmica TP EASY 80 USB RJ11 WiFi



Esta es la primera impresora dual de iggual: es inalámbrica *WiFi* y USB. Imprime *tickets* de hasta 80 mm de ancho (ancho máximo de impresión 72 mm) a una velocidad de 230 mm/s. Es extremadamente funcio-

nal, versátil, fácil de usar y configurar. Además, cuenta con un puerto RJ11 para la apertura automática del cajón portamonedas y con corte de papel automático. Admite la impresión de logotipos BMP y códigos de barras 1D y 2D QR. Dale alas a tu negocio.

Cajón portamonedas IRON-20



Este cajón portamonedas es el más querido en los bares. Tiene un perfecto tamaño estándar de 42 cm (profundo) por 40,5 cm (ancho) y 10 cm de alto, dividido en 8 compartimentos para monedas

(bandejero íntegramente extraíble) y 4 compartimentos para billetes. Cuenta con una cerradura de 3 posiciones e integra un puerto RJ11 para abrir el cajón de manera automática. Incluye cable RJ11.



Lector de código de barras L2BT

Este lector inalámbrico Bluetooth 3.0 es capaz de decodificar códigos de barras 1D y 2D. Capaz de realizar más de 300 escaneos por segundo con una profundidad de campo de 20 a 450 mm. Además, gracias a su batería de litio de 1600 mAh, asegura una máxima comodidad y una autonomía de más de 8 horas de escaneo continuo y de 7 días en modo de espera. Su nueva carcasa ofrece un grado de protección de IP54.

Visor TPV USB regulable VFD 7"



Este visor de pantalla fluorescente de vacío (VFD) dispone de 40 caracteres, divididos en dos columnas de 20, para mostrar todo tipo de información al consumidor. Su brillo es regulable de 500 a 1.000

cd/m². Su conexionado es mediante cable USB integrado, lo cual asegura una excelente compatibilidad y versatilidad. El tamaño de carácter es XL: 9 x 5,25 mm. Su columna es de altura regulable: va desde los 263 mm hasta los 395 mm, tiene una rotación horizontal máxima de 355° y una rotación vertical que va desde los 0° hasta los 38°.

TPV All in one 17" J6412 17.84.1000



El terminal de 17" táctil capacitivo de iggual cuenta con un procesador Intel Celeron J6412 de 4ª generación e incluye SO Windows 10 IOT. Entre sus increíbles prestaciones destacan sus 8 puertos

USB y su velocidad Ethernet de 1000 Mbps. Cuenta con 8 GB de RAM DDR4, 128 GB de disco duro mSATA y dos salidas de vídeo: HDMI y VGA, con una resolución de 1280 x 1024 px (formato 4:3). Máximas prestaciones a un mínimo precio.



Para más información:

www.infortisa.com



La hostelería está en la mitad de su proceso de transformación digital

La hostelería española sigue avanzando en su digitalización y se encuentra en la mitad de este recorrido, según se desprende del informe “Las claves de la digitalización en hostelería”, elaborado por la consultora EY para ConectadHos, la plataforma constituida por Hostelería de España, junto a Coca-Cola, Mahou San Miguel y Makro.

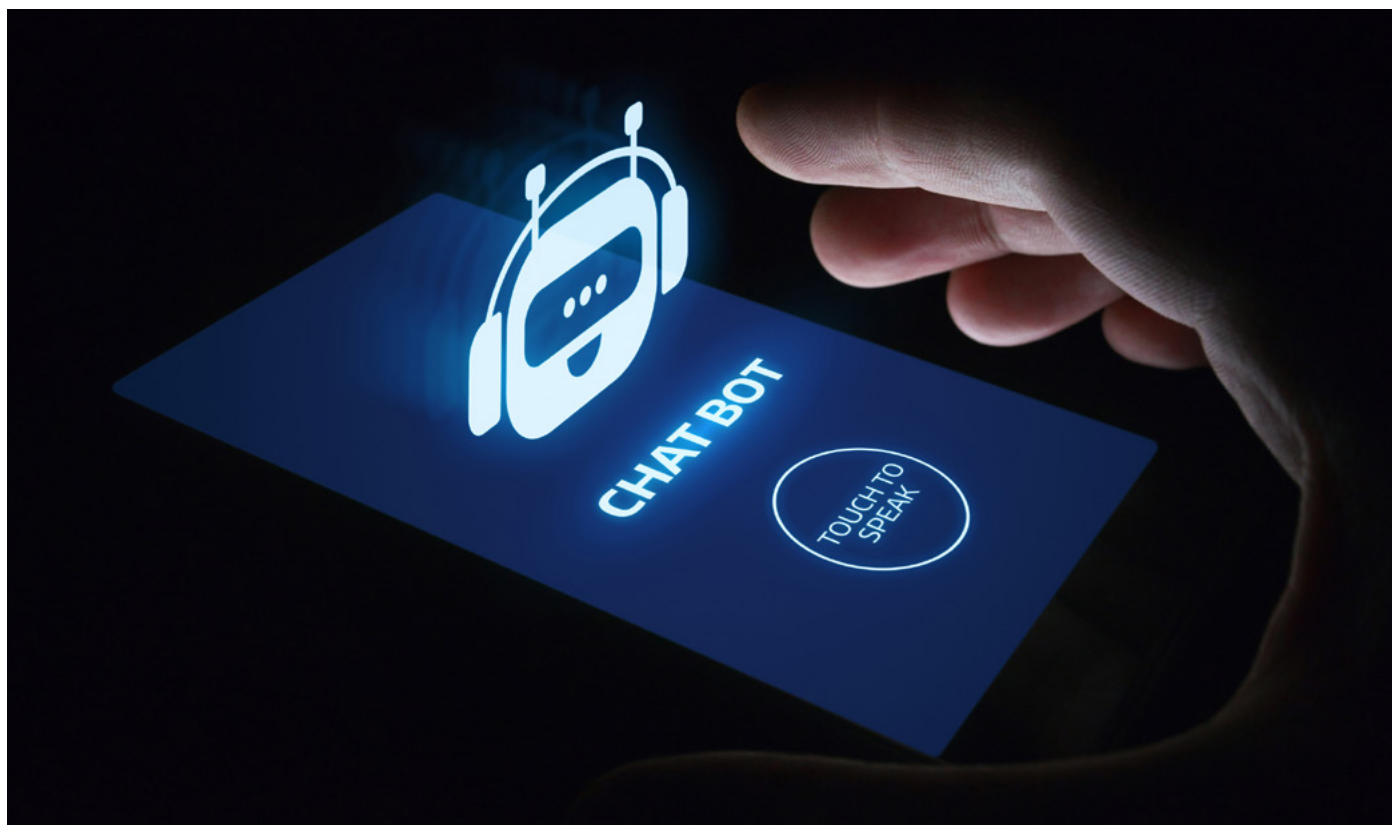


El sector hostelero español continúa invirtiendo en tecnología para digitalizar sus negocios (74 %) y declara que lo seguirá haciendo en un futuro cercano, según se refleja en el estudio, que actualiza los datos de la edición de 2021.

El informe, que analiza el estado de la digitalización de varios tipos de establecimientos hosteleros —bares y cafeterías, restaurantes, alojamiento, sitios de ocio como discotecas y pubs y otros del tipo caterings, campings y tiendas de alimentación—, muestra a nivel general que el 38 % considera que su nivel de digitalización es alto, frente al de 2021. El 37 % se encuadra en un nivel medio y el 25 % se sitúa en el bajo.

La principal barrera que declaran los que se encuentran en el nivel más bajo son la falta de presupuesto (36 %) y la preferencia por el contacto personal y las herramientas tradicionales (20 %). El informe compara entre los entornos urbanos y rurales y en ambos casos la principal barrera para digitalizarse es el presupuesto. La falta de tiempo es otro de los escollos que citan los hosteleros para digitalizarse seguido de la preferencia por las herramientas y el contacto personal. Y otro aspecto crítico que dificulta los procesos de digitalización es la falta de formación

La principal barrera para la digitalización es el presupuesto



o personal cualificado, un aspecto más mencionado en las zonas urbanas (15 %) que en las rurales (11 %).

En cuanto a los motivos para digitalizarse, el principal es la posibilidad de publicitarse o promocionarse *online* (43 %), frente al incremento de la facturación que era el motivo principal en 2021 (74 %). Este año el aumento de la facturación pasa al tercer motivo (36 %), superado por mejorar márgenes (39 %).

La reducción de los costes operativos (35 %) es el cuarto motivo para digitalizarse en 2024, frente a la fidelización del cliente que era el cuarto motivo señalado en 2021. Este aspecto este año ha pasado al quinto lugar (33 %).

Los hosteleros también indican que las soluciones digitales personalizadas, el conocimiento actualizado del sector y el apoyo experto en digitalización son las iniciativas que más les ayudarían para afrontar los retos de su negocio.

Nivel de desarrollo digital

El estudio mide el nivel de desarrollo digital a través de una puntuación del 0 al 10. En comparación con el año 2021, en términos generales, se ha incrementado la digitalización, situándose en un nivel medio-alto, entre el 6 y el 8. El 76 % de los encuestados señala que está "algo digitalizado", entre 5 y 10, más del 37 % considera que su negocio ha alcanzado

Inteligencia artificial

La inteligencia artificial está llegando a todos los sectores y la hostelería está dando algunos pasos para introducirla, pero todavía de manera muy tímida. El 52 % conoce esta tecnología, pero solo el 16 % planea implementar la IA para la automatización de procesos y mejorar la eficiencia, mientras el 19 % lo está considerando, pero está evaluando las posibilidades.

El 28 % no ve una necesidad inmediata, el 22 % no considera implementarla debido a la falta de fondos y experiencia técnica y el 15 % no está seguro de su uso y necesita más información sobre los beneficios y costes. Dentro del grupo que planea implementar soluciones de IA o expandirlas se ha detectado que la mitad ya utiliza herramientas que incorporan esta tecnología. El 18 % consulta dudas sobre la configuración de menús o los precios en herramientas como Chat GPT, el 13 % utiliza asistentes virtuales para determinadas tareas, el 12 % utiliza software de IA para la gestión de inventario y las reservas y el 10 % implementa algoritmos de IA para el análisis de datos y la toma de decisiones.

un nivel de digitalización alto, entre 7 y 10, y el 18 % señala que está en un nivel bajo, entre el 0 y el 3. De estos datos, se desprende que falta camino que recorrer para que el sector esté digitalizado.

Por tipo de establecimiento, el nivel más alto de digitalización se encuentra en los establecimientos del sector alojativo (55 %), seguido de los restaurantes (44 %). Los bares y cafeterías, junto con los establecimientos englobados en ocio, son los que tienen mayores porcentajes de empresas en los niveles más bajos. La media en el grupo de bares y cafeterías asciende al 5, en el sector de los restaurantes al 5,8, en el grupo del alojamiento al 6,3 y en el de ocio se sitúa en el 5,3. Estos datos sitúan la media global en el 5,3.

Un dato significativo que recoge el estudio es que el 86 % de los encuestados cree que la digitalización es importante para afrontar los desafíos actuales, lo que confirma la tendencia respecto a 2021. Además, más del 50 % de todos los tipos de establecimientos ya está implementando acciones para impulsar la digitalización o lo hará en un futuro. Solo los menos digitalizados son los que tienen menos interés y aún no han comenzado el proceso.

Herramientas digitales

El análisis sobre las herramientas digitales revela que las destinadas a los pagos digitales y *contactless* a través de terminales de punto de venta son las más utilizadas (86 %), aunque el interés de los hosteleros se está concentrando en la presencia en las redes sociales, (64 %), la página web y las cartas digitales (51 %) y publicidad y la promoción *online* (38 %).

El informe destaca que, a pesar de que el TPV es una de las más utilizadas para los pagos, el nivel de satisfacción es del 42 %, lo que revela que estos sistemas tienen deficiencias.

En cuanto al uso de sistemas POS y el software para la gestión del negocio, lo más habitual es que se utilice software instalado en los PC o tabletas (54 %), aunque el 37 % usa una caja registradora y solo el 7 % opta por un sistema en la nube. El informe refleja que la hostelería organizada (cadenas, franquicias y otros grupos organizados) es la que lidera la instalación de sistemas propios de software (70 %), siendo el uso de cajas registradoras predominante en los negocios independientes. A la vez, la hostelería organizada ha comenzado a implementar soluciones basadas en la nube para sus negocios, alcanzando una penetración del 15 % frente al 6 % en la hostelería independiente.

Casi el 50 % de los encuestados señala que su terminal no cuenta con las funciones para gestionar pedidos *online*. Y, además, se observa un alto desconocimiento sobre las funcionalida-

El nivel más alto de digitalización se encuentra en los establecimientos del sector alojativo





des del TPV. Esto indica una falta de formación o comunicación por parte de los proveedores de estos sistemas. Y, a la vez, solo uno de cada tres sistemas TPV puede gestionar pedidos *online* y móviles lo que implica una necesidad de actualización para dar respuesta a las necesidades actuales de los consumidores.

Los hosteleros que tienen previsto invertir para impulsar su digitalización lo harán principalmente en mejorar la experiencia general del cliente a través de *apps* (12 %), sistemas de fidelización (10 %) y encuestas del cliente (10 %). También prevén invertir en sistemas digitales

de toma de comandas (10 %) y en *chatbot* de atención al cliente (9 %).

Un aspecto que aborda el informe es la dificultad que tienen los hosteleros para utilizar la tecnología para la gestión y el control de los negocios. Casi la mitad rechaza su uso porque cree que es difícil su gestión. Entre las tecnologías que menos se plantean usar figuran la gestión de ingeniería de menús, los sistemas para la previsión de gastos y finanzas, la gestión de escandallos, desperdicios y mermas y los sistemas de gestión de personal.

Avance

El estudio constata el avance en el proceso de transformación digital que se ha producido desde el primer informe en 2021. El nivel medio de digitalización general ha pasado del 4,5 al 5,3. En todos los grupos que integran el sector de la hostelería se ha avanzado. En bares y cafeterías se ha pasado de un 3,9 al 5, en restaurantes del 5,1 al 5,8, en alojamiento del 5,8 al 6,3 y en ocio del 5 al 5,3.

El interés por incrementar la inversión en tecnología también ha aumentado, situándose en el 38 % frente al 29 % de 2021. Y, además, cada vez hay menos rezagados en la implantación de medidas de digitalización. En 2021 el porcentaje era del 35 % y en 2024 ha descendido al 26 %. En 2021, un 56 % no contaba con presupuesto para digitalizarse y en 2024 el porcentaje es menor, un 35 %

Kit Digital

El informe ha evaluado el conocimiento y el impacto del programa Kit Digital. Un programa de ayudas que no ha calado en el sector porque 4 de cada 10 encuestados nunca ha oído hablar de este programa. El 22 % no cumplía los requisitos de financiación exigidos y del 17 % de los que se han beneficiado de esa ayuda más de la mitad considera que les ha ayudado poco.

La brecha entre el mundo rural y urbano también se refleja en este apartado. El 50 % de los establecimientos de las zonas rurales desconoce qué es el Kit Digital frente al 35 % de las zonas urbanas. El 19 % de los que se han beneficiado se encuentran en el ámbito urbano, frente al 10 % de las zonas rurales.

OLT DS-P7001-16



Esta OLT de TP-Link es una solución GPON de última generación diseñada para empresas y operadores de telecomunicaciones que buscan una conectividad segura de banda ancha y alta velocidad. Este potente equipo alcanza una capacidad de 2048 ONTs y es ideal para desplegar servicios GPON a gran escala. Con cuatro puertos 10GE SFP+ y dos puertos Gigabit Ethernet, la OLT DS-P7001-16 garantiza una alta capacidad de transmisión con mínima latencia. Además, sus funciones avanzadas de seguridad y QoS protegen la red de frente a potenciales amenazas mientras ofrece

una experiencia de usuario extraordinaria. La gestión centralizada con la controladora Omada facilita las operaciones y reduce los costes de mantenimiento, convirtiéndola en la elección perfecta para cualquier red FTTR en entornos empresariales. Dispone de fuentes de alimentación redundantes y además es compatible con dispositivos de terceros sin necesidad de licencia.

Punto de acceso EAP610GP-Desktop



El punto de acceso Omada EAP610GP-Desktop es un equipo todo en uno que combina la potencia de la tecnología wifi 6 con la libertad de GPON. Diseñado para entornos empresariales y residenciales, este dispositivo garantiza el acceso a Internet de alta velocidad con gran cobertura *wifi*. El puerto GPON integrado permite la conectividad en una red GPON. Además de su potente rendimiento *wifi*, este punto de acceso cuenta con varios puertos Ethernet Gigabit para conectar dispositivos directamente por cable, uno de ellos con PoE y un puerto RJ11 para la conexión de un teléfono analógico. Gracias a la tecnología Omada, permite gestionar de manera centralizada los diferentes puntos de acceso, lo que facilita el despliegue y mantenimiento de redes híbridas (GPON y Ethernet) en entornos empresariales.

Switch TL-SG3428MP



El equipo TP-Link Omada TL-SG3428MP es un switch managed L2 de rendimiento excepcional y fácil gestión en redes de pequeñas y medianas empresas. Integra 24 puertos Gigabit PoE+ y 4 puertos SFP para dar una conectividad de alta velocidad con capacidad de alimentar dispositivos PoE como cámaras IP, puntos de acceso y teléfonos IP. Gracias a su compatibilidad con la plataforma Omada, el switch TL-SG3428MP se puede gestionar de forma centralizada con un control intuitivo de toda la red. Dispone de funciones de gestión avanzadas como VLAN, QoS y agregación de enlaces, para garantizar un tráfico de red eficiente y seguro. Este switch crea redes potentes, seguras y estables para

satisfacer las necesidades de cualquier negocio.



Para más información:

www.tp-link.com/es/business-networking

ONT XM60A



La ONT Omada XM60A es un módulo SFP GPON diseñado para crear conexiones seguras a Internet de alta velocidad. Este pequeño equipo es ideal para despliegues FTTH/FTTR en verticales como *hospitality*, educación o en entornos empresariales. La ONT XM60A permite alcanzar velocidades de descarga de hasta 2.4Gbps, y de subida hasta 1.2Gbps, garantizando una navegación estable y sin cortes. Esta ONT, combinada con cualquier switch de la gama Omada, permite dar conectividad a un switch en una red GPON o red híbrida de manera sencilla facilitando la conexión a diferentes dispositivos Ethernet con alimentación PoE como puntos de acceso o cámaras de videovigilancia.

Punto de acceso EAP660HD



El punto de acceso Omada EAP660HD *wifi 6* está creado para crear red inalámbrica ultrarrápida y estable en entornos empresariales de alta densidad. Con un diseño elegante y compacto, este equipo se integra perfectamente en cualquier espacio. El punto de acceso EAP660HD permite conectar dispositivos inalámbricos a velocidades de 2402Mbps en 5Ghz y 1148Mbps en 2.4Ghz, gracias a la tecnología 802.11ax, garantizando una transmisión de datos más rápida y eficiente. Con las tecnologías MU-MIMO y OFDMA se garantiza la conexión simultánea a varios dispositivos sin perder rendimiento. Este punto de acceso es compatible con PoE+ y cuenta con un puerto 2.5G para facilitar su instalación, proporcionando, además, conexiones por cable. Al ser compatible con la plataforma Omada, se pueden gestionar diferentes equipos a la vez de forma centralizada para facilitar la administración de la red.

Punto de acceso EAP623-Outdoor HD



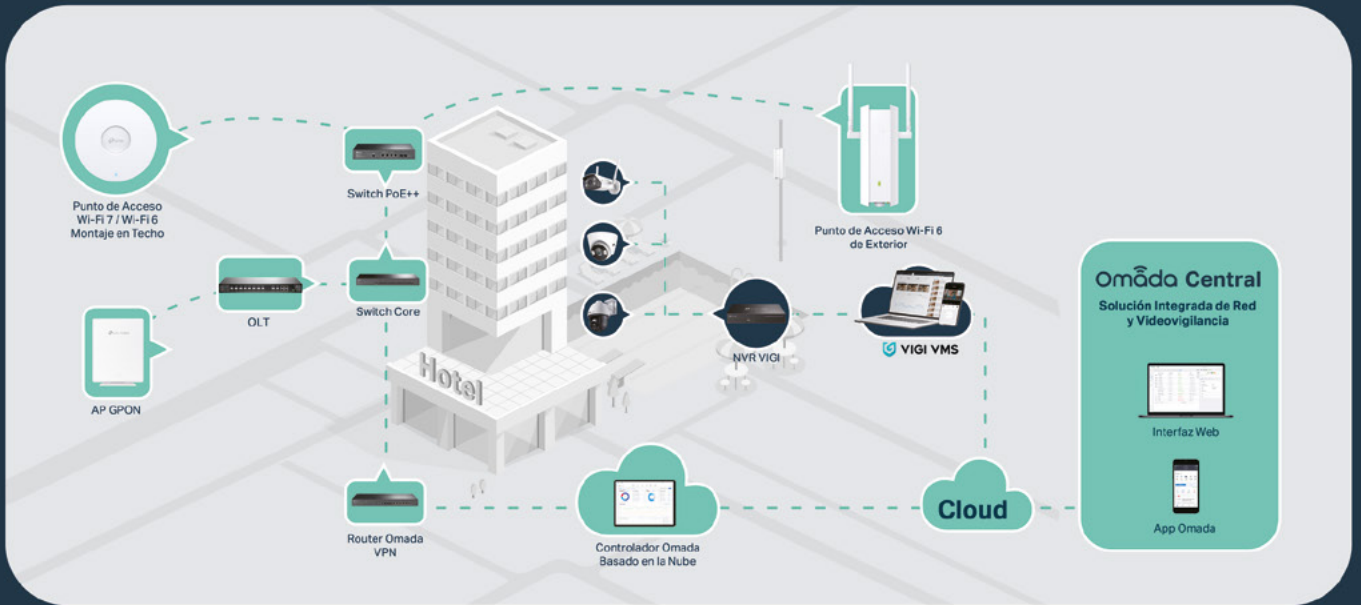
El punto de acceso Omada EAP623-Outdoor HD es la solución perfecta para llevar la red *wifi* al exterior, ya que está diseñado para dar un alto rendimiento en condiciones climáticas adversas. Con su certificación IP67, este punto de acceso es resistente al agua y al polvo, lo que lo hace ideal para su instalación en campings, jardines, viveros, garajes exteriores, campus o zonas industriales al aire libre. Equipado con tecnología *wifi 6* (802.11ax), su rendimiento da una mejora significativa en velocidad, capacidad y eficiencia, especialmente en entornos con alta densidad de dispositivos conectados. Además, se puede controlar de forma centralizada a través de la plataforma Omada para configurar y monitorizar los distintos equipos que conformen la red. Con el EAP623-Outdoor HD, podrás disfrutar de una amplia cobertura *wifi*, segura y estable que se adapta a cualquier negocio.



Para más información:

www.tp-link.com/es/business-networking

Soluciones Tecnológicas para Empresas de los Expertos en Redes y Videovigilancia



Gestión en la Nube

Control Remoto de la Red desde Interfaz Web o Aplicación



Inteligencia Artificial

Mayor Rendimiento y Fácil Mantenimiento de la Red



Solución Escalable

Adaptable a las Necesidades de Cualquier Vertical



Máxima Velocidad

Infraestructura de Red Rápida para Entornos Profesionales de Alta Densidad



Compatible con PoE

Puntos de Acceso Omada y Cámaras VIGI



Soporte Local

Equipo Técnico y Comercial Ubicado en España



ISE 2025: *Connection Restored*

ISE, la feria tecnológica anual de renombre mundial para la industria audiovisual y de integración de sistemas, le invita a abrir los ojos y los oídos a las imágenes y los sonidos del mañana. La inscripción para el evento del año de la industria audiovisual ya está abierta y ofrece una gran cantidad de innovación e inspiración para el sector hotelero.



Desde hoteles hasta restaurantes y cafeterías, la industria hotelera depende de una gran cantidad de tecnologías audiovisuales para garantizar un funcionamiento diario sin problemas. Ya sea tecnología confiable para salas de reuniones, pantallas de señalización digital llamativas para anunciar las últimas ofertas, control de iluminación, soluciones de audio o sistemas de automatización para habitaciones de hotel, tanto el personal como los huéspedes esperan una experiencia perfecta respaldada por la tecnología de su establecimiento.

En ISE 2025, descubrirá el futuro de la tecnología hotelera. Desde zonas tecnológicas y espacios de exposición, ponentes destacados e increíbles instalacio-

nes audiovisuales, ISE es un semillero de inspiración situado en el centro creativo y tecnológico de Barcelona. Los visitantes podrán disfrutar de una muestra de tecnologías de miles de marcas líderes, entre las que se incluyen Crestron, Lutron, KNX, LG y Samsung. Mike Blackman, director general de Integrated Systems Events, explicó que "ISE 2025 será nuestra edición más ambiciosa, inspiradora y motivadora hasta la fecha. Esperamos una serie de nuevas iniciativas y características, un programa de contenido ampliado y más fácilmente accesible que profundiza en las megatendencias más significativas que dan forma a nuestra industria, así como la presentación del pabellón 8.1 al que se accede a través del punto de acce-



so norte convenientemente ubicado. ISE es el destino global para restaurar su conexión con la industria, a través de experiencias prácticamente imposibles, oportunidades de *networking* inigualables y tecnología de vanguardia, así como aún más oportunidades de desarrollo profesional y personal”.

ISE reúne a la comunidad global de integración de sistemas y AV. Con siete zonas tecnológicas dedicadas, que incluyen Digital Signage y DDOH, AV Broadcast, Comunicaciones Unificadas y Tecnología Educativa y Edificios Residenciales e Inteligentes, mirará más allá de los límites de las posibilidades para el mundo de la hospitalidad.

Cumbres apasionantes

El programa de contenidos de este año se ha ampliado para incluir una gama más amplia de temas y sesiones, que ofrecen perspectivas y debates más profundos. El martes 4 de febrero, de 10:30 a 18:30 en CC5.1, la Smart Building Summit explorará cómo la transformación digital en los edificios se ve afectada por la integración de las tecnologías de TI y operativas, y se debatirá sobre las mejores prácticas.

En colaboración con el especialista del sector, Invidis, no se puede perder la cumbre de señalización digital el miércoles 5 de febrero, de 10:30 a 14:30 en CC4.1. La cumbre se centrará en “Reescribir las reglas” y analizará cómo la IA, la ciberseguridad, los servicios gestionados y la sostenibilidad están impactando en la señalización digital.

El nuevo “Content Day Pass” ofrece a los visitantes acceso a todas las cumbres y sesiones de ISE que se celebren ese día; es una opción flexible que le permite personalizar lo que le gustaría ver y cuándo.

ISE 2025 será el lugar en el que el mundo de la hostelería podrá seguir el ritmo y hacer avanzar la industria del mañana.

Para descubrir las últimas soluciones e innovaciones para Horeca de los proveedores de la industria que exponen en ISE, así como las últimas tendencias de la industria, regístrese hoy y asegure su lugar en ISE 2025.

Como lector de TPV News, puede usar el código “**tpvnewsmag**” para reservar su pase gratuito

Para más información y registro visite www.iseurope.org



WHERE SHOW MEETS *BUSINESS*

EXPERIENCE
PEOPLE
INNOVATION
KNOWLEDGE

Una vez. Un lugar. Un propósito. Este es el momento en que la comunidad global de integración de sistemas y audiovisual se reúne. Un encuentro anual con un potencial único en la vida. Así que únete a nosotros y participa: es una oportunidad que simplemente no puedes dejar pasar. Reconecta con la oportunidad **en ISE 2025**.



**integrated
systems
europe**

Fira de Barcelona | Gran Vía
4 - 7 de febrero de 2025

OBTÉN TU ENTRADA GRATIS
Regístrate con el código: **tpvnewsmag**

iseurope.org

Una joint-
venture entre

AVIXA

CEDIA