

BR Bars and Restaurants: claves para el restaurante del futuro

Carta interactivas, propina digital o inteligencia artificial, algunas de las claves a las que tendrán que adaptarse los nuevos restaurantes. Los establecimientos que apuesten por las nuevas tecnologías en su modelo de negocio lograrán construir una relación más estrecha con sus clientes

Las últimas tecnologías lo han transformado todo. Internet y los dispositivos móviles, entre otros, se han instalado entre nosotros, cambiando la rutina, estilo de vida, gustos o aficiones.

Y, el sector de la restauración, no iba a ser menos. "Numerosos restaurantes y establecimientos de hostelería se han visto obligados a enfocar su estrategia empresarial a un camino donde los principales actores sean la inteligencia artificial, la robótica o el 'Big Data'", señala Miguel Ángel del Pino, CEO y fundador de BR "Bars and Restaurants", sistema de gestión integral patentado que agiliza e incrementa los ingresos de establecimientos de hostelería -bares, restaurantes, cafeterías, hoteles, etc.-. "Sin duda, quienes apuesten por las nuevas tecnologías en su modelo de negocio y sepan adaptarse al momento actual, lograrán construir una relación más estrecha con sus clientes, pues estas suponen una buena herramienta para conocer los gustos de sus usuarios y ayudarles a conseguir una experiencia personalizada y única", añade.

Según los últimos datos publicados, a día de hoy, alrededor del 70% de los clientes acceden a los restaurantes a través del llamado 'umbral digital'. Por este motivo, compañías como BR "Bars and Restaurants", basan su trabajo en acercar a este sector su plataforma de gestión empresarial que permite, tanto a empresarios como a usuarios, acceder desde cualquier dispositivo con conexión a Internet.

Cartas digitales interactivas, uso de la robótica o propina digital

BR se posiciona, por tanto, como un sistema de gestión útil y de soporte para que cualquier modelo de restaurante sepa acomodarse a las necesidades actuales que demanda la sociedad, para poder, así, pasar a denominarse "restaurante del futuro". Unos establecimientos que deberán caracterizarse por lo siguiente:

Cartas digitales interactivas. El clásico formato en papel del menú del día o de la carta con los platos más llamativos, parece estar desapareciendo de algunos lugares. A partir de ahora, el usuario desea agilidad en su pedido, por lo que poder elegir su plato, bebida o postre favorito a través de su dispositivo móvil, así como consultar, por ejemplo, ingredientes, calorías, alérgenos u otros detalles, se convierte en la mejor opción.

Pago a través del móvil. ¿Cuántos han salido, en más de una ocasión, tarde de un restaurante porque el camarero ha tardado en traerles la cuenta o devolverles el cambio? Los clientes cada vez exigen

mayor inmediatez a la hora de utilizar servicios y el 'restaurante del futuro' debe ser capaz de adaptarse a sus expectativas. El usuario ya no tiene por qué esperar a que le cobre el personal ni, mucho menos, levantarse e ir a pagar a la caja.

A esto se suma, además, la denominada 'propina digital', donde el cliente no sólo expresa su satisfacción con el servicio recibido a través del dinero que se deja de más al pagar la cuenta premiando a los camareros, sino que se añade un agradecimiento tecnológico dejando una reseña o fotografía del local en las redes. "El boca a boca en el entorno digital ayuda mucho. Las sugerencias, comentarios o recomendaciones que se realizan en él, nos ayudan a decantarnos por uno u otro restaurante", explica del Pino. "En BR 'Bars and Restaurants' tenemos disponible el 'Club BR', plataforma en la que nuestros usuarios podrán compartir en sus perfiles de redes sociales imágenes de su experiencia en los locales con amigos, pareja o familia. Sus impresiones son el claro ejemplo de la propina digital", apunta. Tanto las redes sociales como los diversos portales online de reserva influyen, cada vez más, en la atracción y fidelización de la clientela de un restaurante.

Uso de la robótica y la inteligencia artificial. No es de extrañar que, en un futuro no muy lejano, se vea cómo la mayoría de los restaurantes cuenten con robots inteligentes, con el fin de mejorar la efectividad y eficiencia de su modelo de negocio. De esta manera, todo el mundo será testigo de unos restaurantes inteligentes, en los que la tecnología será la clara protagonista. Según datos recogidos por EHL Group, el 50% de los propietarios españoles sabe que la tecnología es un aspecto fundamental para el buen funcionamiento de un negocio; un porcentaje superior a la media de Europa y muy por encima de otros países vecinos, como Francia, donde solamente el 38% opina que la tecnología es clave para los restaurantes.

La innovación siempre ha sido uno de los mayores retos a los que se ha enfrentado el sector de la restauración en España, pero lo cierto es que "aunque aún queda mucho por hacer, indudablemente, España está empezando a andar por el camino correcto y en muy poco estaremos en plena era de los restaurantes del futuro", concluye el CEO de BR 'Bars and Restaurants'.

Datos de contacto:

Actitud de Comunicación

Actitud de Comunicación

91 302 28 60

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Restauración](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>