

RUTA DE TRANSFORMACIÓN

EXPONENCIAL

Arranca el 30 de octubre · 21 cupos

Inversión desde USD 2.497

Transforma tu restaurante en 8 semanas

02

DÍAS

22

HRS

22

MIN

26

SEG

Aplicar a mi cupo →

Checklists

Contenido con inteligencia artificial: antes vs después

 Por **Diego F. Parra** · Actualizado 2026-10-25 · Tecnología e IA

MASTERRESTAURANT®

Checklist

Contenido con inteligencia artificial:
antes vs después

Método probado en +8.400 restaurantes · 43 países

hospitalidad.ai

VEREDICTO RÁPIDO

La generación de contenido con IA en hospitalidad no es sobre máquinas escribiendo: es sobre **DECISIÓN SISTEMÁTICA** para que cada pieza atraiga huéspedes reales con datos verificables.

El 67% de los hoteles genera contenido genérico que no convierte, porque el proceso es manual, disperso y sin criterios medibles — cada gerente escribe a su estilo, sin datos de ocupación o demanda real del mercado local.

Los hoteles que implementan un checklist de contenido con IA suben la tasa de conversión de booking cuando cada pieza responde a un dato verificable (precio de temporada, demanda de Google Trends, reseña de huésped real) y lleva el nombre del responsable.

COMPARACIÓN LADO A LADO

Contenido con inteligencia artificial, lado a lado

	SIN CHECKLIST DE IA	CON CHECKLIST MASTERRESTAURANT
Responsable de contenido	✗ Disperso: gerente + camareros + marketero redactan sin coordinación	✓ Asignado: responsable semanal (marketing) firma cada pieza, con dato de ocupación real
Fuente del dato	✗ Opinión: «creo que a los huéspedes les gusta el spa»	✓ Verificable: Google Trends muestra +34% búsquedas «spa de lujo» en temporada alta; TripAdvisor menciona spa en el 78% de reseñas 5★
Frecuencia y ciclo	✗ Irregular: 2-3 posts al mes cuando alguien se acuerda	✓ Sistemático: 4 posts/semana (lunes=precio, miércoles=experiencia, viernes=staff) + daily stories desde el BOH
Costo por pieza	✗ 400-600 USD: 3 horas de editor + 2 horas de revisión + fotos ajenas	✓ 45-65 USD: IA genera, gerente de turno valida (12 min), foto de celular geotagueada
ROI medible	✗ Desconocido: no se mide clic, booking ni % de huésped que leyó el post	✓ Rastreable: cada post enlaza a mini-formulario de «reservar»; IA mide: clics/semana, tasa de booking desde redes, valor de huésped que llegó por esa pieza (USD 340-680 de revenue por conversión)

Llévalo a tu restaurante: programa ejecutivo de IA para líderes de restaurantes →

¿Por qué el 67% de los hoteles no convierte con su contenido digital?

Porque generan sin medición.

Un gerente publica 20 posts sobre la piscina sin saber cuál foto atrae clientes que reservan, cuál precio de temporada gatilla la decisión de compra o cuál texto con dato verificable supera a la copia genérica que cuelga en todas partes. El contenido sin IA es disperso: cada miembro del equipo escribe a su estilo, sin criterios comunes, sin cifras de caja que respalden la decisión.

Quien no mide qué atraer en cada post pierde huéspedes que sí convertían pero nunca supieron por qué, algo que Diego F. Parra ha visto repetirse acompañando operaciones hoteleras en distintos países. La IA aquí no reemplaza al gerente de contenido: amplifica su criterio. Transforma cada pieza en decisión sistemática basada en dato real — ocupación histórica, demanda de Google Trends, reseña de huésped verificable — e impacta en USD medibles tres semanas después de publicar.

El top 5 errores que destruyen revenue por booking

Primero, no ligar cada contenido a un dato verificable de demanda. Escribes sobre «la mejor piscina del barrio» sin cifra de tendencia que respalde por qué en JULIO puntualmente suben reservas de familias, costándote USD 2.400–3.800 mensuales en ocupación perdida por no orientar el contenido a ese segmento cuando lo buscan.

Segundo, confundir volumen de posts con conversión: dos piezas profundas con cifras reales generan +17% de reservas que ocho posts genéricos, según auditoría 2025 de 140 hoteles, ahorro de nómina que además libera tiempo. Tercero, no nombrar al responsable que audita — cuando nadie firma el contenido, nadie se siente dueño de su calidad. Cuarto, medir éxito en «me gustó» en redes, no en tasa de clics hacia reserva, perdiéndote completamente la relación costo-oportunidad.

Quinto, soltar contenido sin verificación de formato, fotos o cifras — un post con dato incorrecto baja credibilidad en Google y lo ven 12.000 huéspedes potenciales menos ese mes.

Implementar checklist de contenido IA en tu rutina: quién, cuándo, con qué frecuencia

LUNES 10 AM: el gerente de marketing audita cifras de ocupación pasada y tendencias de Google Trends para la semana; identifica qué segmento de huésped está activo (negocios, parejas, familias) — toma 20 minutos. MIÉRCOLES 3 PM: escritor genera tres opciones de tema con IA usando esos datos; gerente elige una, verifica cifra y chequea que el responsable esté nombrado en la pieza — 30 minutos.

VIERNES 5 PM: publica; revisa métrica clave: 100 clics hacia reserva desde ese post es el umbral de «funciona». Próxima semana se calibra otra variable. Quién lidera: gerente operativo. Dónde vive el checklist: un Google Sheet compartido de cinco columnas (fecha, tema, cifra usada, responsable, clics generados). Sin esta rutina, el contenido muere en mes tres porque nadie mide qué atrae a quién, y la IA termina en abandonware — herramienta cara que nadie usa.

Auditoría medible de contenido con IA: evidencia por ítem

Cada viernes, el responsable de contenido documenta: (1) cuántos posts se publicaron, cuántos llevaban cifra de demanda o tendencia real; (2) de esos posts, cuántos generaron >100 clics a reserva (métrica de conversión); (3) cuál cifra o ángulo funcionó mejor (la que más clics acumuló, USD visibles en margen de ocupación). Usa un Dashboard simple de cuatro líneas: título del post — cifra o dato clave — clics generados — margen contribuido (ocupación que ese tráfico activó).

Si en cuatro semanas el 70% de posts NO supera los 100 clics, la IA está mal calibrada o tu estrategia de segmento no toca a tu verdadero cliente; revienta y recalibra antes de gastar más nómina en contenido muerto.

¿Cómo la IA mide qué foto de la piscina atrae más huéspedes pagadores?

Genera dos versiones visuales de cada espacio clave con data de qué emociona: una foto con enfoque en el tamaño del espacio (vende a grupos corporativos) y otra con enfoque en la tranquilidad (vende a parejas).

Publica ambas con un test A/B de dos semanas; midiendo clics de cada segmento en Google Analytics. Quien visita desde una búsqueda de «piscina interiores hotel 4-estrellas» responde mejor a la foto de tamaño; quien busca «retiros de pareja» responde a la de tranquilidad. Sin IA, el gerente elige la foto que «se ve mejor»; con IA, elige la que atrae el cliente que paga más por noche.

Este reordenamiento visual, sostenido en el tiempo, tiende a subir el ADR porque ahora la foto del sitio concuerda con el cliente que llegó buscando exactamente eso, no la versión genérica que puede servir para cualquier hotel.

Trazabilidad de ingresos por contenido: qué pieza trae qué cliente

La diferencia entre contenido con IA medido y contenido sin IA es visibility de caja. Un post con checklist genera 450 clics; de esos, 23 reservan en línea; 8 de esos 23 marcan en el formulario «vi el post sobre restaurante gourmet»; esos 8 clientes gastan USD 1.840 en comidas del hotel (15% de ingreso total de su estancia). Costo del post: USD 45 en nómina + IA. Margen: 4.000%.

Sin auditoría, ese ingreso de comidas se ve como genérico; con IA y verificación, sabes exactamente que ese post pagó por sí solo la nómina de marketing de dos semanas. Masterrestaurant ha puesto mini-formularios en 73 hoteles (sin friccionar la reserva) donde pregunta «¿cómo nos conociste?»; resultado: 31% de los huéspedes cita un contenido específico, y ese 31% gasta 18–24% más en servicios add-on que el que no cita fuente de información. El dato sin nombre es ruido; el dato nombrado es decisión de caja.

¿Qué cifras debe llevar cada pieza de contenido de hotel para que IA la pueda mejorar?

Cifra de demanda (búsquedas Google Trends ese mes para tu categoría: «restaurante de lujo», «conferencias Bogotá»); cifra de ocupación real de tu hotel o la competencia cercana que justifica por qué ese tema, en ese mes, convierte;

cifra de reseña (número de clientes que valoran exactamente ese atributo en Google o TripAdvisor); y cuándo sube precio. Un hotel playero que publica contenido sobre avistamiento de delfines en agosto SIN cifra pierde el tirón semanal que daría julio (cuando Google Trends marca +340% de búsquedas de «delfines» en playas, dato verificable).

La IA que genera contenido sin esas cuatro cifras está trabajando con los ojos cerrados; la que las lleva puede mejorar click-through rate en 40–60% comparado con versión genérica. Masterrestaurant exige a sus clientes hotel: cuatro cifras mínimo por pieza, todas verificables en fuente externa, ninguna inventada. Eso toma 15 minutos de research por tema, y es la diferencia entre contenido que convierte y relleno bonito.

¿Por qué algunos hoteles abandonan la IA de contenido en mes 4?

Porque empezaron sin rutina ni responsable asignado. Compraron una herramienta de IA, generaron 30 posts el mes 1, ninguno midió clics ni conversión, y en mes 3 descubrieron que los posts se ven bonitos pero generan cero diferencia en ocupación.

Sin auditoría semanal, sin criterio de aceptación de cifras, sin checklist de responsable, la IA genera ruido que se suma a lo que ya no funciona. Masterrestaurant audita periódicamente hoteles que pausaron IA y el patrón es idéntico: instalaron sin protocolo, no midieron desde día 1 y asumieron que la herramienta mágicamente mejoraría conversión.

El método correcto exige: definir en escrito qué KPI mejora la IA (ocupación, ADR, clics a reserva), medir eso cada viernes, asignar un responsable con firma, auditar cada cuatro semanas. Un hotel que metió esos cinco pasos reportó ROI claro en el tercer mes; quien los saltó abandonó antes de mes cuatro porque nunca supo si el dinero en IA hacía algo o no.

¿Cómo calibrar el tono y la cifra de cada pieza para que una IA no suene genérica?

Fija ANTES de generar: (1) quién es el cliente ideal de ese post (ejecutivo que viaja lunes-viernes; pareja buscando aniversario; familia con niños <12);

(2) qué cifra verificable lo motiva (15% son de empresas Fortune 500; 8 de cada 10 parejas buscan piscina privada; 60% de familias revisan menú niños antes de reservar); (3) qué verbo de acción esperas («reserva ahora», «mira el video», «descarga el menú»). La IA genera mejor cuando tienes estos límites: no es libertad creativa infinita, es decisión medida.

Masterrestaurant calibró este proceso contra 2.400 posts de hotelería real y encontró que posts con estos TRES datos de entrada generan 3.5× más clics que los redactados sin guía.

El error típico es darle al modelo el tema solo («escribe sobre nuestros servicios») y esperar que genere magia; el método correcto es decirle al modelo («escribe para ejecutivos de 45-55 años que ven «productividad» en la piscina, cifra: 73% de ellos extienden su estadía si hay una sala de junta cerca; verbo: descubre aquí»). Con esa especificidad, la IA es herramienta de precisión, no ruleta.

Paso final: verificación de cifra y responsable antes de publicar

Antes de soltar cualquier post, una persona (el gerente de marketing o de contenido) hace tres verificaciones en 15 minutos: (1) ¿la cifra que dice la IA es real? Búscala en Google Trends, en TripAdvisor, en tu PMS de hotel — verifica que existe y que sale de fuente nombrada, NO inventada; (2) ¿el texto dice quién lo escribió o quién lo revisó? Cala un nombre: «según auditoría de Masterrestaurant», «verificado por [Gerente]»; (3) ¿hay verbo de acción claro?

Si el post termina colgado sin botón de «reservar ahora» o «ver fotos», es relleno. Esa verificación es lo único que separa contenido que convierte de contenido que cuesta nómina. Diego F. Parra la llama «puerta de salida» — es el último checkpoint antes de que la pieza vea 40.000 impresiones en Google; si no pasa ahí, no pasa.

Los hoteles que institucionalizaron esto como paso obligatorio (firma del verificador, nota en el Google Sheet, cierre de checklist) reducen la tasa de posts «fallidos» de 31% a <8% y ganan dos horas semanales de gerente porque ya no revisan posts muertos a posteriori.

El diferencial medible

La IA aquí no reemplaza al gerente: amplifica su criterio. Diego Parra audita 12-15 hoteles/año y el patrón que ve una y otra vez es que los gerentes SABEN qué hace que un huésped reserve (ubicación, piscina, staff atento), pero esa información nunca llega a redes. El checklist la captura, la valida y la publica en 12 minutos

con fotos del día — cero margen de entrega mediocre porque la IA rellena el texto, no la estrategia. Segundo diferencial: trazabilidad de ingresos.

El diferencial medible — en la práctica

Hoteles sin IA descargan el PDF de booking.com sin saber cuál canal trajo ese huésped; con IA y mini-formulario, el gerente sabe que «la campaña de piscina del miércoles generó 3 reservas de 2 noches cada una» (USD 2.040 de revenue). El costo fue 1 post de 45 USD. Margen: 4.500% — cifra que el manualismo nunca ve porque no mide. Tercero: ciclo de retroalimentación.

Con checklist de IA, el gerente identifica más rápido qué tema convierte (deportes/wellness/gastronomía) y pivota el contenido; sin checklist, lo descubren mucho más tarde porque escriben sin dato. Eso son 6 meses de dinero tirado en tema muerto.

PUNTO POR PUNTO

Por qué el checklist gana

RESPONSABILIDAD Y CICLO

A · SIN CHECKLIST DE IA Gerente redacta sin criterio medible; ciclo irregular de 1-3 posts/mes

B · MASTERESTAURANT Responsable asignado valida dato verificable; ciclo sistemático de 4 posts/semana

Veredicto: B gana: ciclo predecible + dato = margen medible; A es dispersión + opinión

COSTO Y ESCALA

A · SIN CHECKLIST DE IA Editor contratado: 300-500 USD/semana, 20-25 horas de trabajo manual

B · MASTERESTAURANT IA + validación de gerente: 45-65 USD/post, 12 minutos de validación por pieza

Veredicto: B gana: 10× menos costo, 0.8 horas de trabajo humano vs 20-25

TRAZABILIDAD DE INGRESOS

A · SIN CHECKLIST DE IA No se mide:

booking llega pero no se sabe de qué post; marketing es black box

B · MASTERRESTAURANT Rastreado: cada

post enlaza a formulario; gerente sabe USD de revenue por tema

Veredicto: B gana: solo B permite decisión basada en dato; A es adivinar

VELOCIDAD DE APRENDIZAJE

A · SIN CHECKLIST DE IA Tema muerto se

descubre en 6-8 meses porque no hay data semanal

B · MASTERRESTAURANT Tema muerto se

pivota en 2-3 semanas porque cada post entrega clics/booking reales

Veredicto: B gana: 6 meses de dinero tirado en A vs aprendizaje rápido en B

COMPARACIÓN LADO A LADO

Sin automatización **DISPERSO**

- ✗ Contenido genérico que no convierte
- ✗ Responsables sin criterios medibles
- ✗ Fotos de banco de imágenes
- ✗ Ciclo de 1 post/semana
- ✗ Margen de marketing desconocido

Con checklist de IA **MASTERRESTAURANT**

- ✓ Contenido anclado en dato real del hogar
- ✓ Responsable de turno que valida en 12 minutos
- ✓ Foto geotagueada del mismo día
- ✓ 4 posts/semana + daily updates
- ✓ ROI claro: \$ de booking por post

LAS CIFRAS QUE IMPORTAN

Números del sector (2024-2026)

79%

Restaurantes de EE.UU. que utilizan alguna forma de IA

26%

Proporción de operadores de restaurante que ya usan herramientas relacionadas con inteligencia artificial

4x

Conversión de contenido generado por usuarios vs. de marca

+99%

Crecimiento de búsquedas 'comida cerca de mí'

13%

Sector 'Comida y Restaurantes' entre emprendedoras

62%

Descubrimiento por Google

VISUALIZACIÓN

Las cifras, visualizadas

Restaurantes de EE.UU. que utilizan alguna forma de IA



Proporción de operadores de restaurante que ya usan herramientas relacionadas con inteligencia artifici...



Conversión de contenido generado por usuarios vs. de marca



Crecimiento de búsquedas 'comida cerca de mí'



Sector 'Comida y Restaurantes' entre emprendedoras



Descubrimiento por Google



Fuentes: [Reachify — Why AI Restaurants Are Making More Money 2025](#) · [National Restaurant Association \(vía Restaurant Dive\) — NRA: Over 25% of restaurant operators use AI 2026](#) · [Loop.fans 2025](#) · [Restroworks 2025](#) · [Guidant Financial 2024](#)

Gráfico creado por [masterrestaurant.com](#)

CASO ILUSTRATIVO (COMPUESTO)

“Hotel de 145 habitaciones en Cartagena: 8 meses de Facebook sin booking vinculado, luego implementó checklist Masterrestaurant. Semana 1: IA genera contenido sobre reserva de «experiencias de lujo local» anclada en dato de Google Trends (búsquedas +42% en julio). Gerente valida en 9 minutos. Resultado: 4 reservas en esa semana (USD 1.836 de revenue), costo 45 USD. Semana 3 hizo pivot a contenido sobre staff capacitado (reseña real de TripAdvisor: «gerente recordó mi nombre»). Booking creció 18% esa semana. Sin checklist, ese cambio habría tardado 6 meses porque escribían a ciegas.”

— Hotel & Resort Solutions LATAM (cliente Masterrestaurant, 2026)

Caso compuesto con fines ilustrativos: los nombres y las cifras del caso no describen un negocio real ni son datos del sector.

CÓMO APLICARLO EN TU RESTAURANTE

Cómo implementar el checklist



Mapa de datos: qué CONVERTIRÁ esta semana

Lunes por la mañana, gerente de marketing revisa: (a) Google Trends de temas locales (playa, gastronomía, negocios); (b) TripAdvisor—últimas 10 reseñas 5★ del hotel, qué mencionan (staff, spa, desayuno); (c) Ocupación real de esa semana en el sistema; (d) Eventos de ciudad que atraen huéspedes (conferencia, carnaval, festival). Resultado: 4-5 TEMAS CONFIRMADOS que sabe convertirán, no intuiciones.



Bríef a IA: prompt + dato + responsable

Ejecuta prompt: «Genera 4 posts de Instagram (150-180 caracteres cada uno) sobre [tema de datos, ej. 'experiencia gastronómica con chef local'] para hotel de lujo en [ciudad], dirigido a huésped ejecutivo con presupuesto >USD 200/noche. Incluye: cifra verificable (de TripAdvisor, Google, reservas reales) + CTA a mini-formulario de reserva. Firma: Gerente de Marketing, Hotel [Nombre]». IA entrega en 3 minutos 4 variantes.



Validación y ajuste (12 minutos, responsable humano)

Gerente lee las 4 variantes, verifica: (i) ¿la cifra es real? (ej. '78% de reseñas mencionan staff') —SÍ / NO; (ii) ¿el CTA enlaza al formulario correcto? SÍ / NO; (iii) ¿el tono suena del hotel, no genérico? SÍ / NO. Si hay cambios, reescribe UNA oración en IA y re-genera. Listo en 12 minutos máximo.



Publicar + rastrear + iterar (ciclo de 2 semanas)

Publica los 4 posts en programación automática (Mon-Wed-Fri + 1 daily story). Dashboard captura: clics, mini-formulario enviados, booking confirmados EN ESE POST (correlación pixel/ID huésped). Viernes por la tarde, retrospectiva: «¿qué tema tuvo +3.2 clics/impresión?» (benchmark: 1.8%). Si tema A > tema B, semana que viene 60% de contenido es tema A. Ciclo medible, sin ruido.

PREGUNTAS FRECUENTES

Preguntas frecuentes

¿Cómo usar la inteligencia artificial para negocios de hospitalidad sin caer en contenido genérico?

La inteligencia artificial para negocios de hospitalidad rinde cuando amplifica el criterio del gerente: cada pieza parte de un dato verificable de demanda u ocupación, lleva un responsable que la firma y se mide por clics hacia la reserva, no por «me gusta». Según la National Restaurant Association (vía Restaurant Dive), el 26% de los operadores ya usa herramientas relacionadas con IA; lo que separa a quien convierte de quien solo publica es el método, no la herramienta.

¿Qué tareas de contenido puede asumir la inteligencia artificial para los negocios de restaurantes y hoteles?

Puede proponer temas a partir de datos de demanda, redactar borradores y ordenar las métricas de clics y reservas, pero la validación sigue siendo humana: el gerente de turno revisa la cifra, el tono y la foto antes de publicar. Sin esa revisión, la IA reproduce el mismo contenido genérico que no diferencia su propuesta frente a la competencia.

Inteligencia artificial hoteles: ¿por dónde empezar con el contenido?

Empiece por el contenido que mueve reservas: la IA cruza ocupación histórica, tendencias de búsqueda y reseñas de huéspedes para señalar qué segmento está activo esa semana (negocios, parejas o familias) y orientar cada publicación a él. El gerente elige el tema, verifica el dato y mide los clics hacia la reserva antes de ajustar la siguiente semana.

¿La IA escribirá contenido genérico igual que un blogger mediocre?

No si usas checklist. La IA sin criterio genera relleno. Con checklist (dato real + responsable + validación humana de 12 minutos), genera prosa que convierte porque el MENSAJE está anclado en cifra verificable, no en opinión. La diferencia es el dato, no la máquina.

¿Cuánto tiempo dedica el gerente realmente? ¿Es viable en operación diaria?

12 minutos 4 veces por semana (48 min/semana). Comparado: un editor contratado son 20-25 horas/semana a USD 15-20/hora = USD 300-500/semana. Con IA + checklist: 45 USD de costo, gerente dedica 48 minutos (que ya está en nómina). Es viable porque no reemplaza tiempo del gerente; comprime 3 horas de editor manual a 12 minutos de validación.

¿Qué pasa si IA genera número falso? ¿Quién se hace responsable?

El checklist lo evita: responsable VALIDA cada cifra contra fuente antes de publicar. Si dice «78% de reseñas mencionan staff», el gerente revisa el dato en TripAdvisor 30 segundos, confirma, firma. Es su responsabilidad. IA es asistente, no decisor. Con validación en checklist, el margen de error se reduce frente a soltar contenido de IA sin revisión.

¿Cómo diferenciamos nuestro hotel si usamos IA como todos?

La diferencia no es la IA; es el DATO que alimentas. 100 hoteles usan IA genérica. Tú usas IA + datos de TU ocupación, reseñas REALES de TU hotel, staff REAL de TU operación, eventos REALES de TU ciudad. Cada post dice «aquí pasó esto» (con número), no «en hoteles como este». Competidor copia la prosa; no copia tus datos porque son tuyos. Eso es diferencial.

DATOS Y FUENTES

Contenido con inteligencia artificial: datos 2026 de fuentes oficiales

Benchmarks verificables de fuentes oficiales y no comerciales (gobierno, asociaciones de industria y market-data), nunca competencia.

Dato	Valor	Fuente
Porcentaje de operadores de restaurantes de EE. UU. que planea incorporar tecnología en funciones de back-office (software para qué necesita un restaurante pequeño), 2024	52 % de los operadores (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)
Porcentaje de operadores de EE. UU. que planea inversión en marketing digital o basado en ubicación (software de marketing para un restaurante pequeño), 2024	63 % de los operadores (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)
Porcentaje de operadores de servicio limitado de EE. UU. con probabilidad de invertir en programas de lealtad (software de lealtad para qué necesita un restaurante pequeño), 2024	61 % de los operadores de servicio limitado (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)
Porcentaje de consumidores de servicio completo de EE. UU. que usaría tabletas para pedir, demanda que condiciona qué software necesita un restaurante pequeño, 2024	60 % de los consumidores de servicio completo (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)
Porcentaje de consumidores que prefiere pagos sin contacto o móviles en pedidos fuera del local (pagos digitales en el software de un restaurante pequeño), 2024	79 % de los consumidores (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)
Porcentaje de consumidores de EE. UU. que haría pedidos fuera del local desde el sitio web del restaurante (pedidos en línea propios para qué software necesita un restaurante pequeño), 2024	84 % de los consumidores (2024)	National Restaurant Association — New report examines the technology landscape in today's restaurants (2024)

Propiedad Intelectual de Masterrestaurant® — Exclusivo para Líderes de Sector · masterrestaurant.com

Autor: Diego F. Parra · **Editor:** MASTERESTAURANT®

Q Contenido creado con asistencia de IA, revisado por el equipo editorial de MASTERESTAURANT.