

El futuro de la Inteligencia Artificial en la hostelería se verá en forma de asistente de trabajo

La segunda jornada de HIP ha tratado la revolución de la IA en el Horeca, siendo una ventana de oportunidades para mejorar la documentación, los procesos y operaciones, la creatividad y el valor de las tareas

El gurú tecnológico mundial, Valah Afshar, y directivos de conocidas cadenas como Grupo Saona o Grosso Napoletano, han compartido los próximos pasos de la digitalización en los negocios

Madrid, 20 de febrero de 2024. – En la segunda jornada de [HIP – Horeca Professional Expo](#) se ha abordado uno de los factores que más está revolucionando la hostelería: las tecnologías exponenciales. Con el liderazgo de la Inteligencia Artificial, están llamadas a ser la solución a los retos actuales a los que se enfrenta el sector como es el caso de la escasez de talento cualificado o de la reducción de los márgenes estratégicos en los negocios.

La sesión más esperada sobre esta cuestión ha sido la del gurú tecnológico a escala mundial y evangelista digital de la firma Salesforce, **Vala Afshar**. El experto ha vaticinado que *“la revolución de la inteligencia artificial será mayor que la de la aparición de Internet. El acceso a esta tecnología será un derecho humano en algún momento, como herramienta básica de desarrollo y progreso, y tendrá un papel estratégico, como la conexión a Internet”*. Afshar ha incidido en la importancia de saber interpretar los datos, y más en la industria hostelera: *“en mi compañía observamos el movimiento de los datos cada segundo. Una de las razones por las que crecemos es porque ahora tenemos una increíble visibilidad de los datos, si bien el desafío radica en cómo podemos manejarlos”*. Al respecto, el especialista ha apuntado que *“es importante que los líderes de las empresas sepan aliarse con las firmas adecuadas para el manejo de cifras, actualizando el modelo de negocio, que es imprescindible. Si no te pones al día no evolucionas, y un ejemplo de ello es que 7 de cada 10 de las más grandes marcas del año 2000 ya no existen”*.

Por otra parte, también ha destacado la importancia del servicio al cliente como una de las claves del éxito de un negocio hoy en día, *“esto es esencial para convertirte en una ‘customer company’*. *Para ello una empresa debe reunir confianza, innovación, igualdad, sostenibilidad, aprendizaje liderado por la comunidad, proyección laboral, adaptación a las nuevas necesidades, accesibilidad, alcance y anticipación en tiempo real, datos escalables y automatización, liderada por la IA”*.

Alfonso Rodríguez, Entrenador Técnico Generativo de IA en Microsoft, también ha puesto el foco en el potencial de la IA y en su misión de mejorar la documentación: *“entender los datos nos permitirá mejorar la operativa en muchos aspectos. Por ejemplo, la Inteligencia Artificial Generativa nos puede sacar conclusiones del sentimiento de las ‘reviews’ de un restaurante en Google para mejorar o reforzar el plan comercial. También podremos automatizar los procesos,*

mejorar la gestión de las finanzas, así como optimizar todo lo que tiene que ver con la creatividad en la cocina". "En consecuencia, la IA Generativa la planteamos como un asistente de trabajo, que quitará las tareas de poco valor", ha agregado.

En este sentido, **Javier Manzano**, CEO y Co-Fundador de Kevo Technologies & Lust4Food, especialistas en el uso de la IA para extraer conocimiento, ha expuesto esta solución como respuesta a los trabajos *"donde haya una persona que haga una actividad repetitiva". "Queremos paliar la falta de personal y que el pequeño hostelero pueda dedicarse a responsabilidades de alto valor, como la cocina, y no tener que preocuparse de si un pedido está correcto o no", ha detallado.*

En su intervención, **Xavier Mallo**, CEO & Fundador de Delectatech, ha afirmado que *"lo que vamos a ver es cómo la IA se va a aplicar a cada casuística. Es decir, cada uno tendremos nuestro chat GPT personalizado, que nos conocerá al detalle y podrá ser nuestro compañero, porque lo sabrá todo. Por lo tanto, nos planteará soluciones ad hoc a nuestras respuestas."*

El difícil camino hacia la digitalización

Implementar una estrategia de digitalización en una empresa no es una tarea sencilla, para ello se necesita analizar de un modo óptimo los datos y la implicación de diferentes áreas. Así lo ha explicado **Pablo Plasencia**, Director Corporativo de Negocio de Grupo Saona, sosteniendo que *"cuando una compañía plantea digitalizarse, tenemos que tener claro que esto son datos. Cada compañía es un mundo, hay que pensar en qué dato tengo, cómo lo consigo y cómo trabajo ese dato. Al final, la IA ha venido para facilitar nuestro día a día y ser más eficientes y rápidos permitiendo que tomemos mejores decisiones. En Grupo Saona todo se mueve en torno al negocio: las gestiones de pedidos se automatizan, los inventarios ya no cuestan tanto tiempo, y ya no trabajamos con comandas de papel sino digitales. Hemos ido digitalizando todos los departamentos, y aplicando esto por fases."*

Paralelamente, **Javier Contreras**, CFO de Grosso Napoletano, ha admitido que *"nosotros hemos tenido la suerte de ser pequeños cuando había que implementar estas tecnologías. Ahora tenemos 44 restaurantes y aún nos consideramos pequeños, pero hay una gran diferencia de cuando solo teníamos locales en Madrid a tener en toda España, ya que los procesos se vuelven mucho más complejos."* A su vez, **María Fernández**, Responsable implantación de Innova Tech NC Enterprise, ha llevado sobre la mesa la conciliación de la tecnología con el equipo recordando que *"es importante hacer al trabajador partícipe de todos los procesos, e introducir las nuevas tecnologías con mucho cariño, sin desatender la parte humana. Dejar a los trabajadores que lo manipulen y lo entiendan, para que lo adopten más fácilmente."*

HIP – Horeca Professional Expo (19-21 febrero 2024, IFEMA MADRID): es el mayor evento de innovación para profesionales de la hostelería y la restauración que reúne cada año en Madrid las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio para mejorar la competitividad de esta industria. Además, en el marco de HIP se celebra el congreso Hospitality 4.0 Congress, con 12 auditorios, más de 30 summits y más de 700 ponentes con una agenda específica para cada profesional con las últimas innovaciones para cada segmento de la industria: hotel, restaurante, bar, colectividad, delivery/take away y servicios al viajero. HIP es un evento en colaboración de NEBEXT – Next Business Exhibitions e IFEMA MADRID.