



DIPUTACIÓN
DE ALICANTE



DIGITALIZACIÓN Y DESEMPEÑO FINANCIERO DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN EN LA PROVINCIA DE ALICANTE

José Antonio Caveró Rubio

Mónica González Morales

Universidad Miguel Hernández de Elche

Noviembre 2021

RESUMEN

El sector de la hostelería y, en concreto, el de la restauración de la provincia de Alicante, es uno de los más afectados por la crisis económica derivada del COVID-19. Los ceses de actividad, las restricciones a la movilidad y todas las limitaciones de aforos y horarios introducidas por las autoridades para evitar la propagación del virus, han provocado una fuerte contracción de la demanda. Sin embargo, los restaurantes adaptados al comercio electrónico y el servicio de comida a domicilio o para llevar, han estado en mejor disposición para seguir desarrollando su actividad y continuar generando ventas. Por ello, el objetivo de este trabajo es evaluar si la digitalización de las ventas ha sido rentable en las empresas de restauración de la provincia de Alicante atendiendo a los diferentes escenarios de actividad derivados de las fases de la pandemia. Para aumentar la información y utilidad del estudio, también se hace una segmentación por municipios y se evalúa la relación entre digitalización de las ventas y el rendimiento de las empresas de restauración de las provincias de Castellón y Valencia. Salvo algunas excepciones, el análisis de los datos revela que las empresas que realizan ventas online, ya sea a través de un web propia o plataformas externas, y ofrecen servicios de comida a domicilio o para llevar, han sufrido menos el descenso de las ventas, además de mostrar una evolución menos desfavorable en variables como la rentabilidad económica y la rentabilidad por trabajador. Por su parte, para la liquidez, la solvencia y el endeudamiento, al tratarse de variables financieras sin una vinculación tan directa con la actividad económica de la empresa de restauración, los resultados son más diversos, aunque, en términos generales, también se aprecia un comportamiento más favorable.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	4
2.1. Estructura De La Muestra	4
2.2. Datos y Variables	7
3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS POR PROVINCIAS	10
3.1. Página Web	12
3.2. Página Web y Servicio de Recogida en Local	15
3.3. Página Web y Servicio a Domicilio	18
3.4. Página Web y Pedido Online	21
3.5. Plataforma para Pedido Online y Servicio a Domicilio	24
4. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS POR MUNICIPIOS EN ALICANTE	27
4.1. Página Web	29
4.2. Página Web y Servicio de Recogida en Local	36
4.3. Página Web y Servicio a Domicilio	43
4.4. Página Web y Pedido Online	48
4.5. Plataforma para Pedido Online y Servicio a Domicilio	49
5. CONCLUSIONES	52

1. INTRODUCCIÓN

La digitalización de las empresas es un factor fuente de ventajas competitivas. Permite optimizar el proceso producción y comercialización de los productos y servicios teniendo acceso a un mayor número de clientes de una forma más rápida. Además, las herramientas digitales mejoran la experiencia de usuario de los clientes y ayudan a su fidelización. Por tanto, las tecnologías digitales desempeñan una función fundamental en la estrategia de marketing y el éxito comercial de las empresas. Sin embargo, en términos de digitalización, pese a que en 2020 España ocupaba el puesto undécimo de los veintiocho Estados miembros de la UE en el Índice de Economía y Sociedad Digital global, a las empresas españolas todavía les queda mucho camino por recorrer antes de alcanzar la óptima situación digital de los negocios.

Sin duda, la transformación digital es un pilar básico que debe formar parte imprescindible de la estrategia de la empresa. La tecnología y la era digital están cambiando el mundo y ofrecen enormes posibilidades empresariales que deben ser aprovechadas si no se quiere perder capacidad competitiva. La digitalización, por tanto, ya no es una opción, sino una obligación, como ha puesto de manifiesto la pandemia causada por el COVID-19. Cuando comenzó la crisis sanitaria la mayoría de las empresas no se encontraban preparadas digitalmente para afrontar este entorno adverso, lo que repercutió negativamente en su negocio. La pandemia ha acelerado significativamente la necesidad de repensar la estrategia de los procesos de negocio y de implantar nuevas tecnologías de gestión empresarial. En este sentido, iniciativas como la Agenda Digital España 2025 constatan la urgencia de abordar un plan de transformación digital para relanzar el crecimiento económico y la productividad. En concreto, en tiempos de confinamiento social consecuencia del COVID-19, el comercio electrónico constituye una de las principales tendencias.

Como bien es conocido, la crisis sanitaria ha afectado muy negativamente al negocio de multitud de empresas que, siguiendo las medidas adoptadas por las autoridades para contener su evolución, se han visto obligadas a cesar su actividad o, a reducirla temporalmente. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, uno de los sectores que más ha sufrido el impacto económico de la pandemia, sino el que más, es el turismo. La falta de actividad ha enfrentado al sector a una situación muy complicada, llegando a

ser insostenible para muchas empresas que se han visto avocadas al cierre. Dentro del sector turístico, la rama de la restauración ha sido una de las más afectadas por la pandemia. La reducción de aforos y las limitaciones de horarios y de movilidad han tenido un fuerte impacto en los ingresos de los establecimientos. Según los datos del Informe de la Consultora NPD Group, durante 2020, las ventas de la restauración en España se redujeron un 42%, lo que supone una pérdida de ingresos de 21.860 millones de euros respecto al año 2019.

En el caso concreto de la Comunidad Valenciana, y en particular, de Alicante, tal y como ha evidenciado el Instituto de Estudios Económicos de la Provincia de Alicante (INECA), las empresas turísticas han soportado con mayor virulencia los efectos económicos de la crisis sanitaria consecuencia, sobre todo, de su dependencia de la demanda extranjera. Como señala un estudio sobre el impacto del COVID-19 en la hostelería de la provincia de Alicante promovido por la Asociación de Restaurantes de Alicante (ARA) y la Diputación de Alicante, la restauración registró una pérdida de facturación de unos 1.800 millones de euros en 2020, lo que representa una caída del 38,6 % respecto al año anterior.

No obstante, el impacto que la crisis ha tenido en los negocios de restauración no es homogéneo. Los restaurantes equipados con presencia digital que han ofrecido servicios de comida a domicilio o para llevar, han podido adaptarse más rápidamente al cambio y, en consecuencia, atenuar la pérdida de ingresos. Cabe recordar que la entrada en vigor del estado de alarma el 15 de marzo de 2020 y, el consiguiente confinamiento obligatorio de la población, supuso la clausura de todos los establecimientos no esenciales, entre ellos los de restauración. Sin embargo, durante este período se permitió que bares y restaurantes siguieran prestando sus servicios a través del reparto a domicilio. Una vez iniciado el fin del confinamiento, a principios del mes de mayo de 2020, además del reparto a domicilio también se dio la posibilidad de que los clientes pudieran acudir a los locales a recoger los pedidos previamente encargados por teléfono u online. En la Comunidad Valenciana, la restauración pudo reabrir a partir del 18 de mayo de 2020, aunque solo las terrazas y con una ocupación del 50%. Si bien las siguientes fases de desescalada supusieron una reducción de las restricciones de horarios y ampliación de los aforos permitidos, durante el resto del año 2020 y en 2021, en función de la incidencia del COVID-19, se continuaron tomando medidas para su contención que afectaron especialmente a los negocios del sector, decretándose incluso otros períodos de cierre total de la hostelería.

En esta coyuntura en la que las empresas de restauración no han podido desempeñar su actividad con normalidad, los servicios de comida a domicilio y a recoger por el cliente han sido una opción de consumo muy importante. De tal forma que, utilizar las posibilidades que ofrece la digitalización para realizar las ventas puede haberse convertido en una ventaja competitiva para las empresas y una de las principales herramientas para soportar mejor esta crisis sanitaria y su enorme repercusión económica.

El objetivo de este trabajo es aportar evidencias empíricas sobre si la digitalización de las ventas ha permitido soportar mejor los adversos efectos de la pandemia en el sector de la restauración de la provincia de Alicante, una de las provincias españolas que, según el Banco de España, mayor caída del PIB registró en 2020. Para ello se analiza el desempeño económico y financiero de las empresas de restauración antes (2019) y durante (2020) la crisis del COVID-19 diferenciando entre las empresas que tienen servicios digitales de venta y las que no los tienen. Asimismo, a fin de que la información proporcionada sobre la provincia de Alicante sea más útil, se realiza una segmentación de la muestra por municipios y, para incrementar la relevancia de la investigación, se estudia también la relación entre digitalización de las ventas y la situación financiera de las empresas de restauración de las provincias de Castellón y Valencia.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Estructura de la Muestra

Para alcanzar el objetivo de este estudio, en primer lugar, fue necesario determinar la población a estudiar. Utilizando la base de datos del Sistema Ibérico de Análisis de Balances (SABI), se introdujo como criterio de búsqueda el código 561-“Restaurantes y puestos de comidas” de la clasificación estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea (NACE).

Posteriormente se incluye como filtro de búsqueda las provincias de Alicante, Valencia y Castellón. Después de excluir las empresas de restauración cuya información de la base de datos era insuficiente, incompleta o, no cumplía con los requisitos para el análisis, la

población fue, para las provincias de Alicante, Valencia y Castellón, la que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Población. Número de empresas de restauración. Provincias

Provincia	Número de empresas
Alicante	746
Valencia	1.129
Castellón	326

Una vez establecida la población se extrajo una muestra aleatoria simple del total de empresas de restauración que forman parte de la población de Alicante, Castellón y Valencia, con un nivel de significatividad del 95% y un error muestral del 1%. El número de establecimientos de restauración de las tres provincias aparece en la Tabla 2.

Tabla 2. Muestra. Número de empresas de restauración. Provincias

Provincia	Muestra
Alicante	530
Valencia	697
Castellón	276

Establecida la muestra correspondiente en las provincias de Alicante, Valencia y Castellón, y atendiendo al objetivo fijado en este estudio, se procedió a centrarnos en analizar los efectos de la pandemia y la digitalización en los municipios de la provincia de Alicante. Tomando como referencia el listado de la población y la muestra de empresas de restauración de la provincia de Alicante obtenido anteriormente, con la finalidad de disponer de información suficiente para efectuar un análisis del que se pudieran obtener conclusiones, se seleccionaron los municipios de los que se disponía un mínimo de 20

empresas. En la Tabla 3 se exponen los municipios y el número de empresas que han sido analizados en la provincia de Alicante.

Tabla 3. Número de empresas de restauración de la provincia de Alicante.
Municipios

Provincia	Número de empresas
Alicante	96
Benidorm	20
Calpe	27
Dénia	41
Elche	59
Jávea	25
Orihuela	25
Torreveija	31

Para determinar si las diferencias representadas en los gráficos por la comparación del periodo PreCOVID y COVID, así como la pertenencia o no a los diferentes grupos de clasificación definidos en función de la digitalización y de las diferentes modalidades de prestación del servicio de los establecimientos de restauración, se han aplicado pruebas estadísticas paramétricas y no paramétricas para muestras independientes y relacionadas.

Hay que señalar que en la columna “diferencia” de los gráficos es donde se indicará si las diferencias son estadísticamente significativas, insertando al lado del valor numérico el nivel de significatividad bilateral, concretamente $*p < 0,1$; $**p < 0,05$; $***p < 0,01$, que supondrá el rechazo o la aceptación de la hipótesis de igualdad de medias poblacionales y las diferencias entre las medias de grupos considerados.

Si bien para los resultados por provincias se han podido realizar las pruebas estadísticas para todas las provincias y agrupaciones según los criterios de clasificación de digitalización, modalidad de prestación de servicios de los establecimientos de restauración durante la pandemia y períodos PreCOVID y COVID, en el estudio individualizado por municipios de la provincia de Alicante, al no cumplir las condiciones y asunciones subyacentes para aplicar las técnicas estadística, no se ha efectuado para la clasificación mostrada en la Tabla 4, disponer de página web en Jávea y Orihuela,

disponer de página web y recogida en el establecimiento en Benidorm, Jávea y Orihuela, disponer de página web y entrega a domicilio por la propia empresa en Benidorm, Calpe, Dénia, Jávea y Torrevejea y, finalmente, utilizar una plataforma para realizar y entregar el pedido en Torrevejea.

2.2. Datos y Variables

De acuerdo con el objetivo del estudio, se procedió a clasificar las empresas de restauración atendiendo a si estaban digitalizadas o no digitalizadas. Además, como la finalidad del trabajo es determinar el efecto que la digitalización tuvo sobre las empresas de restauración durante la pandemia, se añadió como variable de segmentación las diferentes situaciones de digitalización y modalidad de prestación de servicios con los cuales las empresas de restauración enfrentaron la pandemia. Tomando en consideración ambas variables, se procedieron a definir los criterios de clasificación que se muestran en la Tabla 4.

Tabla 4. Criterios de clasificación

Criterio	Población
Página web	Si la empresa de restauración tiene página web
Página web y recogida en el establecimiento	Si la empresa de restauración tiene página web y se podía recoger el pedido en el establecimiento
Página web y entrega a domicilio	Si la empresa de restauración tiene página web y lo entrega a domicilio
Pedido online a través de la página web	Si la empresa de restauración tiene página web y el pedido se podía realizar online a través de la propia página web, además de servirlo a domicilio
Pedido a través de plataforma	Si la empresa de restauración recurre a una plataforma para realizar el pedido y servirlo a domicilio

Se asume que disponer de página web se corresponde con un nivel básico de digitalización, siendo este el primer criterio de clasificación. Tener página web permitía a los clientes consultar la información correspondiente a la carta, si el establecimiento estaba cerrado, su horario, cómo realizar el pedido, si se podía recoger en el establecimiento o si se podía entregar a domicilio. Clasificar los establecimientos de restauración atendiendo a lo anteriormente expuesto es fundamental. No en vano, el estado de alarma y las diferentes graduaciones de confinamiento y restricciones de la pandemia, supusieron diferentes niveles de actividad de los establecimientos de

restauración, llegando incluso a tener que cerrar. A este respecto, se ha diferenciado si el establecimiento disponía de página web y el pedido se podía recoger en el establecimiento o si el propio restaurante lo entregaba a domicilio.

Otro aspecto que se ha considerado analizar es si el pedido se podía hacer online a través de la página web de la empresa de restauración y lo servía a domicilio con sus propios medios, diferenciándose de cualquier otra alternativa, fundamentalmente, en persona o telefónicamente. De ahí que los establecimientos se hayan clasificado en función de si se podía efectuar el pedido online a través de su página web y lo entregaban a domicilio. Finalmente, otra opción a la que recurren las empresas de restauración es utilizar las plataformas externas de reserva y servicio de entrega a domicilio como Glovo, Just-Eat o Deliveroo.

La información consultada para realizar las clasificaciones anteriores fue fundamentalmente la disponible en las propias páginas webs de los establecimientos de restauración, mediante la búsqueda en Google, la contenida en las plataformas de entrega a domicilio, los portales como Tripadvisor, the Fork, Bookeat, Restaurantes.com, y en las redes sociales como Facebook o Instagram.

Una vez establecidos los criterios para clasificar las empresas de restauración en función de su digitalización y las fórmulas para prestar el servicio y adaptarse a las diferentes restricciones de la pandemia, a partir de los estados contables de la base de datos SABI se han calculado los ratios comúnmente utilizados por investigadores, profesionales y analistas para medir la salud económica, financiera y patrimonial de las organizaciones. En la Tabla 5 se muestran las variables elegidas para evaluar los efectos de la pandemia en el rendimiento económico y financiero de las empresas de restauración seleccionadas.

Para analizar las diferentes categorías de clasificación surgidas, tanto para las provincias de la Comunidad Valenciana como para los municipios de la provincia de Alicante, se ha procedido a definir cinco variables dicotómicas: Web, Web+Recoger, Web+Domicilio, Online y Plataforma. Dependiendo del periodo de estudio, previo a la pandemia (año 2019) o durante la pandemia (año 2020), se han definido dos variables dicotómicas para diferenciarlos, PreCOVID y COVID. Y, finalmente, para analizar los efectos en cada uno de los municipios, se ha definido una variable dicotómica para cada uno de los ocho municipios elegidos, Alicante, Benidorm, Calpe, Dénia, Elche, Jávea, Orihuela y

Torre vieja. En la Tabla 5 se incluye las variables definidas para diferenciar esta clasificación.

Tabla 5. Variables analizadas

Variable	Descripción
Liquidez (LIQ)	Activo Corriente/Pasivo Corriente
Solvencia (SOLV)	Activo Total/(Pasivo Corriente + Pasivo no Corriente)
Endeudamiento (END)	(Pasivo Corriente + Pasivo no Corriente)/Patrimonio Neto
Rentabilidad Económica (RE)	Beneficio antes de intereses e impuestos (EBIT) /Activo total
Variación de las Ventas (VTAS)	$(Ventas\ año^t - Ventas\ año^{t-1}) / (Ventas\ año^{t-1})$;
Rentabilidad por trabajador (RT)	(Resultado neto de explotación /Número de empleados)/1.000
Página web	Si = 1 si la empresa de restauración tiene página web No = 0 en caso contrario
Página web+Recoger	Si = 1 si la empresa de restauración tiene página web y recogida en local No = 0 en caso contrario
Página web+Domicilio	Si = 1 si la empresa de restauración tiene página web y entrega propia a domicilio No = 0 en caso contrario
Pedido Online	Si = 1 si la empresa de restauración tiene servicio de pedido online, además de entrega propia a domicilio No = 0 en caso contrario
Plataforma	Si = 1 si la empresa de restauración utiliza plataformas externas de pedido online y entrega a domicilio No = 0 en caso contrario
PreCOVID	Si = 1 si el periodo se corresponde con el año 2019, previo al COVID-19 No = 0 en caso contrario
COVID	Si = 1 si el periodo se corresponde con el año 2020, durante el COVID-19 No = 0 en caso contrario

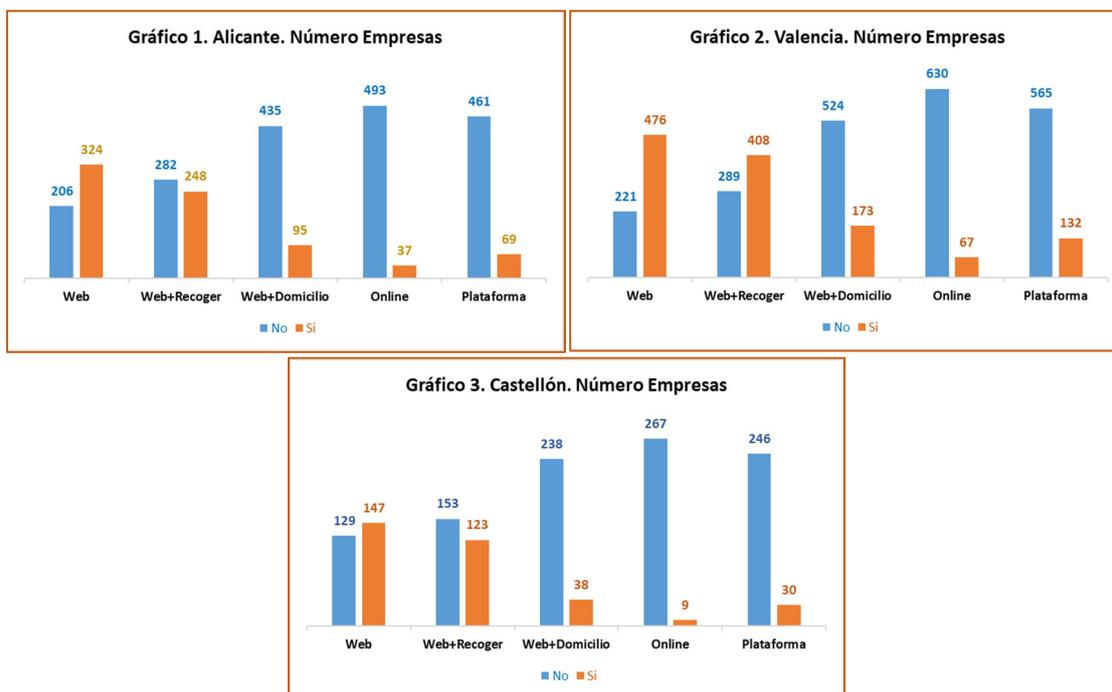
Tabla 5. Variables analizadas (Continuación)

Variable		Descripción
Municipios de Alicante	Alicante	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Alicante No = 0 en caso contrario
	Benidorm	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Benidorm No = 0 en caso contrario
	Calpe	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Calpe No = 0 en caso contrario
	Dénia	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Dénia No = 0 en caso contrario
	Elche	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Elche No = 0 en caso contrario
	Jávea	Si = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Jávea No = 0 en caso contrario
	Orihuela	Sí = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Orihuela No = 0 en caso contrario
	Torrevecija	Sí = 1 si la empresa de restauración está ubicada en Torrevecija No = 0 en caso contrario

3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS POR PROVINCIAS

En esta sección se analizan los estadísticos descriptivos de los ratios económicos y financieros obtenidos para las diferentes muestras de empresas de restauración en la provincia de Alicante, Valencia y Castellón, diferenciando el análisis en función de la digitalización de los establecimientos y los servicios que han ofrecido durante el año 2019 (PreCOVID) y el año 2020 (COVID).

En los Gráficos 1, 2 y 3 se muestra el número de empresas de restauración que se ubican en cada una de las categorías de clasificación en Alicante, Valencia y Castellón.



Como se puede observar en el Gráfico 1, el 61,13% de las empresas analizadas en la provincia de Alicante tienen página web y de estas, el 46,79% ofrecen el servicio de recogida en el establecimiento y el 17,92% sirven a domicilio. Destacar, que solo el 6,98% de las empresas de restauración permiten realizar los pedidos a través de su página web, mientras que el 13,02% ofrecen este servicio y la entrega a domicilio a través de plataformas como Glovo, Just-Eat o Deliveroo.

La provincia de Valencia, tal y como muestra el Gráfico 2, es la que alcanza los porcentajes más elevados para todas las clasificaciones. Es, por tanto, la provincia que cuenta con el sector de restauración más digitalizado

o de la Comunidad. Las empresas de restauración de la muestra que poseen página web son el 68,29%. El 58,54% de estas empresas, ofrecen la opción de recoger el pedido en el establecimiento y el 24,82% sirven a domicilio. Solo el 9,61% de las empresas de restauración de la provincia permiten gestionar el pedido a través de su propia página web y el 18,94% ofrecen el servicio de pedido y entrega a domicilio a través de plataformas externas.

Por su parte, las empresas de restauración de la provincia de Castellón son las menos digitalizadas. Como evidencia el Gráfico 3, únicamente el 53,26 % de las empresas disponen de página web. No obstante, más del 13,76 % de estos establecimientos ofrecen a los clientes la posibilidad de hacer el pedido a través de su página web, un porcentaje bastante superior al que presentan Alicante y Valencia. Respecto, a las empresas que están integradas en alguna plataforma para la gestión del pedido online y la entrega a domicilio, tan solo son el 10,87% de la muestra.

3.1. Página Web

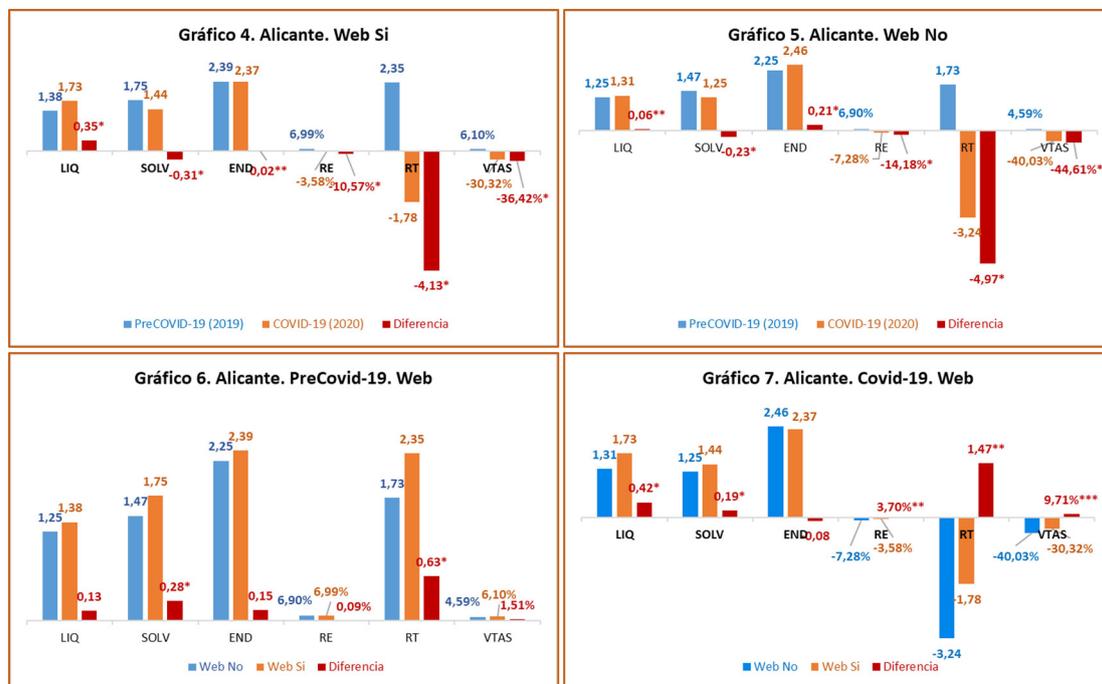
Se ha considerado que disponer de página web propia es asimilable a un nivel básico de digitalización en el sector de la restauración y, que esta herramienta tecnológica puede mejorar el desempeño económico y financiero de los establecimientos. No en vano, facilita el acceso a un mayor número de clientes, potencia la imagen corporativa y es un escaparate de la cocina y los servicios que presta el establecimiento y, en general, de cualquier información que sea de valor para los clientes. En definitiva, es un canal adicional de venta, directa o indirectamente, y una forma de diferenciarse de la competencia. Para comprobar si, cómo se sugiere, esta tecnología mejora el rendimiento empresarial de los negocios, analizamos el comportamiento de los ratios económicos y financieros previamente definidos, en los establecimientos de restauración con página web y los que carecen de ella.

Alicante

La comparación de la evolución de los ratios de los establecimientos de restauración, con y sin página web, de la provincia de Alicante entre el periodo PreCOVID y COVID (Gráficos 5 y 6) evidencia que, excepto la liquidez que mejora en ambos grupos de empresas y, el endeudamiento que minorra ligeramente en las empresas que tienen página web, los valores de los ratios presentan peores desempeños en el periodo COVID. Ahora bien, en los establecimientos que tienen página web, el comportamiento de los ratios es menos desfavorable.

Este mismo resultado se pone de relieve al analizar cada uno de los periodos objeto de estudio (Gráficos 6 y 7). Tanto en el ejercicio económico PreCOVID como COVID, las empresas con página web obtienen mejores resultados en todas las variables, a excepción

del endeudamiento en el periodo PreCOVID. También puede constatarse que, salvo la solvencia, el resto de ratios se ha comportado mejor durante la pandemia para las empresas con página web, dado que su disminución ha sido inferior, lo que indicaría que los efectos negativos del COVID han sido menores en estos establecimientos.

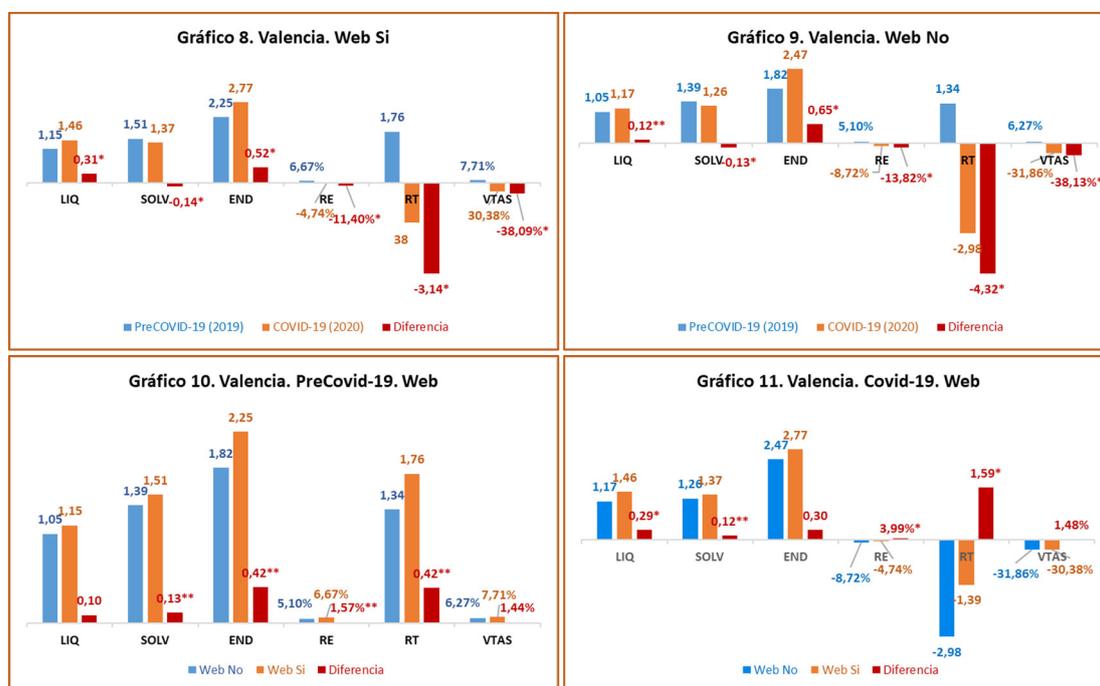


Valencia

En la provincia de Valencia, todos los establecimientos de restauración, con y sin página web, presentan peores cifras de los ratios de solvencia, endeudamiento, rentabilidad económica, rentabilidad por trabajador y variación de las ventas en el periodo COVID, aunque la liquidez es mayor (Gráficos 8 y 9). Ahora bien, excepto la solvencia y la variación de las ventas, que ha sido prácticamente igual para ambos, el resto de ratios ha tenido un mejor comportamiento en las empresas con página web. Además, dado que el ratio de variación de ventas es el único que toma en consideración la variación entre dos ejercicios, la caída también ha sido superior para las empresas de restauración sin página web.

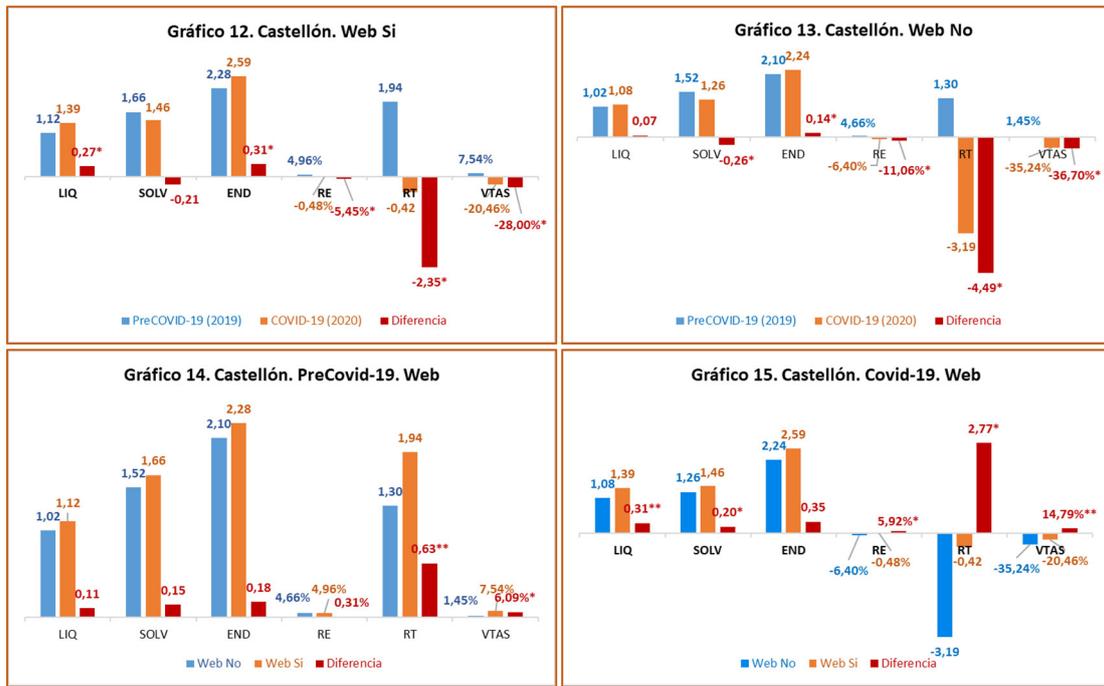
Si se toma ahora como referencia todo el período estudiado, (Gráficos 10 y 11), tanto en PreCOVID como COVID, las empresas con página web, presentan mejores valores en todos los ratios, a excepción del endeudamiento. Esto significaría que, como sucede en

los establecimientos de la provincia de Alicante, en términos generales, las funestas consecuencias económicas de la pandemia son menos pronunciados para las empresas con página web.



Castellón

En cuanto a la provincia de Castellón, todos los establecimientos de restauración tienen un comportamiento similar al del resto de la Comunidad. Excepto el indicador de la liquidez que ha experimentado un aumento durante la pandemia tanto en las empresas con página web como las que no (Gráficos 12 y 13), todos los ratios presentan peores valores en el periodo COVID. No obstante, en el caso de las empresas con página web, si bien antes y durante la pandemia (Gráficos 15 y 16) están más endeudadas que el resto de establecimientos de restauración, todos los demás ratios presentan un mejor desempeño en ambos periodos. En este sentido, hay que destacar especialmente, la menor reducción de las ventas que han experimentado los establecimientos que disponen de página web durante la pandemia, con una diferencia de casi un 15%, respecto de los que no disponen de web propia.



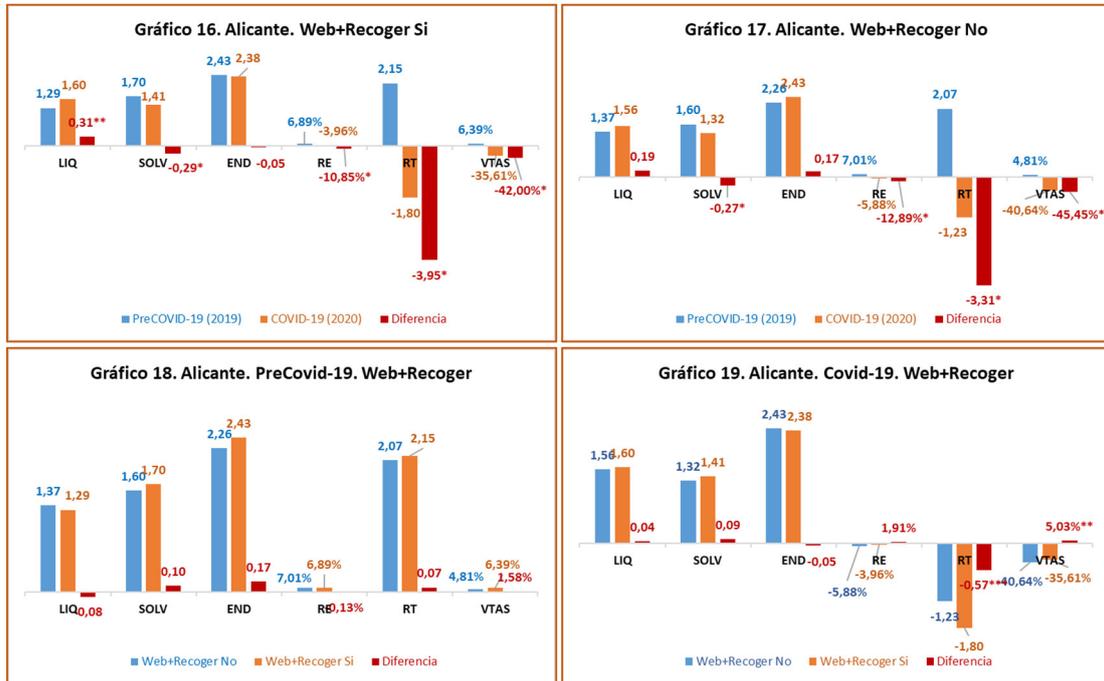
3.2. Página Web y Servicio de Recogida en Local

Durante la pandemia, bien porque los establecimientos estuvieran cerrados o por la limitación de aforos, la posibilidad de hacer pedidos y recoger en el local pudo convertirse en una tabla de salvación para muchas empresas de restauración. El objetivo ahora es determinar si aquellas empresas que disponían de página web y ofrecían este servicio de recogida, han soportado mejor que el resto de empresas de la muestra las consecuencias económicas de la pandemia.

Alicante

Como se puede observar (Gráficos 16 y 17), tanto las empresas de restauración con página web y recogida en el restaurante como el resto de establecimientos de la provincia de Alicante, muestran una mejor ratio de liquidez durante el COVID. Los demás ratios han experimentado un deterioro considerable, aunque los establecimientos que tienen página web y recogida en el local también han visto reducir levemente su endeudamiento. En cualquier caso, los datos revelan que las empresas con página web y servicio de recogida, han tenido un mejor desempeño durante el COVID (Gráfico 19), dado que, si bien también se han reducido la mayoría de ratios, llegando a alcanzar valores negativos en la

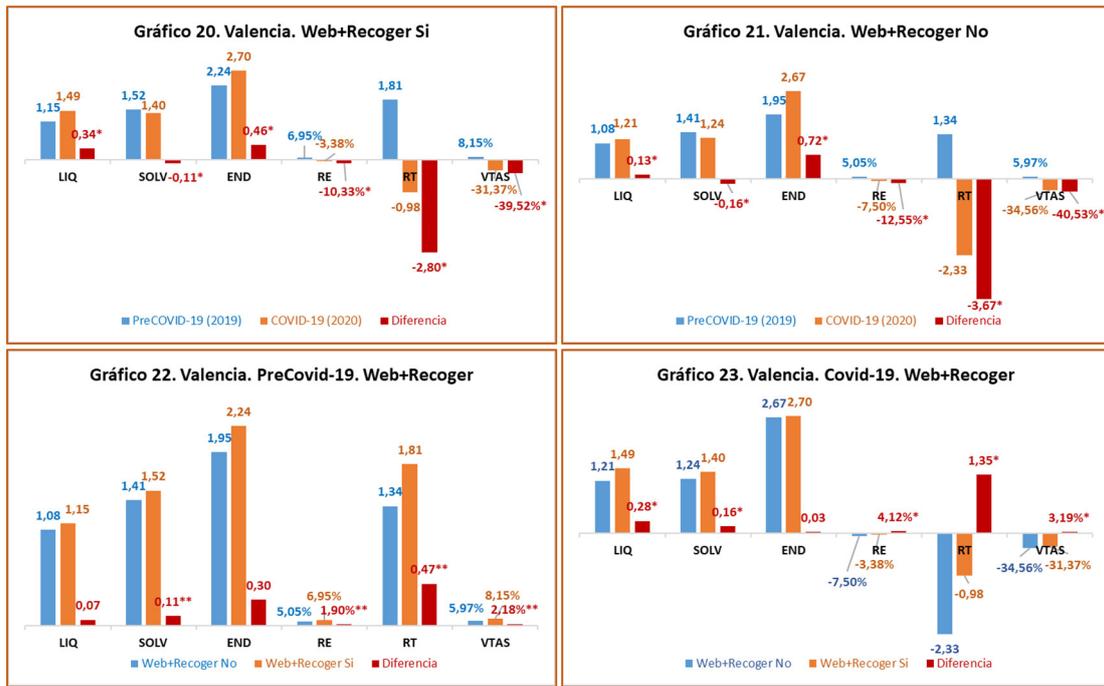
rentabilidad económica, rentabilidad financiera y variación de ventas, su disminución es menos pronunciada.



Valencia

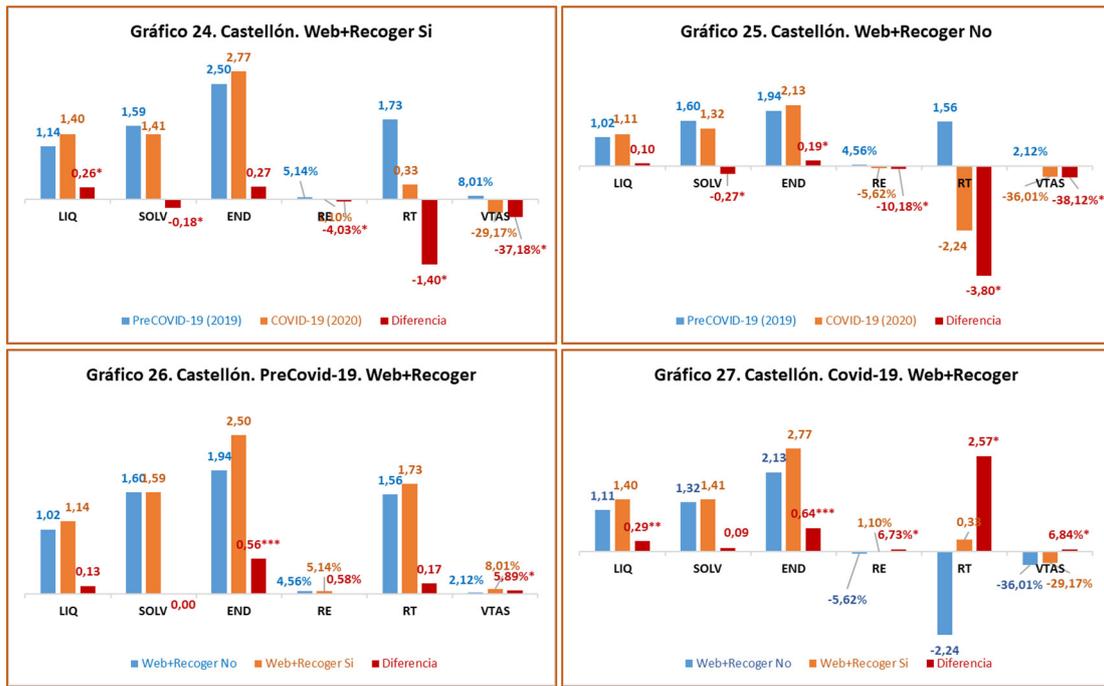
Como las empresas de restauración alicantinas, las de la provincia de Valencia, con página web y recogida en el local y las que no, han aumentado su liquidez durante el COVID. No obstante, pese a que el resto de ratios han empeorado durante la pandemia, las empresas con página web y recogida han sufrido menos el impacto de la crisis, tal y como evidencia la menor caída de los valores de solvencia, rentabilidad económica, rentabilidad por trabajador y variación de ventas y el menor aumento del endeudamiento (Gráficos 20 y 21).

El hecho es que, menos el endeudamiento, que presenta valores más elevados en los periodos PreCOVID y COVID, el resto de ratios son mejores en las empresas con página web y recogida en los dos periodos estudiados (Gráficos 22 y 23). Y, aunque, excepto la liquidez, todos los ratios empeoran durante el COVID, en las empresas con página web y recogida, este perjuicio es menos acentuado. En particular, la rentabilidad económica y la variación de las ventas descienden, respectivamente, un 4,12% y un 3,19% menos en las empresas con página web y servicio a recoger.



Castellón

En el caso de las empresas de restauración de Castellón, como muestran los datos (Gráficos 24 y 25), en ambos grupos de clasificación también el ratio con un mejor valor en el periodo COVID ha sido la liquidez. Como ocurre en las provincias de Alicante y Valencia, todos los ratios, excepto el endeudamiento, han tenido una mejor evolución durante el COVID en las empresas con página web y recogida. La diferencia más sustantiva entre ambos grupos es la rentabilidad económica que, si bien en las empresas con página web y recoger es mayor, en 2019 tan solo dista en 0,58% de la del resto de empresas (Gráfico 26) y, durante el COVID, la diferencia se amplía a más de 6,7% (Gráfico 27). Por tanto, los resultados de las empresas de restauración de la provincia de Castellón, también revelan que los establecimientos de con página web y recogida han soportado mejor los efectos desfavorables de la pandemia.



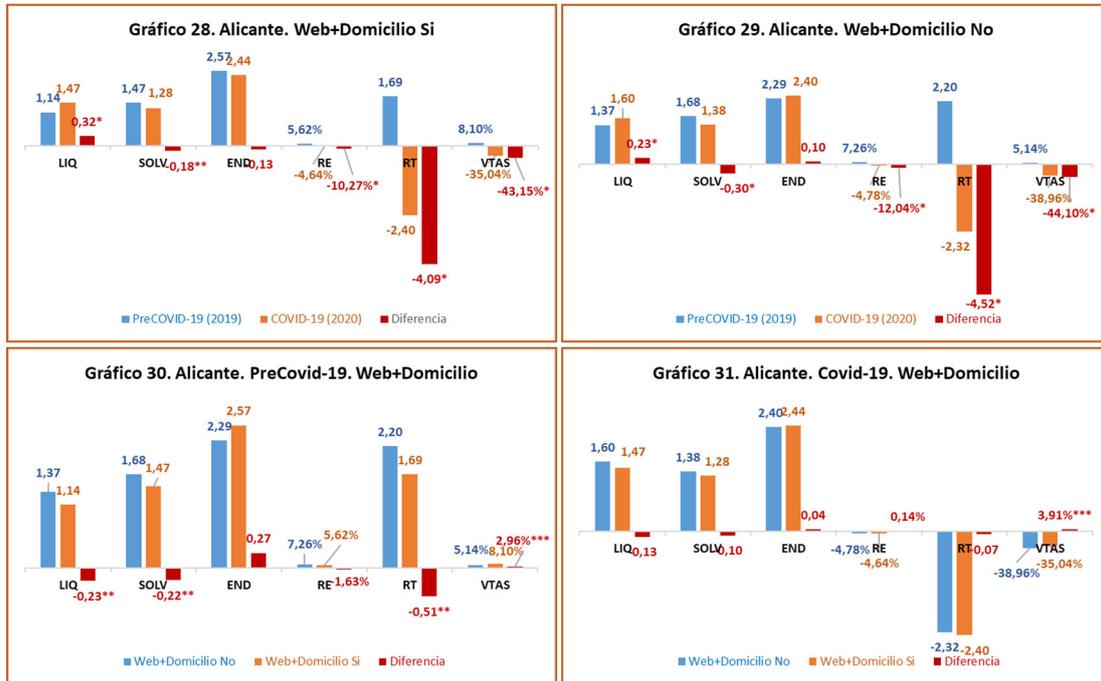
3.3. Página Web y Servicio a Domicilio

Otra opción que las empresas de restauración pudieron utilizar para contrarrestar los efectos de la pandemia, fue la posibilidad de recibir pedidos a través de la propia web y servirlos a domicilio con sus propios medios. Se analizan ahora las diferencias entre los ratios económicos y financieros, correspondientes al periodo PreCOVID y COVID, de los establecimientos de restauración que tienen página web y sirven a domicilio y los que no cumplen con estas características.

Alicante

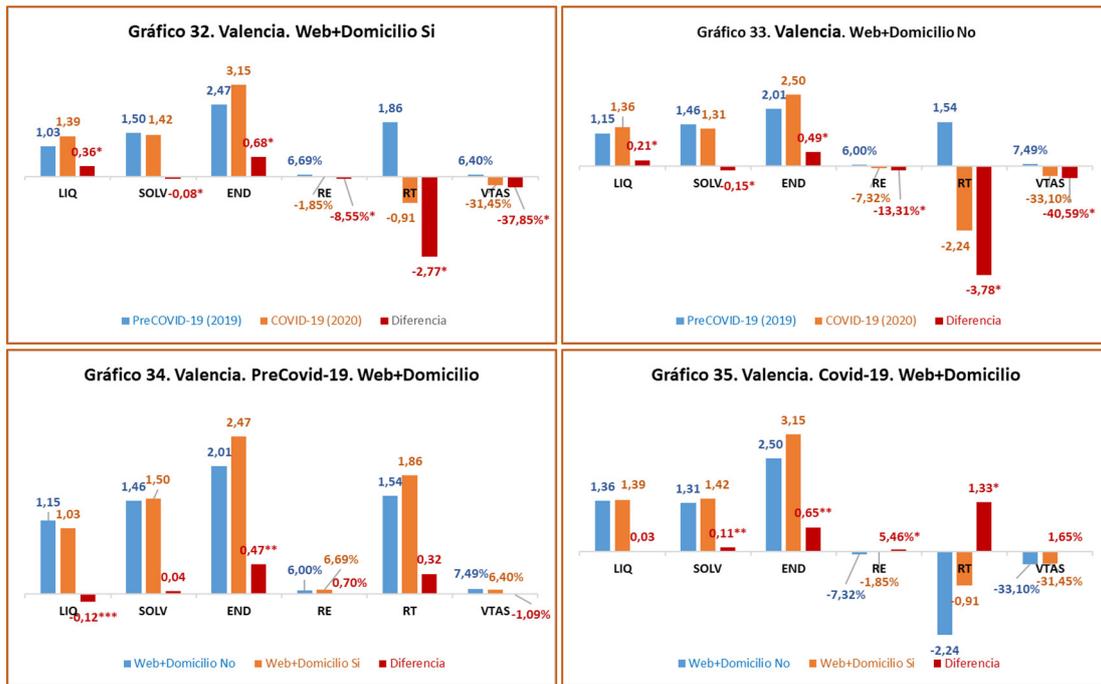
En la provincia de Alicante, la liquidez es el único ratio que, tanto en las empresas con página web y entrega a domicilio, como en el resto de establecimientos, presenta un mejor valor en el período COVID (Gráficos 28 y 29). Por otro lado, hay que destacar que los ratios de las empresas de restauración que cuentan con web propia y servicio a domicilio han experimentado una evolución menos desfavorable. Como se puede observar, si bien en el período PreCOVID (Gráficos 30 y 31) estos establecimientos presentan más endeudamiento, menos liquidez, menos solvencia, y menos rentabilidad económica y rentabilidad por trabajador que el resto de empresas, durante el COVID la situación es distinta. El incremento de la liquidez ha sido superior, el endeudamiento, en lugar de

umentar ha disminuido y el resto de ratios, pese a que han empeorado, lo han hecho en menor magnitud que en el resto de empresas.



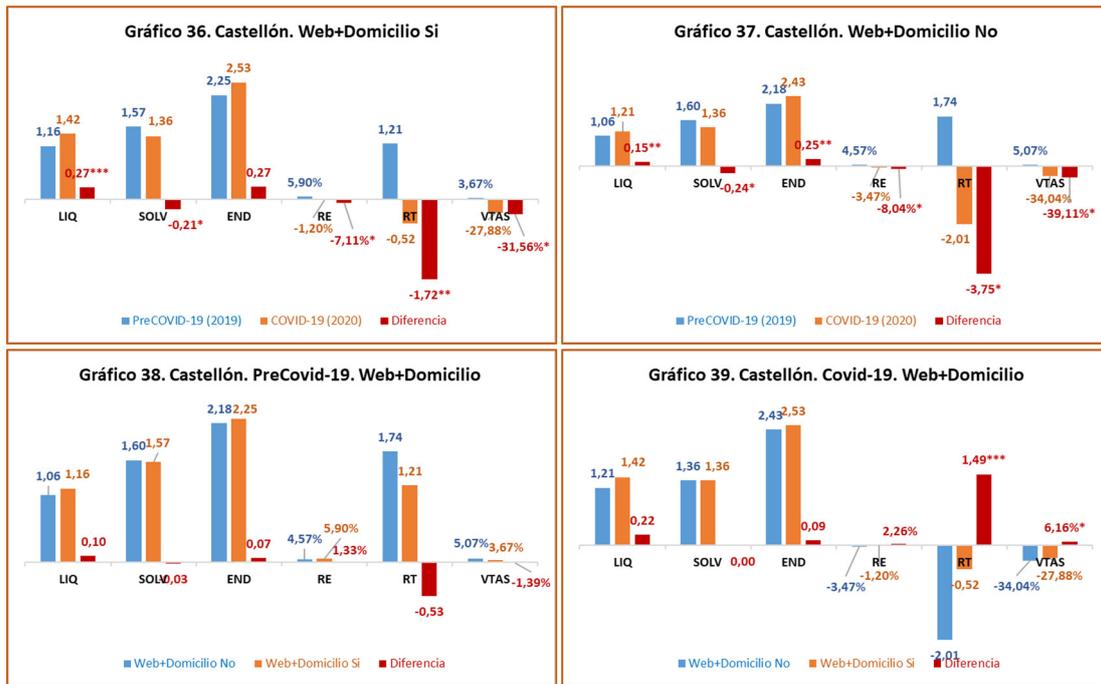
Valencia

En la provincia de Valencia, las empresas de restauración tienen un desempeño similar a las de Alicante. Todas, las que disponen de página web y entrega a domicilio y las que no, tienen más liquidez durante el periodo COVID. El resto de ratios muestran un mejor desempeño durante el periodo PreCOVID. Atendiendo a la clasificación por grupos, se puede ver que el endeudamiento es el único ratio que ha tenido un peor comportamiento durante el COVID en las empresas con página web y entrega a domicilio, ya que ha aumentado 0,19 puntos más que en el resto de empresas (Gráficos 32 y 33). Sin embargo, la liquidez, la solvencia, la rentabilidad económica, la rentabilidad por trabajador y la variación de las ventas han experimentado una disminución menor en los establecimientos con página web y entrega a domicilio, pudiéndose afirmar que estas herramientas ayudan a las empresas a ser más competitivas y soportar mejor la incertidumbre económica de crisis como la del COVID.



Castellón

En los establecimientos de restauración de la provincia de Castellón, en línea con el resto del sector en la Comunidad Valenciana, la liquidez de todas las empresas aumenta en el periodo COVID (Gráficos 36 y 37). Pero, el incremento es mayor en las empresas con página web y servicio a domicilio. Estos establecimientos presentan una mejor adaptación a la situación COVID, ya que el resto de ratios, a excepción del endeudamiento, también han evolucionado menos desfavorablemente que lo han hecho en el resto de empresas. Cabe destacar que, si bien el incremento de las ventas es menor en el periodo PreCOVID en los establecimientos con web y servicio a domicilio (Gráfico 38), en el ejercicio siguiente, durante el COVID, la variación negativa de la variable tuvo también un menor impacto en estas empresas. En concreto sus ventas se redujeron un 9,51% menos que las del resto de empresas de restauración (Gráfico 39).



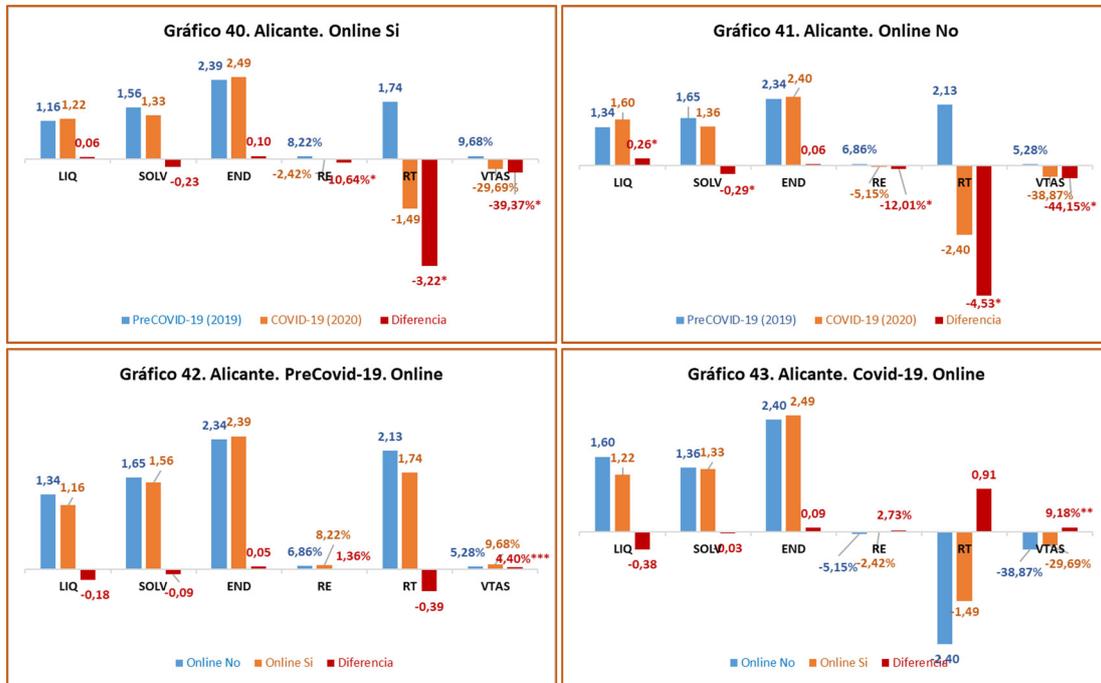
3.4. Página Web y Pedido Online

Otra estrategia de ventas relacionada con la digitalización es que los establecimientos de restauración dispongan de un sistema de pedidos online integrado dentro de su propia web y, además hagan entregas a domicilio con sus propios medios. Durante la pandemia, puede haber sido una un diferencial competitivo para las empresas. Procede ahora, por tanto, comparar las diferencias entre el desempeño económico, financiero y patrimonial de las empresas de restauración que siguen esta estrategia y el resto de empresas.

Alicante

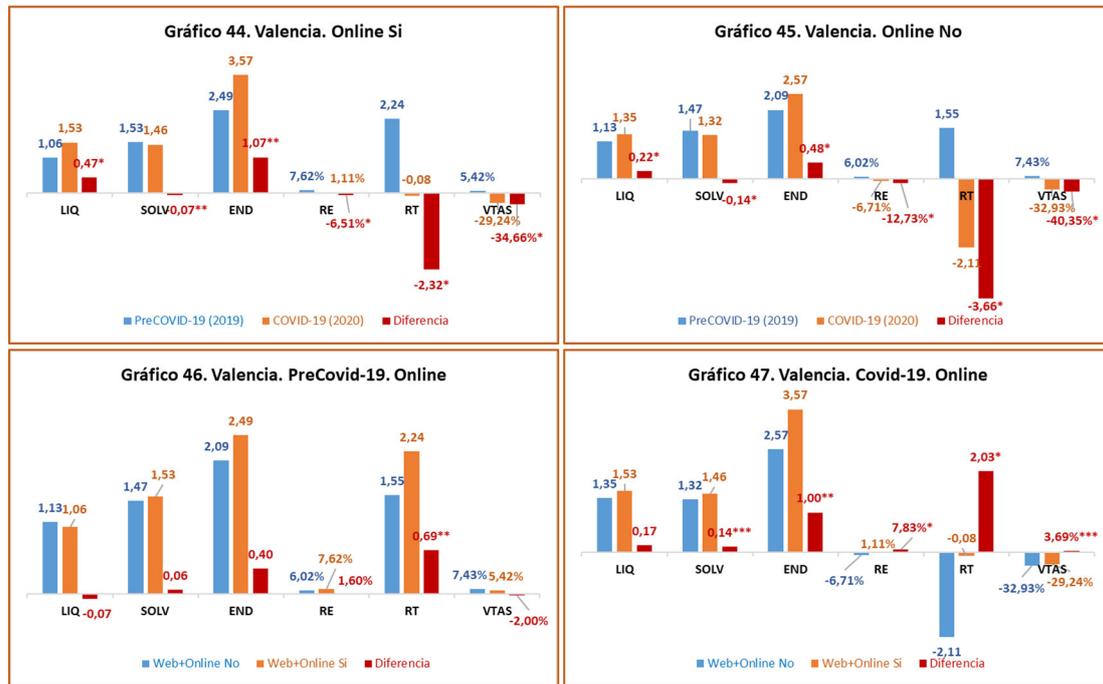
Como puede observarse (Gráficos 40 y 41), en la provincia de Alicante, todas las empresas han aumentado la liquidez y el endeudamiento en el periodo COVID, si bien en las empresas con web y pedido online, el incremento es menor. No obstante, como es lógico, hay un empeoramiento generalizado del resto de ratios. Sin embargo, los establecimientos con página web y pedidos online, obtienen resultados menos adversos durante el COVID en los indicadores de solvencia, rentabilidad económica, rentabilidad por trabajador y variación de las ventas. No así en el endeudamiento, que aumenta más en estas empresas.

Conviene resaltar que el ratio de variación de ventas es el que mayor diferencia presenta entre grupos y periodos. Durante el periodo PreCOVID la variación de las ventas de las empresas con web y pedidos online fue un 4,4% superior a la del resto de empresas y, en el ejercicio económico del COVID, el decremento de esta misma variable fue un 9,18% menor (Gráficos 42 y 43).



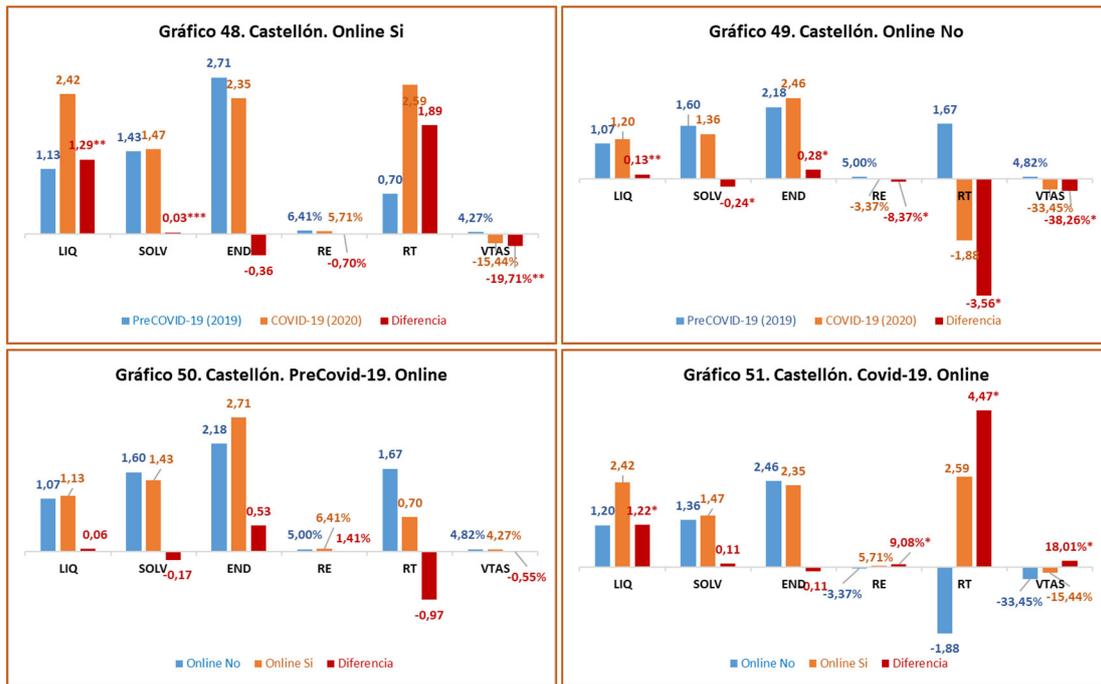
Valencia

En las empresas de restauración de la provincia de Valencia, la liquidez y el endeudamiento es mayor en el periodo COVID. Pero, al comparar la evolución de los dos grupos de empresas entre PreCOVID y COVID (Gráficos 44 y 45), se advierte que el único ratio que ha evolucionado peor en el grupo de establecimientos con web y pedido online es el endeudamiento. Ha aumentado 1,07 puntos, mientras que en el resto de empresas solo se ha incrementado en 0,48 puntos. Además, al comparar los dos periodos (Gráficos 46 y 47) se pone de manifiesto que, en general, antes y durante el periodo COVID, los establecimientos con web y online tienen mejores resultados en todos los ratios. La excepción es, tal y como se ha mencionado, el endeudamiento, pero también la liquidez. En el periodo PreCOVID, las empresas con web y pedido online tienen menos liquidez que el resto, si bien durante el COVID sucede lo contrario.



Castellón

En las empresas de restauración de la provincia de Castellón, la evolución de los ratios muestra un comportamiento heterogéneo en unos y otros grupos de establecimientos (Gráficos 48 y 49). Por un lado, en ambos grupos de empresas en el periodo COVID aumenta la liquidez, aunque en mayor magnitud en las empresas con web y pedido online. Por otra parte, las empresas con web y pedido online, a diferencia del resto de empresas, aumentan la solvencia y reducen el endeudamiento en el mismo periodo. El resto de ratios, aunque muestran un deterioro en ambos grupos, es menos cuantioso en las empresas con web y pedido online. En este sentido, es especialmente reseñable la caída de las ventas, con una diferencia de un 18,01% (Gráfico 51) menos que en el resto de empresas, así como la rentabilidad económica que se mantiene positiva durante COVID y solo se reduce un 0,7% mientras que, en el resto de empresas disminuye un 8,37% y alcanza valores negativos.



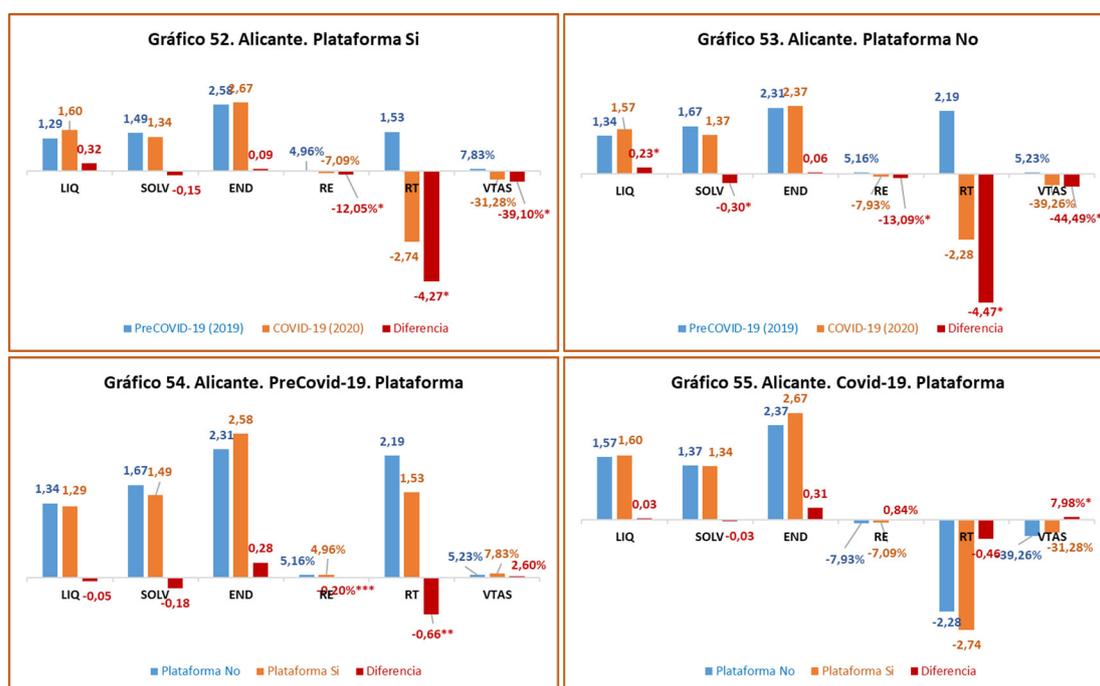
3.5. Plataforma para Pedido Online y Servicio a Domicilio

Durante la pandemia el negocio del servicio a domicilio ha experimentado una tendencia alcista en el que plataformas como Glovo, Just-Eat o Deliveroo han tenido un papel muy relevante. Muchas empresas de restauración, haciendo una apuesta por la digitalización de sus negocios, han contratado con alguna o varias de estas plataformas de pedido y entrega a domicilio con el fin de llegar a un mayor número de clientes y conseguir incrementar sus ventas y rentabilidad. Resulta, por tanto, conveniente examinar si la integración en alguna de estas plataformas aumenta el rendimiento económico y financiero de las empresas.

Alicante

El análisis de la evolución de los ratios de las empresas con pedido y entrega a través de plataforma y el resto de empresas de restauración en la provincia de Alicante (Gráficos 52 y 53) muestra el mismo comportamiento en ambos grupos de empresas en, aunque con diferentes cuantías. La pandemia conlleva en todas las empresas una mejora de la liquidez y una variación desfavorable del resto de ratios. Así y todo, el perjuicio es menor en las empresas integradas en una plataforma.

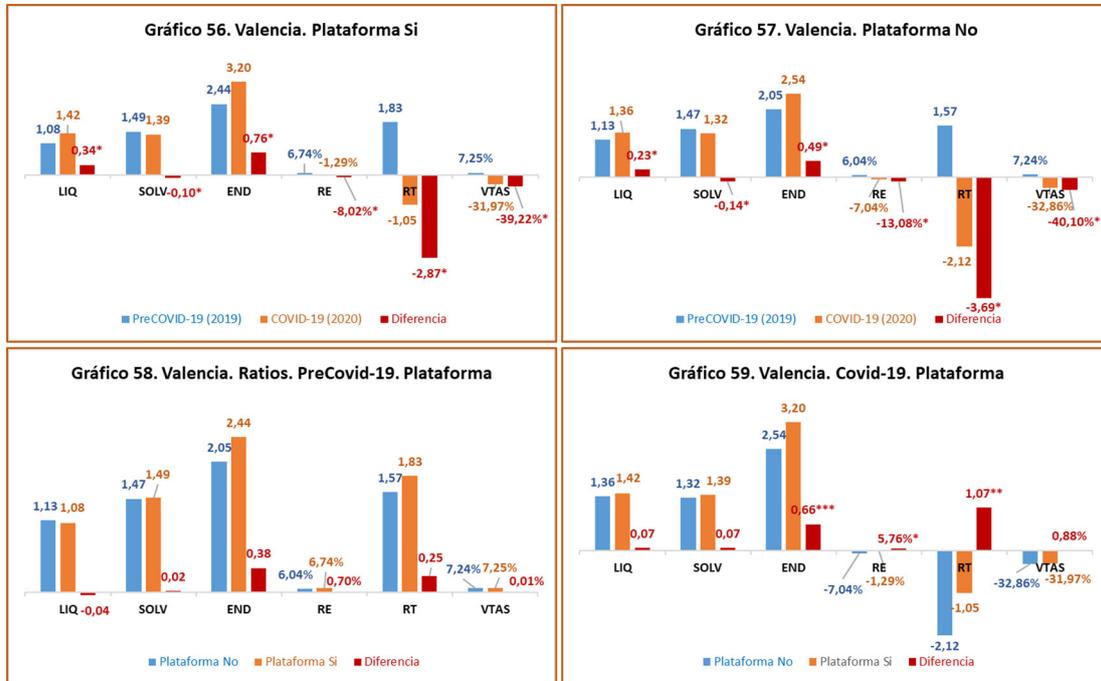
Por su parte, al observar el comportamiento de los dos grupos de empresas durante PreCOVID, y COVID (Gráficos 54 y 55) se pone de manifiesto que, antes de la pandemia, las empresas integradas en plataformas obtenían peor desempeño económico y financiero que el resto. A excepción de la variación de las ventas, todos los ratios resultaron peores. Pero, durante el COVID se ve una mejora en todos los ratios de los establecimientos integrados en alguna plataforma, salvo en el de endeudamiento. Tienen más liquidez, la diferencia de valores de solvencia y de rentabilidad por trabajador se reduce con respecto al resto de empresas y la caída de la rentabilidad económica y de las ventas es menor que en el resto de empresas.



Valencia

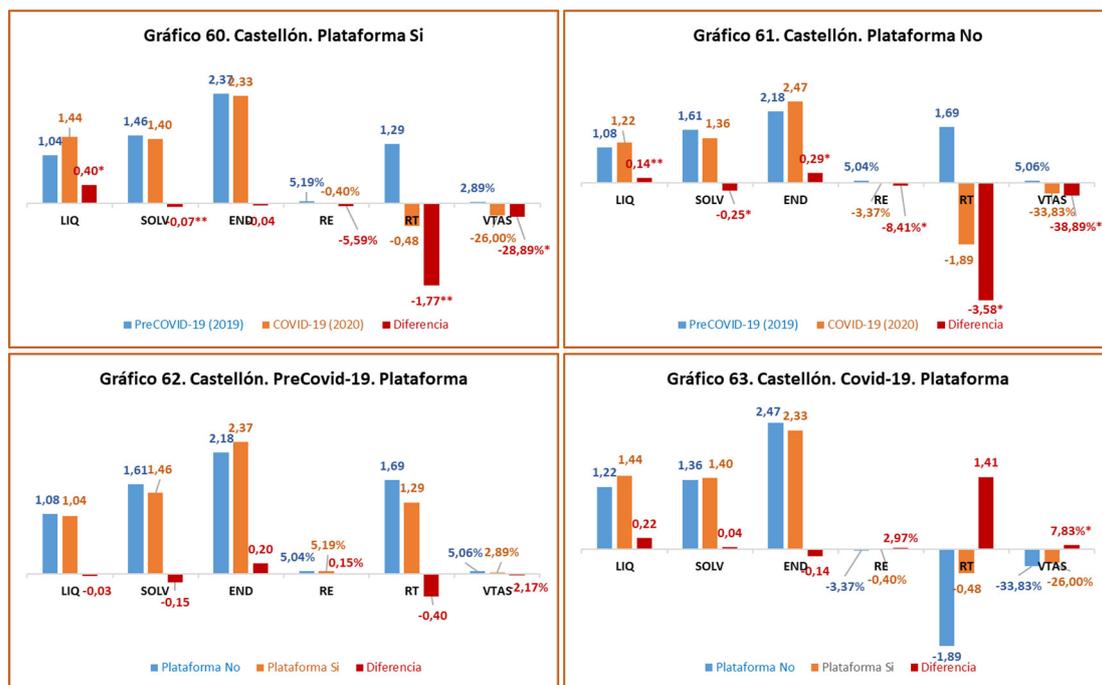
En el caso de la provincia de Valencia, tanto para las empresas con pedido a través de plataforma como las que no, los datos muestran que, salvo la liquidez, todos los ratios han tenido un mejor comportamiento durante el periodo PreCOVID (Gráficos 56 y 57). Por otra parte, el endeudamiento es el único indicador que ha tenido una evolución desfavorable durante la pandemia en las empresas con pedido a través de plataforma. El resto de ratios, pese a su caída, ha sido menor que en el resto de empresas, aunque en este caso, las diferencias no son muy elevadas. Llama la atención que el ratio de variación de ventas presenta, prácticamente, la misma evolución en unos y otros grupos de empresas

de restauración. Durante el PreCOVID la diferencia es solo de un 0,01% y en COVID de un 0,88% (Gráficos 58 y 59). La mayor discrepancia aparece en la rentabilidad económica, que se reduce un 5,76% menos en las empresas integradas en una plataforma que en el resto.



Castellón

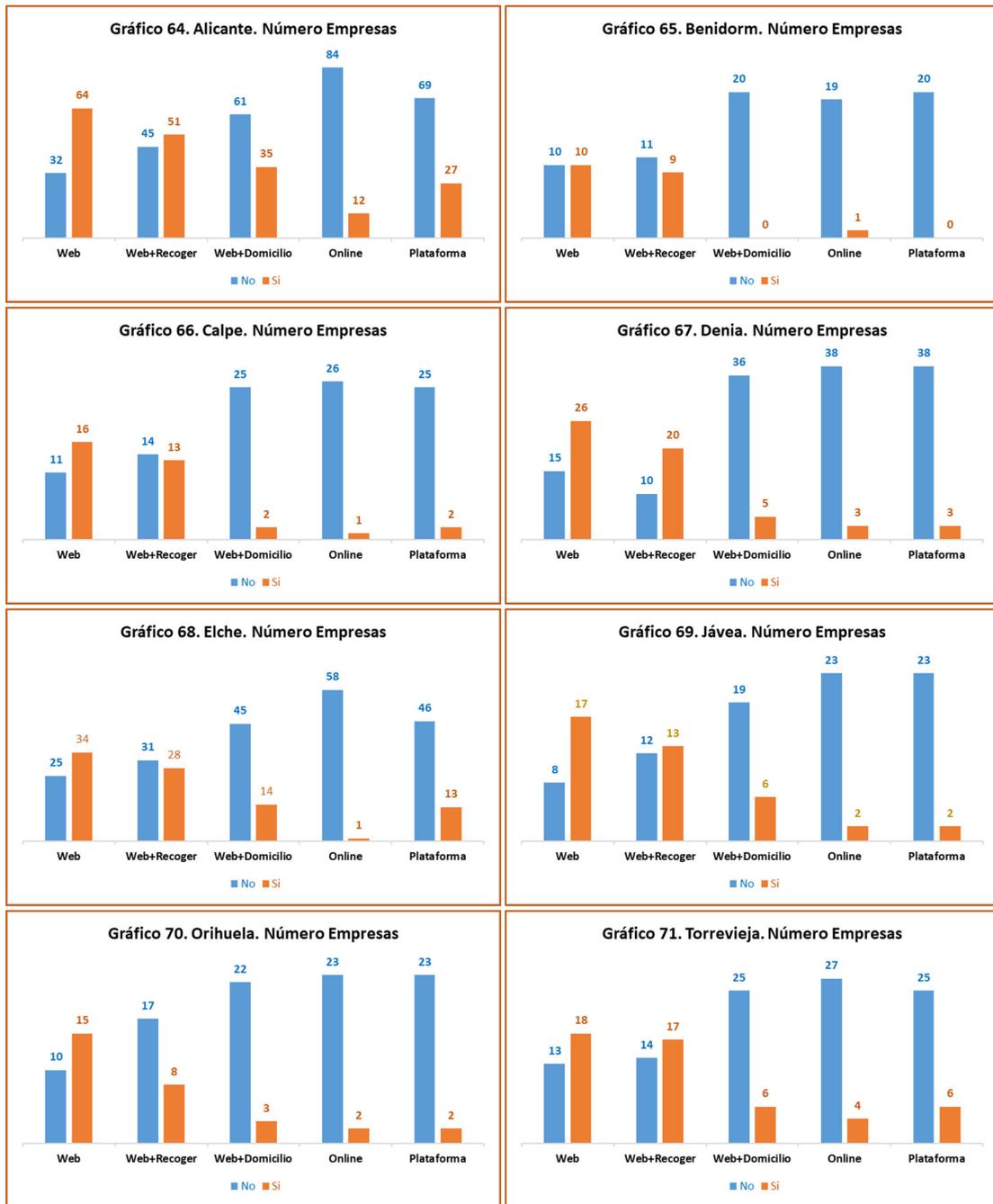
En la provincia de Castellón, las empresas de restauración en las que se puede realizar y entregar el pedido a través de alguna plataforma, la evolución de todos los ratios refleja un mejor desempeño durante el COVID que en el resto de restaurantes (Gráficos 60 y 61). Aunque, en el periodo PreCOVID, el valor de la liquidez, la solvencia y el endeudamiento es peor para los establecimientos de restauración que están en alguna plataforma, en el periodo COVID todos los ratios alcanzan mejores valores, destacando la menor caída de las ventas y de la rentabilidad económica (Gráficos 62 y 63).



4. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS DATOS POR MUNICIPIOS EN ALICANTE

Como el trabajo se centra en la provincia de Alicante, para lograr una mayor profundización en los resultados y las consecuencias de los mismos, en esta sección se analiza la evolución económica y financiera de las empresas de restauración de la provincia de Alicante haciendo una segmentación por municipios. De esta forma se podrá efectuar una comparación no solo a nivel de provincia. Del mismo modo que en el estudio anterior, se diferencia a las empresas en función de la digitalización de los establecimientos y los servicios que han ofrecido durante el año 2019 (PreCOVID) y el año 2020 (COVID).

El criterio para seleccionar los municipios ha sido el número de empresas, considerándose aquellos que tenían un mínimo de 20 establecimientos de restauración. En los Gráficos 64 a 71 se muestra el número de empresas de restauración para cada tipo de agrupación de la muestra, respectivamente, para los municipios de Alicante, Benidorm, Calpe, Dénia, Elche, Jávea, Orihuela y Torrevieja.



Como se puede observar en los Gráficos 64 a 71, Jávea es el municipio con el mayor número de establecimientos con páginas web, el 68%, seguido muy de cerca por Alicante con el 66,67%. Benidorm, con un 50%, es el municipio que presenta menor número de empresas con página web. Mientras que Dénia, con el 66,67%, es el municipio con el mayor número de empresas con página web y servicio de recogida en establecimiento, Orihuela, con el 32%, es el que menos tiene.

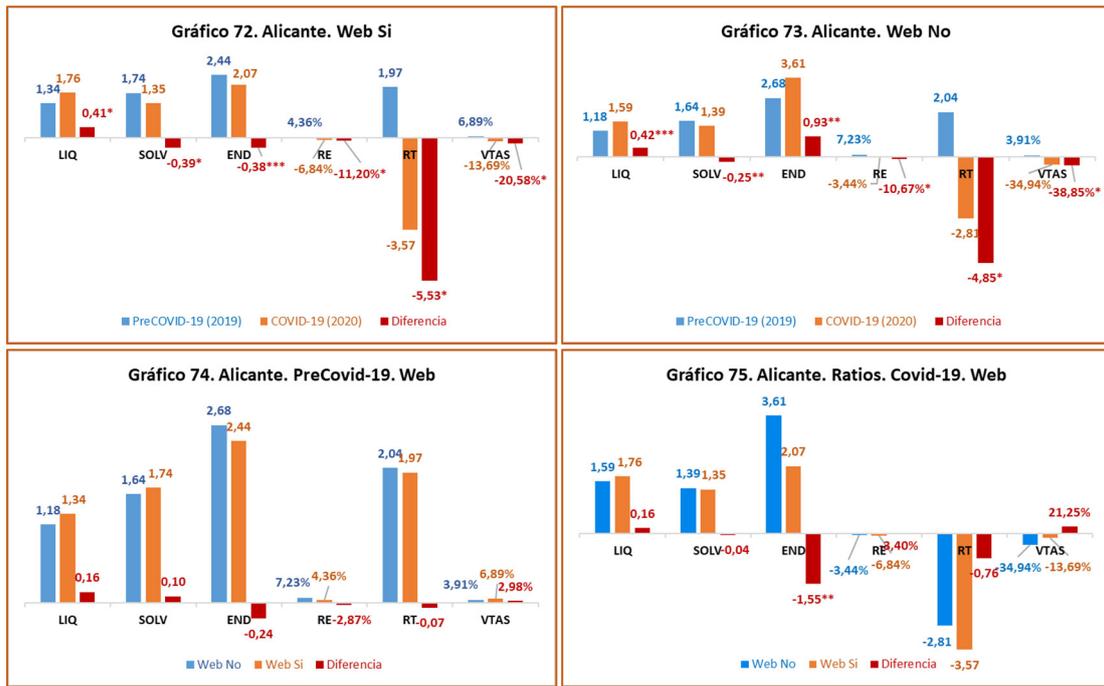
El mayor porcentaje de establecimientos con página web y entrega a domicilio le corresponde a Alicante, con un 36,46%, y el menor a Benidorm, sin ninguna, seguido muy de cerca por Calpe con un 7,41%. La proporción más elevada de empresas con servicio de pedido online le corresponde a Alicante, con un 36,46%. En el polo opuesto se encuentra Elche, con un 1,69%, y Calpe, con un 3,70%. Finalmente, Alicante, ocupa el primer lugar en el número de establecimientos que utilizan plataforma, un 28,13%, siendo Benidorm, sin ninguno, el que se sitúa en el lado contrario.

En resumen, mientras que, en los establecimientos de restauración de la muestra, tener página web y, además recoger en el establecimiento es práctica habitual, ofrecer la entrega a domicilio y, sobre todo poder realizar el pedido online y utilizar plataforma de reserva y reparto, no está muy extendido, siendo en algunos casos inexistente en los municipios de la provincia de Alicante estudiados.

4.1. Página Web

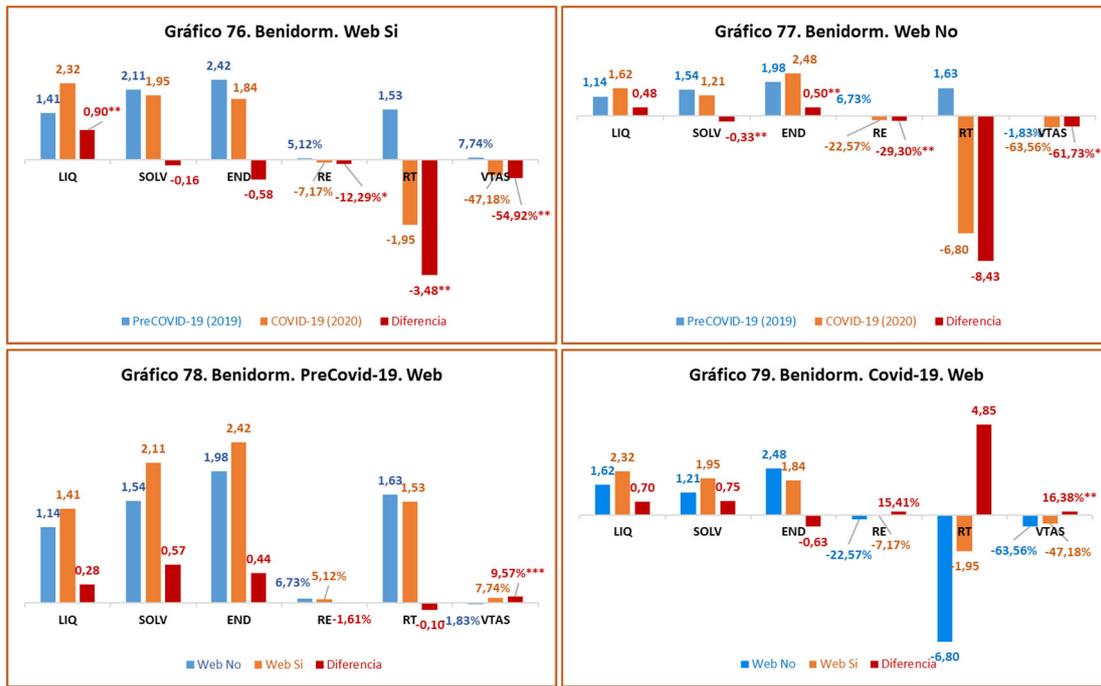
Alicante

Como puede observarse, en la provincia de Alicante, salvo la liquidez en ambos grupos de empresas y el endeudamiento en las que tienen página web, los valores de los ratios son peores en el periodo COVID. Cabe destacar que la variación de las ventas, pese a experimentar una notable caída, es menor en las empresas con página web (Gráficos 71 y 72). No obstante, no todos los ratios tienen un comportamiento más favorable en estas empresas. El descenso de la rentabilidad económica y la rentabilidad por trabajador, con valores negativos durante el periodo COVID, es menor en las empresas sin página web. Al comparar ambos grupos en el período PreCOVID y COVID (Gráficos 73 y 74) hay que destacar que los establecimientos con página web, durante el COVID, presentan un endeudamiento notablemente inferior al de las empresas que no tienen web propia.



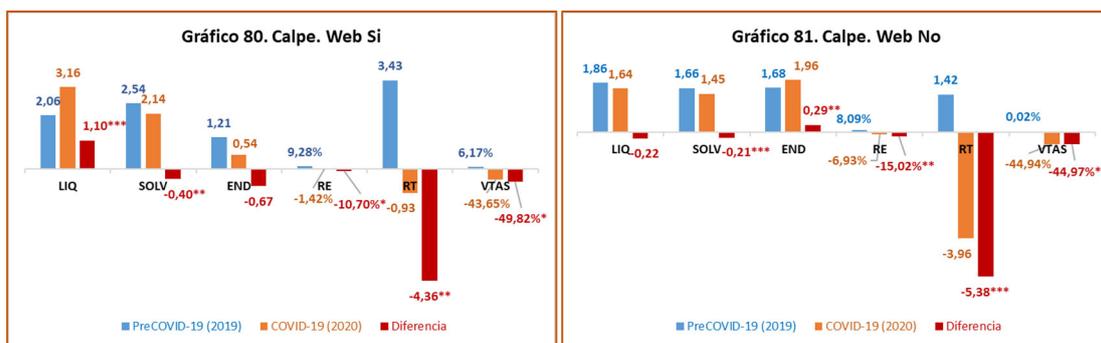
Benidorm

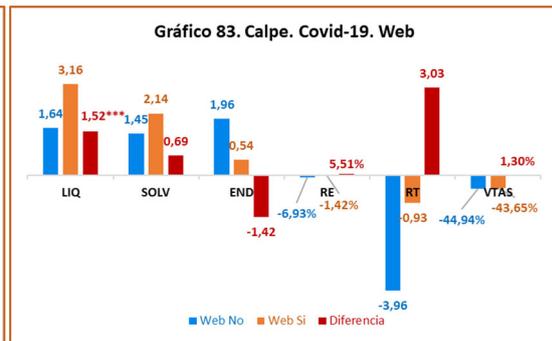
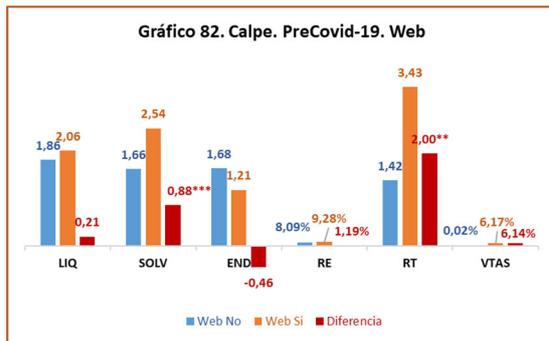
Los establecimientos de restauración de Benidorm, por la dependencia directa que tienen de los ingresos del turismo, son los que presentan una mayor caída de las ventas (Gráficos 76 y 77). Y, en este caso, aunque los que tienen página web han obtenido mejor resultado, la variación negativa de las ventas en el periodo COVID es de un 47,18% en los establecimientos con página web y la cifra llega al 63,56% en las empresas que no tienen web. Solo la liquidez en ambos grupos y, el endeudamiento en las empresas con página web, muestran mejor desempeño durante el COVID. No obstante, los valores de los ratios ponen de relieve que, pese a la existencia de unos datos muy negativos, los establecimientos con página web de Benidorm han sido menos damnificados por la crisis que los que no disponían de web (Gráficos 79).



Calpe

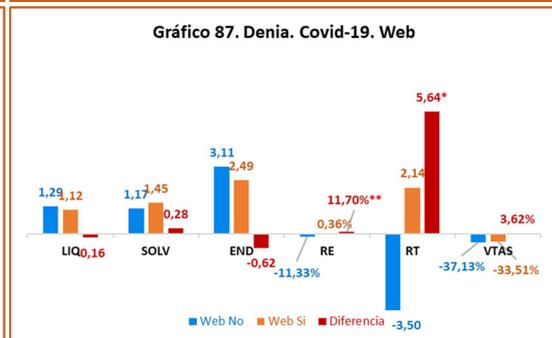
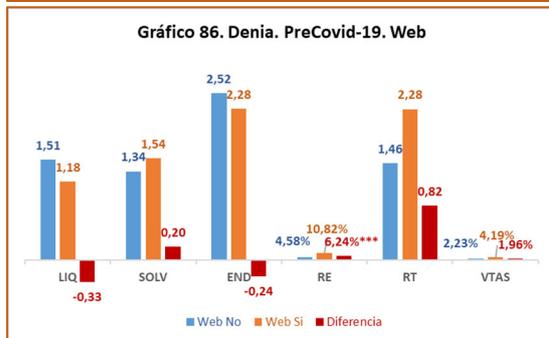
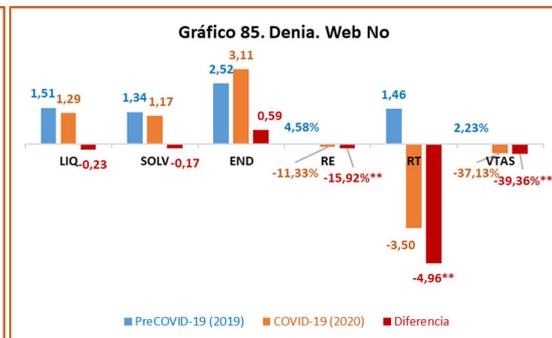
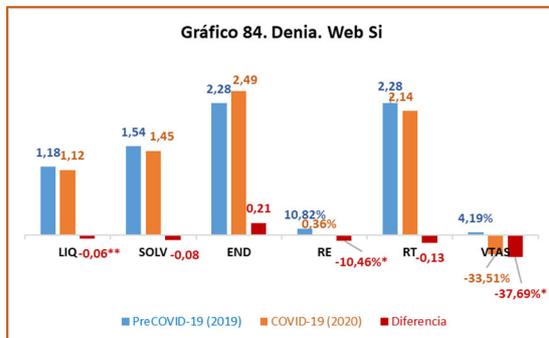
Calpe, como Benidorm, es un municipio turístico cuyo tejido empresarial en general se ha visto especialmente perjudicado por la pandemia. Sin embargo, en el caso de los establecimientos de restauración, los ratios de aquellos que tienen página web, en general, han tenido una evolución menos desfavorable que los del resto de empresas (Gráficos 80 y 81). La excepción son la solvencia y la variación de las ventas, cuyas diferencias entre periodos han resultado ser menores en los establecimientos que no tienen página web. En cualquier caso, si se atiende al desempeño de cada grupo de empresas en el periodo PreCOVID y COVID (Gráficos 82 y 83), no hay duda de que las empresas que disponen de web propia están en situación más ventajosa que las que no la tienen, ya que todos los ratios presentan mejores valores.





Dénia

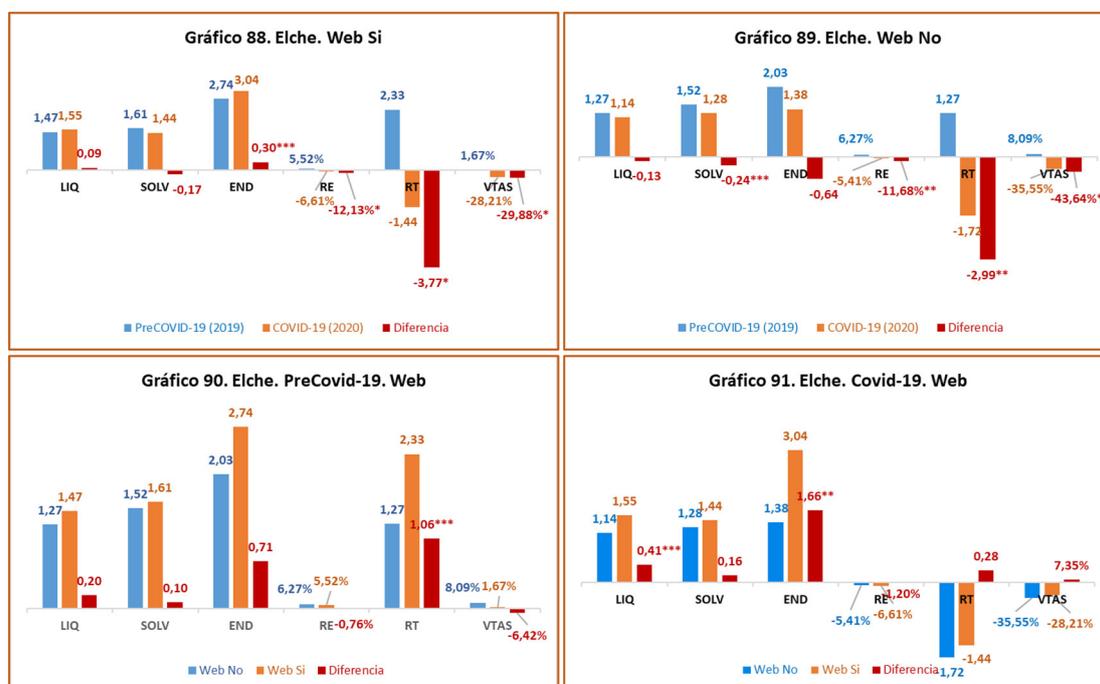
Los establecimientos de restauración de Dénia, como los de Benidorm y Calpe, también han sido más golpeados por la pandemia que los de municipios con menos afluencia de turismo. Salvo la liquidez y el endeudamiento en las empresas con página web, el resto de ratios han tenido una evolución negativa y presentan peores valores en el periodo COVID (Gráficos 84 y 85). Pero, en este caso, también se constata que, tanto en el período PreCOVID como COVID (Gráficos 86 y 87), las empresas con página web alcanzan mejores valores en todos los indicadores.



Elche

En Elche, las empresas de restauración, salvo la liquidez en las que cuentan con página web propia y, el endeudamiento en las que no tienen página web, los ratios son peores durante el periodo COVID (Gráficos 88 y 89). Sin embargo, mientras que la rentabilidad por trabajador, el endeudamiento y la rentabilidad económica han tenido un comportamiento desfavorable para las empresas con página web, para el resto de ratios ha sido mejor.

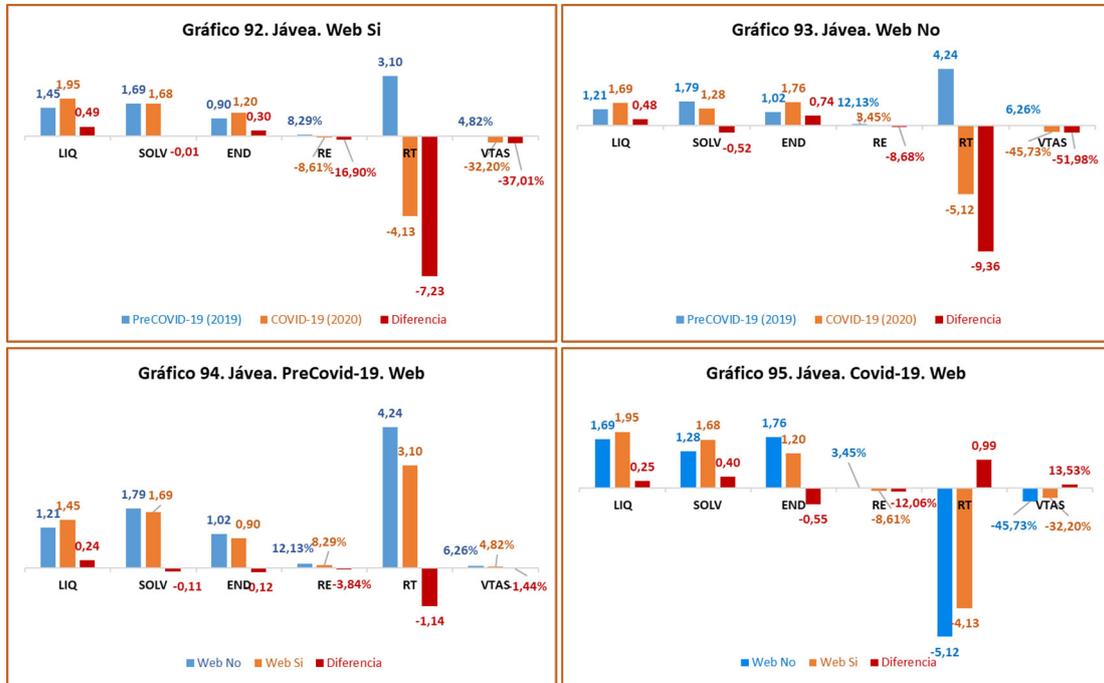
Si ahora nos centramos en los resultados por periodos (Gráficos 90 y 91), se observa que las empresas con página web tienen mejores valores tanto en PreCOVID como en COVID. Solo presentan peor situación en cuanto a endeudamiento en ambos periodos y, en la variación de las ventas en PreCOVID.



Jávea

Por lo que se refiere a Jávea, el desempeño de las empresas de restauración, con o sin página web, excepto por lo que respecta a la liquidez para ambos grupos, que aumenta, el resto de ratios presenta peores valores en el periodo COVID. Ahora bien, a excepción de la rentabilidad económica, todos los ratios han tenido un mejor comportamiento durante

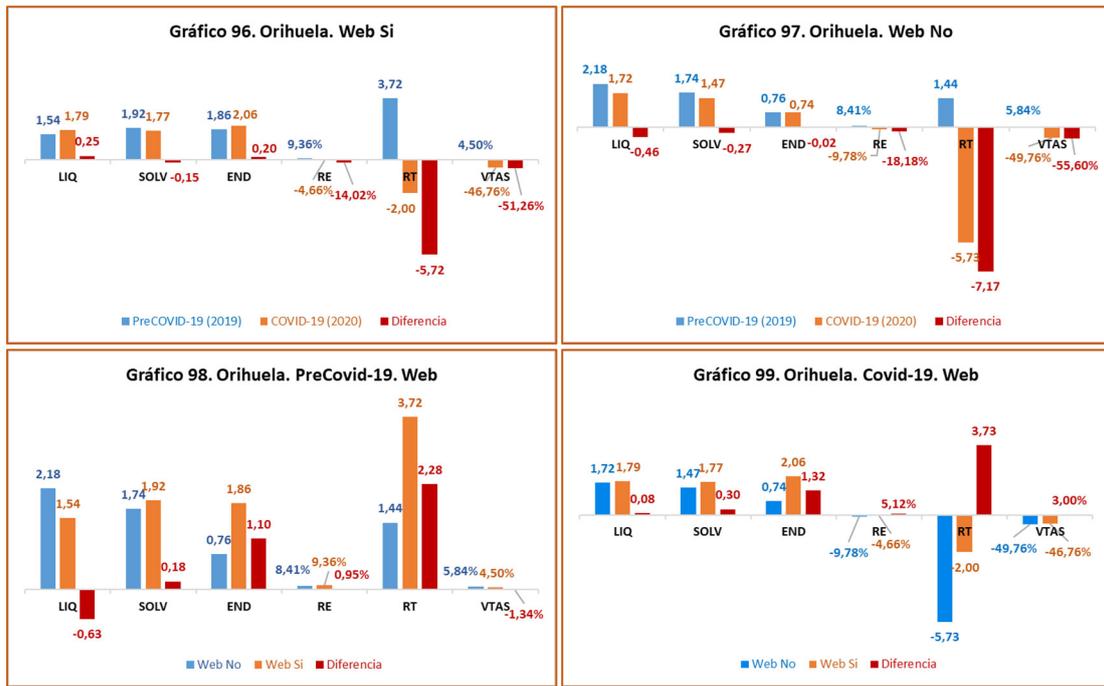
la pandemia en las empresas con página web (Gráficos 92 y 93). Aunque, al comparar los dos grupos en el mismo periodo (Gráficos 94 y 95), se observa que en el periodo PreCOVID, excepto la liquidez y el endeudamiento, cuyos valores son peores, el resto de ratios presentan mejores datos para las empresas sin página web.



Orihuela

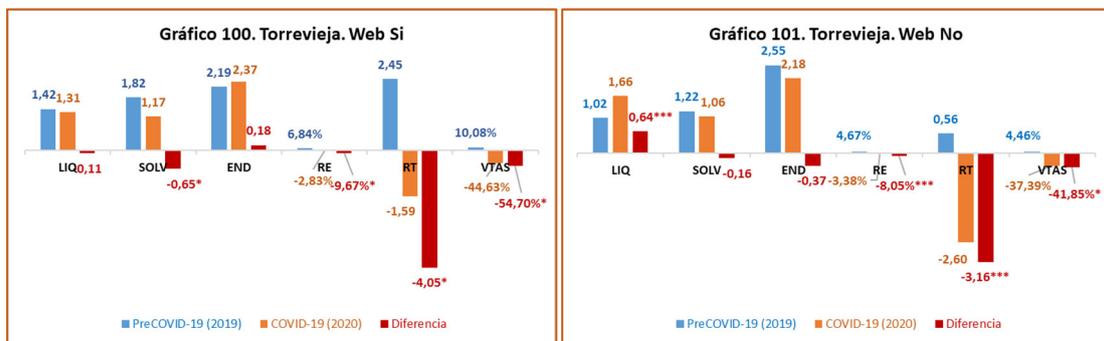
En las empresas de restauración del municipio de Orihuela, excepto la liquidez en los establecimientos con página web y, el endeudamiento en lo que no tienen página web, todos los ratios muestran peores valores durante el COVID (Gráficos 96 y 97). No obstante, tal y como se ha venido observando en todos los análisis, se aprecia una evolución menos negativa en las empresas que disponen de página web.

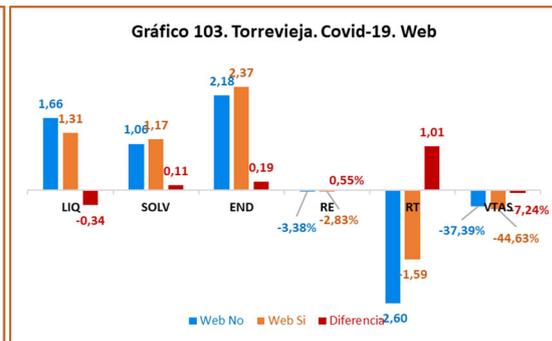
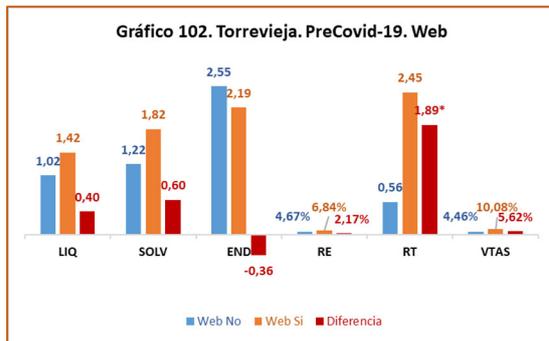
Por otro lado, al comparar los datos de los grupos en PreCOVID y COVID (Gráficos 98 y 99) hay que destacar que, aunque durante PreCOVID, las empresas sin página web se beneficiaron de un mayor incremento de las ventas, en la etapa de pandemia la enorme caída de esta variable también fue mayor en este grupo de empresas. Por tanto, los establecimientos con página web sufrieron algo menos las consecuencias de los cierres y restricciones establecidos durante el COVID.



Torre Vieja

Tal y como se puede observar (Gráficos 100 y 101), en el caso de los establecimientos de restauración ubicados en Torre Vieja, a excepción de la liquidez y el endeudamiento de las empresas sin página web, el resto de ratios de las empresas con y sin página web, resultan peores en el periodo COVID. Ahora bien, es de resaltar que, si bien durante el PreCOVID las empresas con página web tienen un mejor desempeño en todos los ratios, la evolución de las variables en COVID muestran un mejor comportamiento para las empresas sin página web (Gráficos 102 y 103). Incluso las ventas, a diferencia de lo que sucede en el resto de municipios, se han reducido un 7,24% menos en las empresas sin página web.

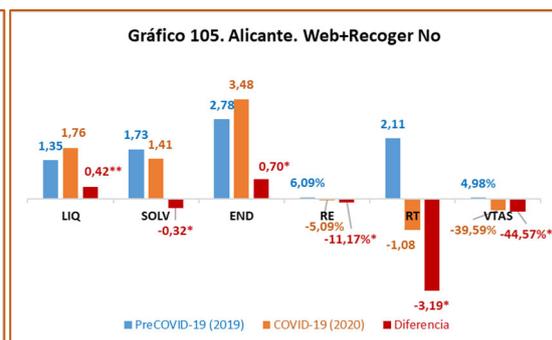
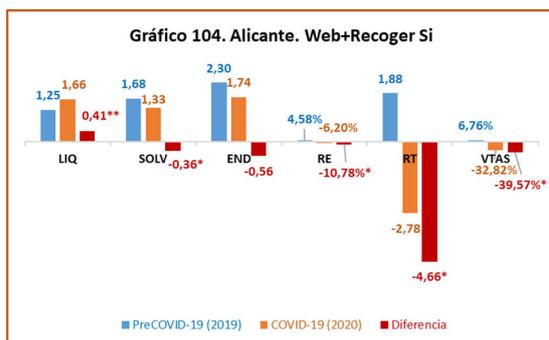


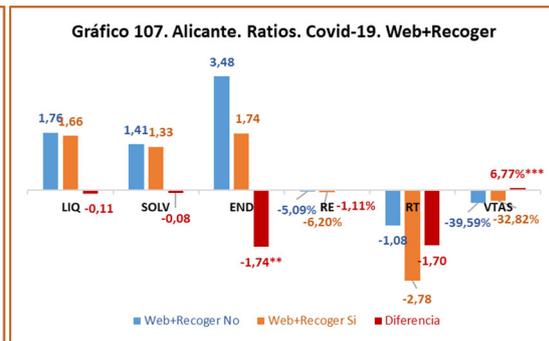
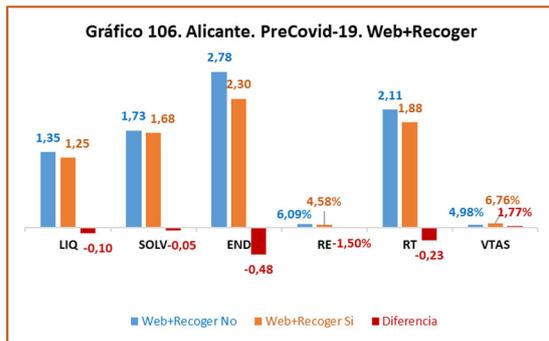


4.2. Página Web y Servicio de Recogida en Local

Alicante

Tomando en consideración la evolución de los ratios de las empresas de restauración del municipio de Alicante con página web y servicio de recogida en el establecimiento con respecto al resto empresas de restauración (Gráficos 104 y 105), se aprecia que, la liquidez ha aumentado en ambos grupos de empresas durante el COVID y el endeudamiento se ha reducido en las que tienen página web y servicio de recogida. Pero, el resto de ratios empeoran en el periodo COVID. Sin embargo, en general, los ratios muestran una mejor evolución en las empresas con página web y recogida en el establecimiento. Únicamente la rentabilidad por trabajador ha experimentado un mayor deterioro en estas empresas. En el caso de la liquidez y la solvencia, la evolución ha sido prácticamente idéntica en ambos grupos.

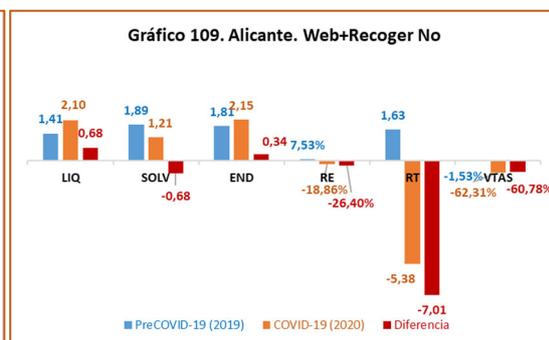
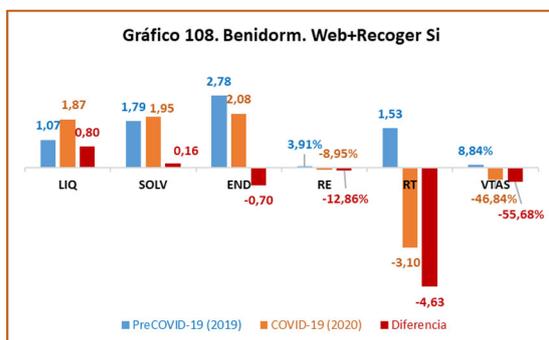


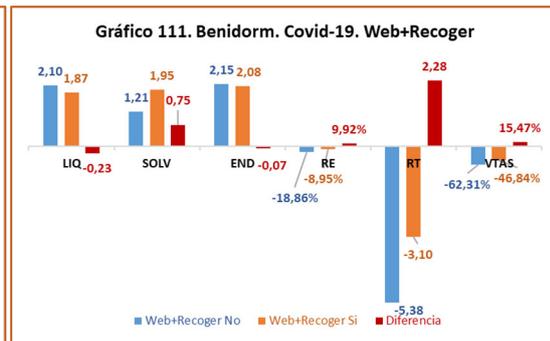
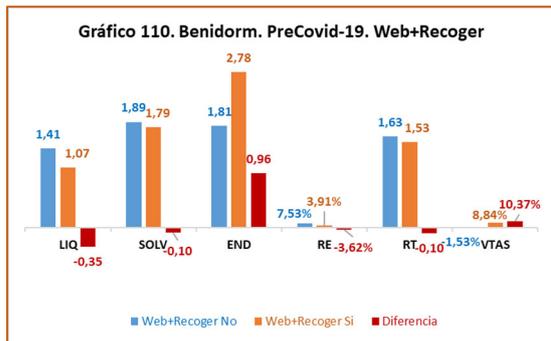


Benidorm

En el caso de las empresas de restauración de la muestra de Benidorm que tienen página web y servicio de recogida en el establecimiento y el resto de establecimientos, al evaluar la evolución de los ratios, se observa que el desempeño de todos los ratios es notablemente mejor en las empresas con página web y recogida (Gráficos 108 y 109). La liquidez aumenta más durante el COVID en estas empresas y, el resto de ratios sufren un menor deterioro, lo que implicaría que han soportado mejor sus efectos negativos.

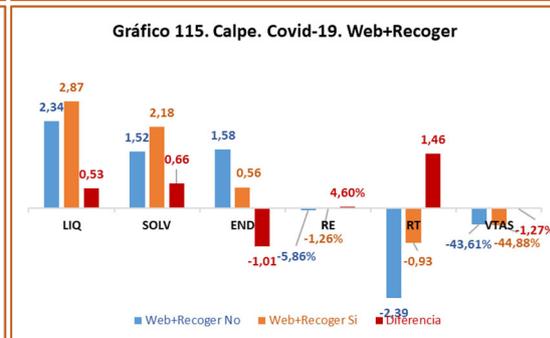
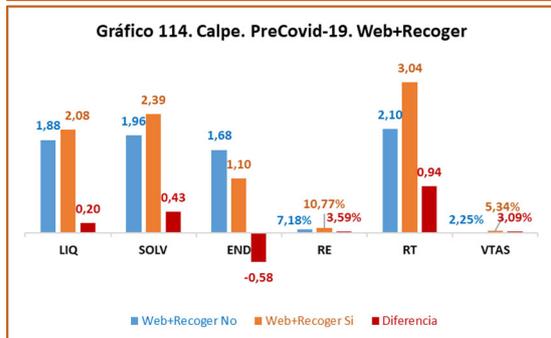
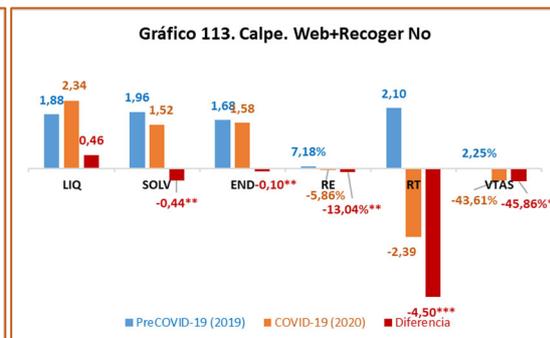
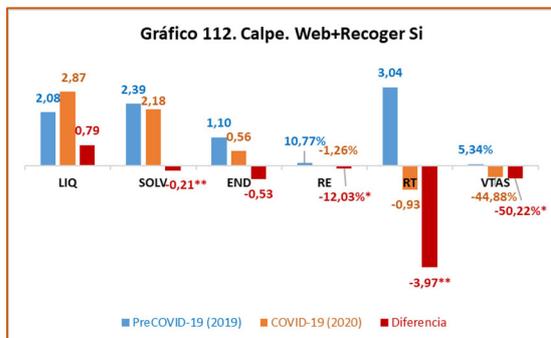
Conviene, además, resaltar que las ventas de los establecimientos sin web y servicio de recogida, ya habían experimentado una caída en PreCOVID, por lo que, la extraordinaria disminución de esta variable durante COVID, un 62,31% en su caso, ha tenido un efecto todavía más adverso, acrecentando las diferencias con las empresas con página web y servicio de recogida (Gráficos 110 y 111).





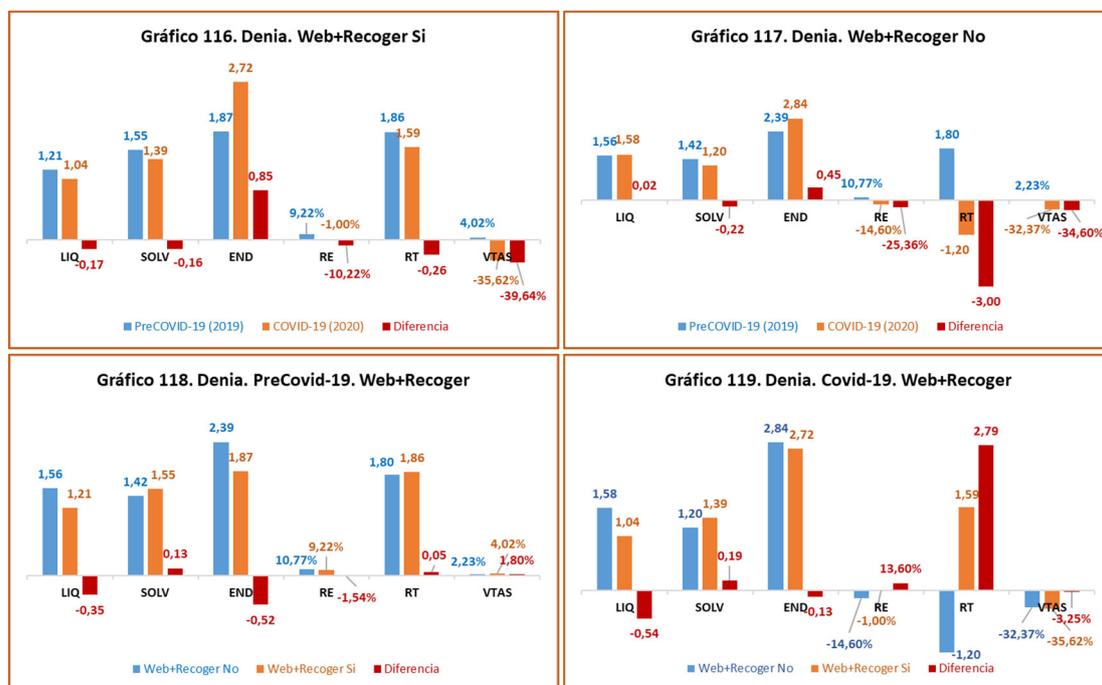
Calpe

En el municipio de Calpe, durante el periodo COVID, todas las empresas de restauración analizadas han aumentado la liquidez y han reducido su nivel de endeudamiento. El resto de indicadores han experimentado una evolución negativa, si bien, a excepción de la variación de las ventas, los datos son menos desfavorables en las empresas con página web y servicio de recogida en el establecimiento (Gráficos 112 y 113). La caída de las ventas, ha sido un 1,27% mayor en estos establecimientos, pese a que en el período PreCOVID, fue, al contrario, ya que se incrementaron un 3,09% más que en las empresas sin web y servicio de recogida (Gráficos 114 y 115).



Dénia

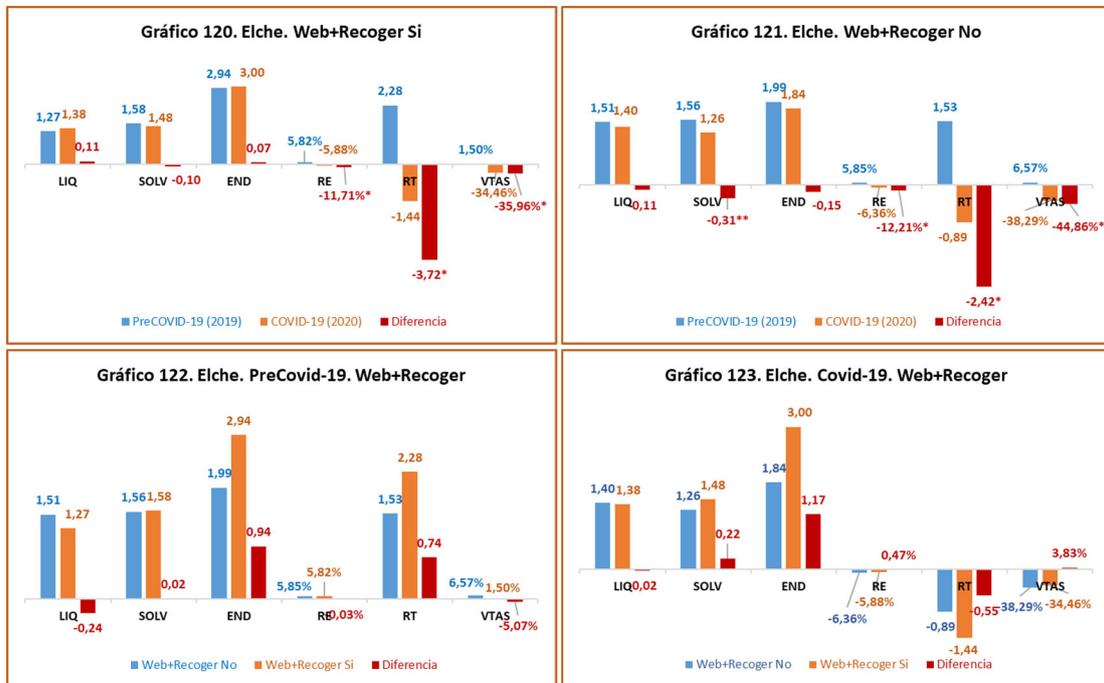
En los establecimientos de restauración del municipio de Dénia, se observa que, mientras los ratios de liquidez, endeudamiento y variación de ventas han tenido un peor comportamiento para las empresas con página web y recogida en local, la evolución del resto ha sido menos desfavorable (Gráficos 116 y 117). Quizás, el dato más destacable es el que proporciona el ratio de rentabilidad económica. En el período PreCOVID, la diferencia entre los grupos de empresas es de un 1,54% siendo mayor en los establecimientos sin página web y servicio de recogida, sin embargo, durante el COVID, la rentabilidad de estas empresas cae un 13,60% más que la de las que tienen página web y servicio de recogida (Gráficos 118 y 119).



Elche

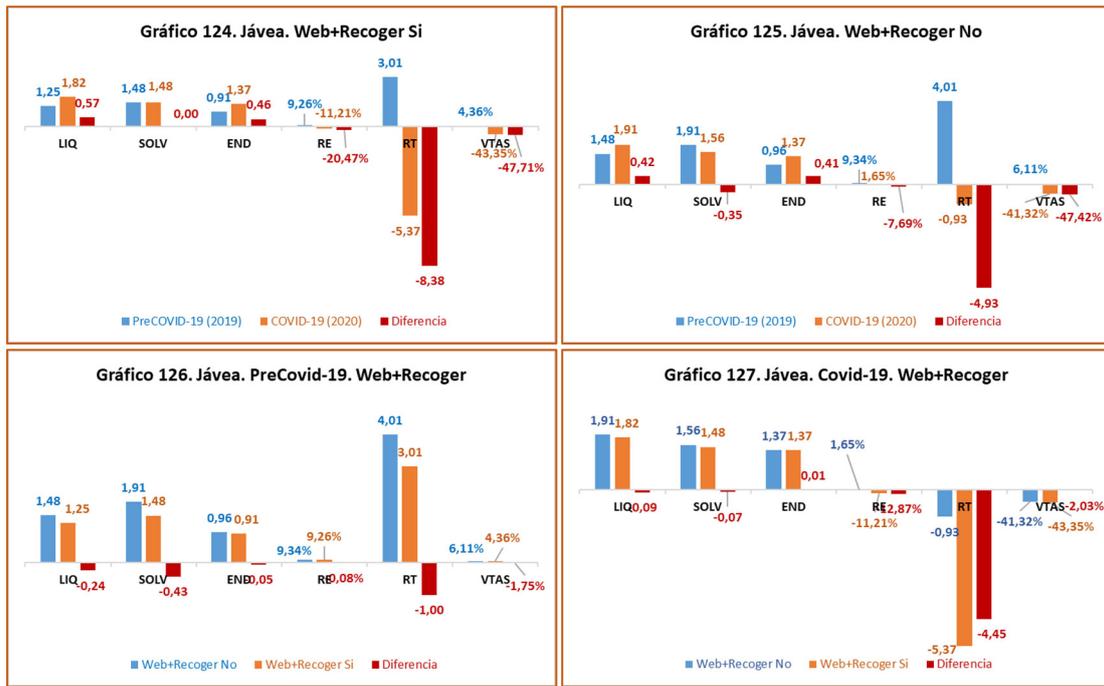
Por lo que respecta a las empresas de restauración de Elche, los ratios de los establecimientos con página web y servicio de recogida, también han tenido una mejor evolución durante el COVID que el resto de establecimientos. Solo la rentabilidad por trabajador ha tenido un comportamiento menos favorable en las empresas con página web y recogida en la pandemia, ya que se ha reducido en 3,72 puntos, mientras que en el resto de empresas el decremento ha sido de 2,42 puntos (Gráficos 120 y 121).

Otro punto es la comparación de los ratios de los dos grupos de empresas en cada periodo (Gráficos 122 y 123). De los datos se desprende que las que tienen página web y servicio de recogida, están más endeudadas, tienen menor solvencia y menor rentabilidad por trabajador en PreCOVID y en COVID que el resto de empresas.



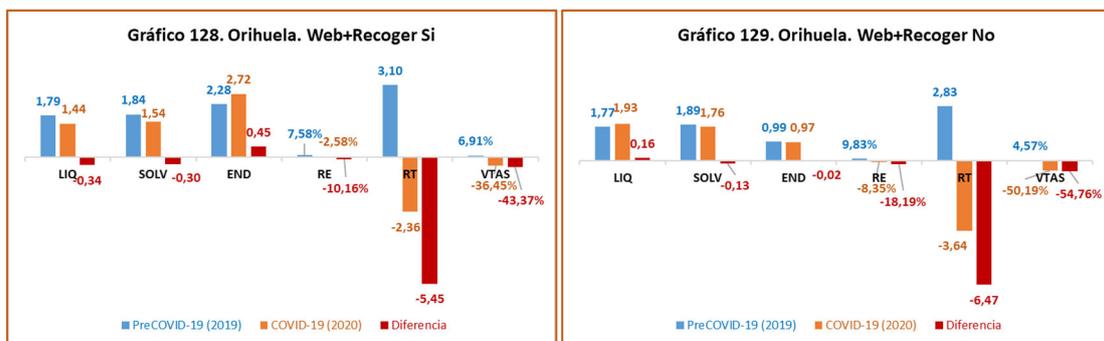
Jávea

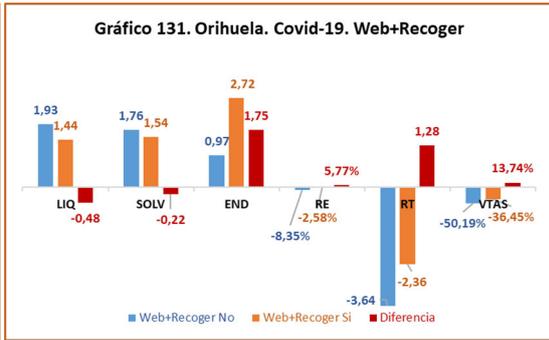
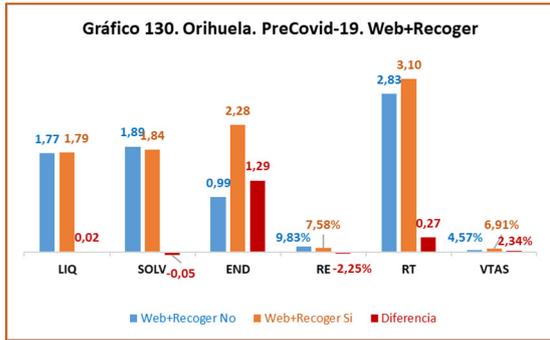
En el caso de Jávea, los resultados obtenidos de los ratios para las empresas de restauración señalan que, a excepción de la liquidez y la solvencia, el resto de ratios ha tenido un peor comportamiento durante el COVID en las empresas con página web y recogida. Por lo que concierne a la evolución de las ventas, prácticamente no hay diferencias entre ambos grupos de empresas (Gráficos 124 y 125). De la misma manera que, apenas hay diferencias entre los valores de liquidez, endeudamiento y rentabilidad económica que presentan todas las empresas tanto en el periodo PreCOVID como COVID (Gráficos 126 y 127). La mayor variabilidad procede del dato de la rentabilidad por trabajador.



Orihuela

En las empresas de restauración de Orihuela, al comparar la evolución de los ratios de los establecimientos con página web y recogida y del resto de establecimientos, se observa que los resultados son mixtos (Gráficos 128 y 129). Por un lado, los establecimientos con web y recogida, presentan peor evolución de los valores de liquidez, solvencia y endeudamiento. Pero a su vez, muestran una menor reducción de las ventas, de la rentabilidad económica y de la rentabilidad por trabajador. La principal discrepancia entre las empresas procede del mayor nivel de endeudamiento durante PreCOVID y COVID en los establecimientos con página web y recogida y, la menor variación de las ventas en COVID en este mismo grupo (Gráficos 130 y 131).

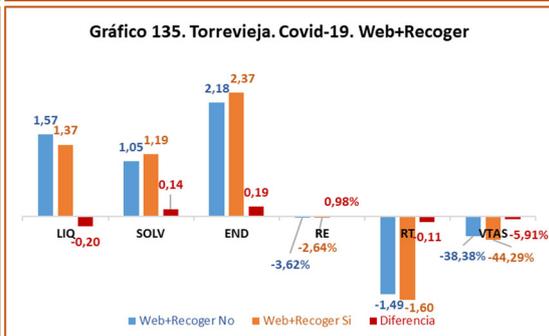
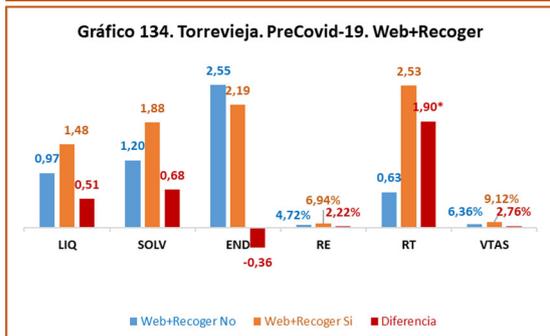
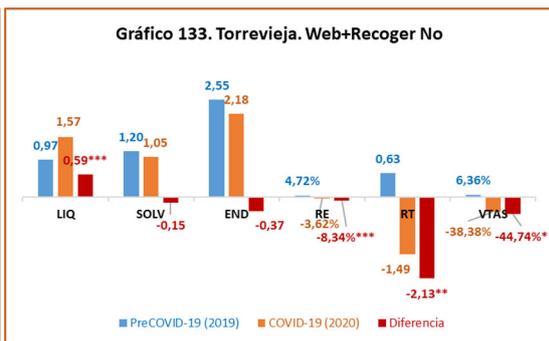
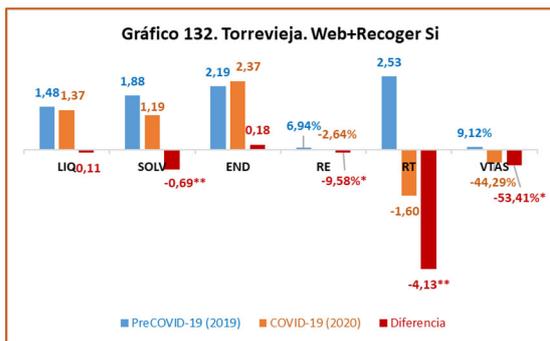




Torre Vieja

Centrándose ahora en los ratios de los establecimientos de restauración de Torre Vieja con y sin página web y recogida en el establecimiento, es de destacar que todos los ratios han tenido una peor evolución en las empresas con página web (Gráficos 132 y 133). La liquidez ha aumentado menos y el resto de ratios han tenido un deterioro mayor.

No obstante, observando el desempeño de ambos grupos de empresas en los dos periodos estudiados (Gráficos 134 y 135) se advierte que, si bien durante el PreCOVID las empresas con página web y servicio de recogida en local presentan mejores valores en todos los ratios, durante el COVID la situación se invierte y, excepto la solvencia y la rentabilidad por trabajador, todos los demás ratios son mejores en las empresas sin página web y recoger.

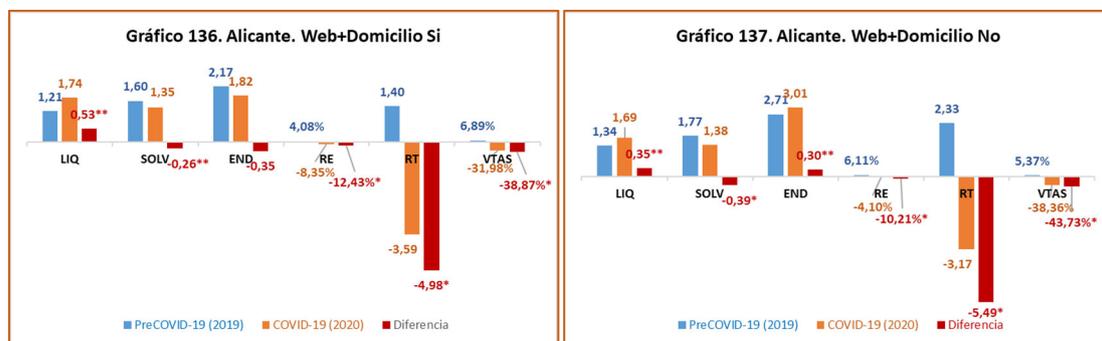


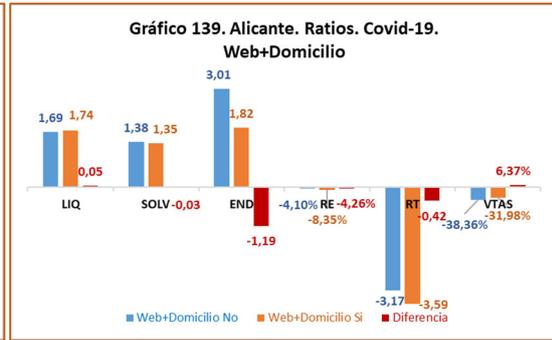
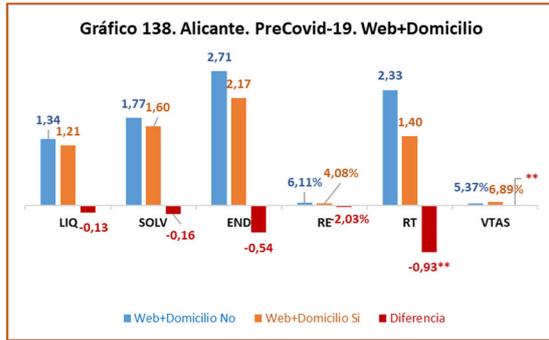
4.3. Página Web y Servicio a Domicilio

En el estudio correspondiente a los establecimientos de restauración que, además de tener página web, prestan servicio de entrega a domicilio en comparación con los que no lo hacen, señalar que, en algunos municipios, tal y como se mostró en los Gráficos 64 a 71 dado que no está muy extendida esta opción, el escaso número de empresas, o incluso su ausencia, no permite efectuar el análisis de los ocho municipios de la provincia de Alicante estudiados. De ahí que únicamente se analizarán aquellos municipios con un número mínimo de cinco establecimientos con página web y servicio de entrega a domicilio. En atención a esta consideración, se analizarán los municipios de Alicante, Dénia, Elche, Jávea y Torrevieja.

Alicante

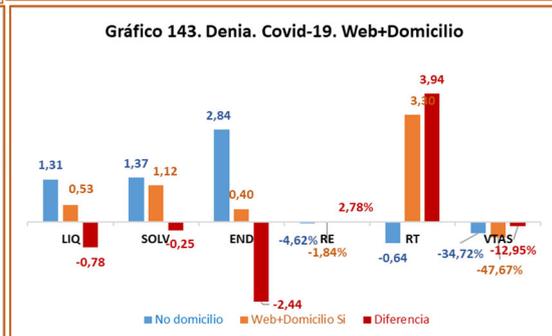
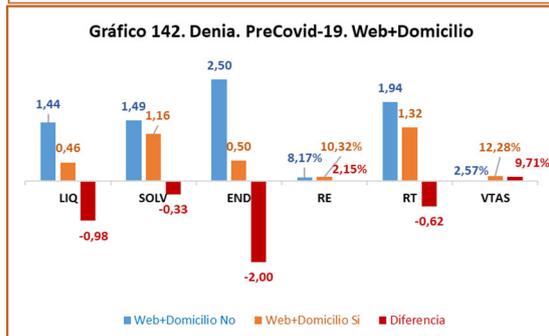
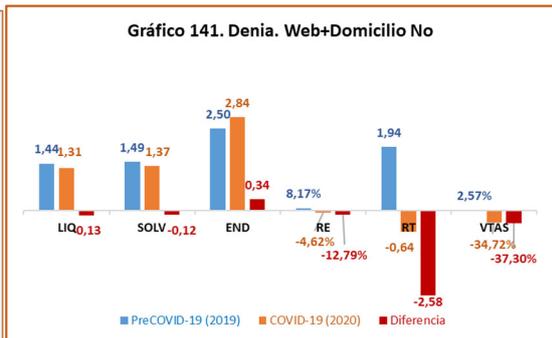
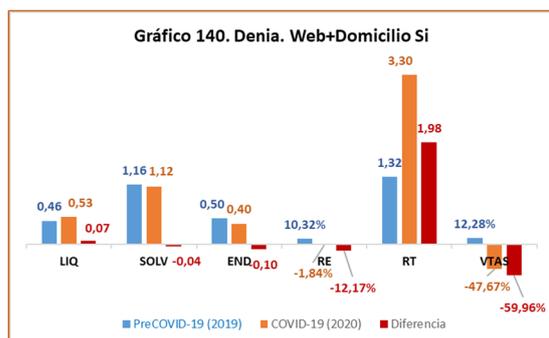
Con relación a las empresas de restauración del municipio de Alicante, hay que señalar que, a excepción de la liquidez, el resto de ratios han tenido un mejor comportamiento para las empresas con página web y recogida en el establecimiento, dado que su detrimento ha sido menor que en las empresas sin página web y recogida a domicilio (Gráficos 136 y 137). En cambio, al comparar los dos grupos de empresas en cada uno de los periodos analizados, se comprueba que los valores de los ratios de las empresas con página web y servicio a domicilio durante PreCOVID y COVID muestran resultados mixtos (Gráficos 138 y 139). Por un lado, tienen menos solvencia, menos rentabilidad económica y menos rentabilidad por trabajador que el resto de empresas en los dos periodos; y, por otro lado, su desempeño respecto al endeudamiento y la variación de las ventas es mejor en ambos periodos.





Dénia

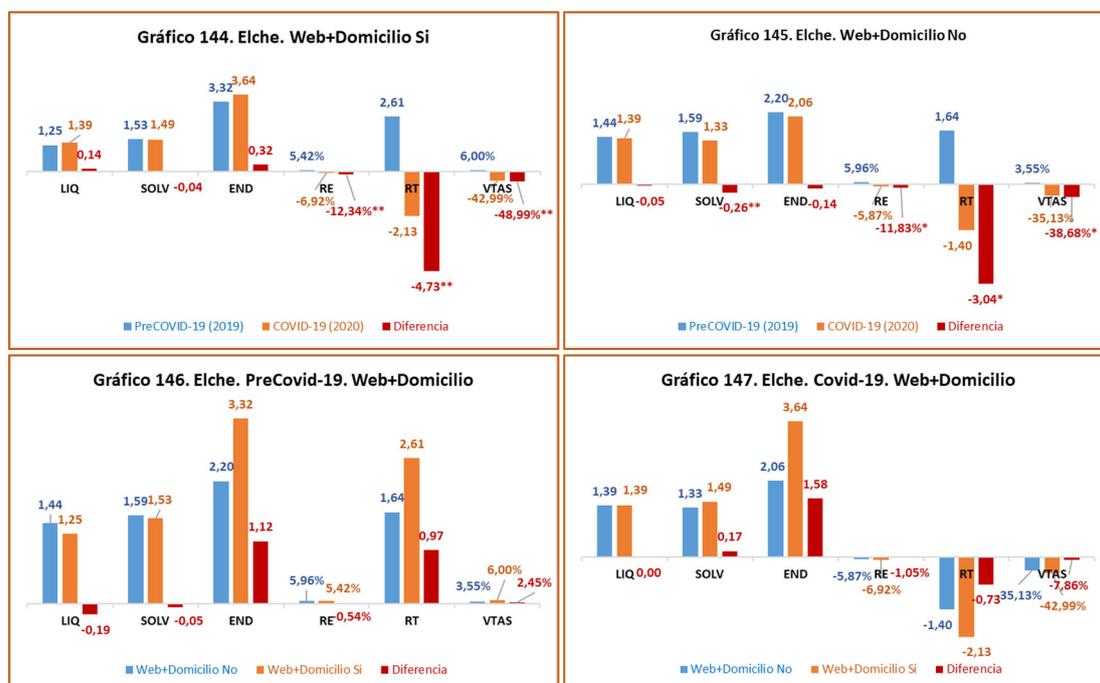
En el caso de los establecimientos de restauración del municipio de Dénia, de forma similar a lo que sucede en otros municipios, las empresas con página web y servicio a domicilio se han adaptado mejor a la situación de las crisis del COVID (Gráficos 140 y 141). En este caso, todos los ratios han evolucionado mejor, pese al deterioro que han experimentado. Incluso, hay indicadores que han mejorado, como son la liquidez y, particularmente, la rentabilidad por trabajador. Ahora bien, si se compara el desempeño de los dos grupos de empresas durante PreCOVID y en COVID, salvo el endeudamiento y la rentabilidad económica en ambos períodos, la variación de ventas en el periodo PreCOVID y, la rentabilidad por trabajador durante el COVID, los valores del resto de ratios son peores en las empresas con página web y entrega a domicilio (Gráficos 142 y 143).



Elche

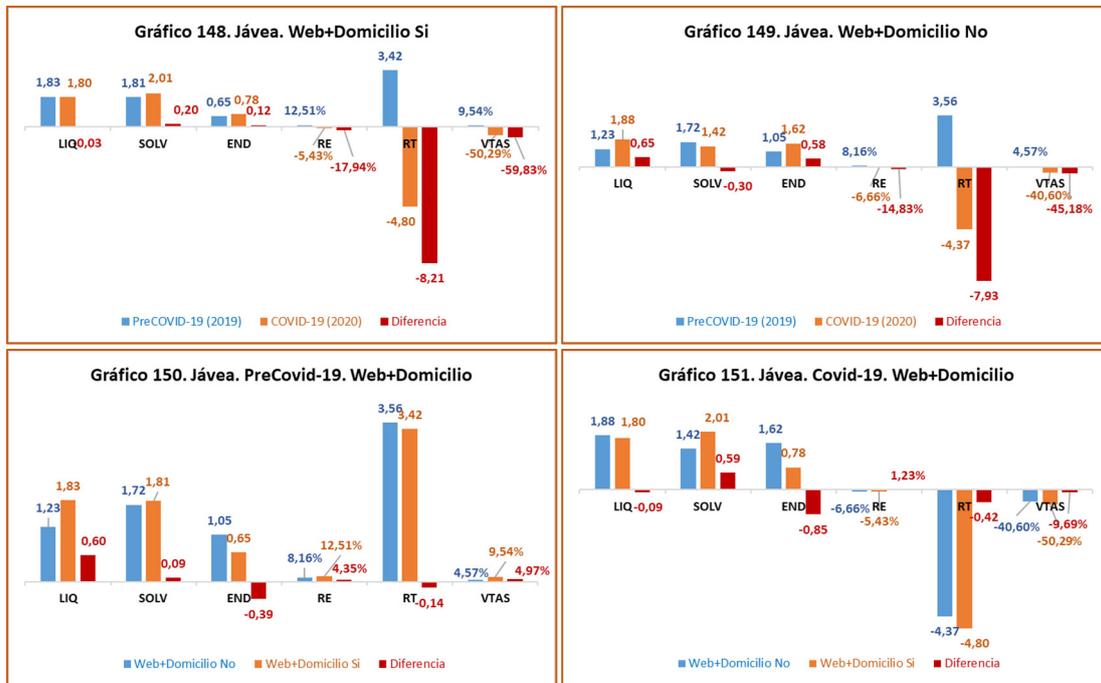
En Elche, los ratios de los establecimientos con página web y servicio a domicilio han tenido, en general, una peor evolución. Durante el COVID, este tipo de empresas han aumentado el nivel de endeudamiento, reducido la rentabilidad económica, la rentabilidad por trabajador y las ventas, más de lo que lo han hecho el resto de establecimientos (Gráficos 144 y 145). Aunque, ciertamente, han mejorado en liquidez y solvencia.

Si se valora la situación de unas y otras empresas en cada periodo (Gráficos 146 y 147), se observa que las variables que mayores discrepancias presentan entre ambos tipos de empresas son el endeudamiento y la rentabilidad por trabajador. Las empresas con página web y servicio a domicilio presentan mucho más endeudamiento en los dos periodos y, mientras que la rentabilidad por trabajador es positiva y casi 1 punto superior durante PreCOVID en estas empresas, en el ejercicio siguiente, durante COVID, la situación se invierte. La rentabilidad por trabajador pasa a ser negativa y el valor es mayor en las empresas con página web y servicio a domicilio. También es destacable, la mayor caída de las ventas durante COVID en las empresas con página web y servicio de entrega a domicilio en la pandemia.



Jávea

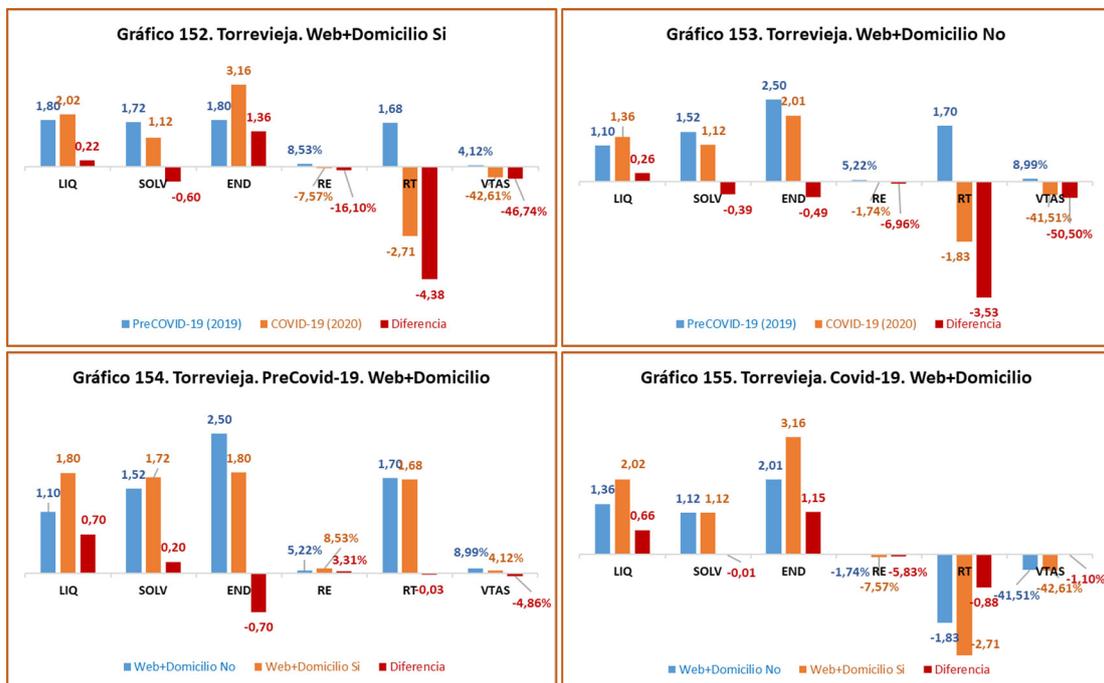
Los indicadores de las empresas de restauración de Jávea, revelan, excepto los ratios de solvencia y endeudamiento, una peor evolución en los establecimientos con página web y servicio a domicilio (Gráficos 148 y 149). Sin embargo, al comparar cada grupo de empresas durante los dos periodos analizados, salvo las rentabilidades durante PreCOVID y, la liquidez y la rentabilidad por trabajador durante COVID, el desempeño es mejor en las empresas con página web y servicio a domicilio (Gráfico 150 Y 151). Sobre todo, el reconocimiento de la digitalización y el servicio a domicilio como un factor que aumenta la competitividad se refleja en una variación menos negativa de las ventas (diferencia cercana al 10%) en las empresas que poseen estas características en comparación con el resto de establecimientos de restauración.



Torreveija

La crisis del COVID ha afectado más, también en Torreveija, a los establecimientos con página web y servicio a domicilio, ya que, excepto la variación de las ventas, todos los ratios muestran un deterioro superior al que presentan en el resto de establecimientos. En este sentido, resalta particularmente el incremento del endeudamiento en 1,36 puntos frente al decremento de 0,49 puntos en el resto de empresas (Gráficos 152 y 153). En

cuanto al desempeño de los dos grupos de empresas durante cada periodo, en PreCOVID (Gráfico 154), los establecimientos con página web y servicio a domicilio exhiben mejores valores en casi todos los ratios. Solo la rentabilidad por trabajador es ligeramente menor y, las ventas se incrementan en casi un 5% menos que en el resto de empresas. Por su parte, en COVID (Gráfico 155), el mayor deterioro de los ratios de las empresas con página web y servicio a domicilio hace que las diferencias con el resto de empresas se reduzcan, pasando en el caso de la rentabilidad económica y el endeudamiento a presentar peores valores que los que muestran el resto de empresas, si bien la variación negativa de las ventas es un 1,10% menor en estos establecimientos.

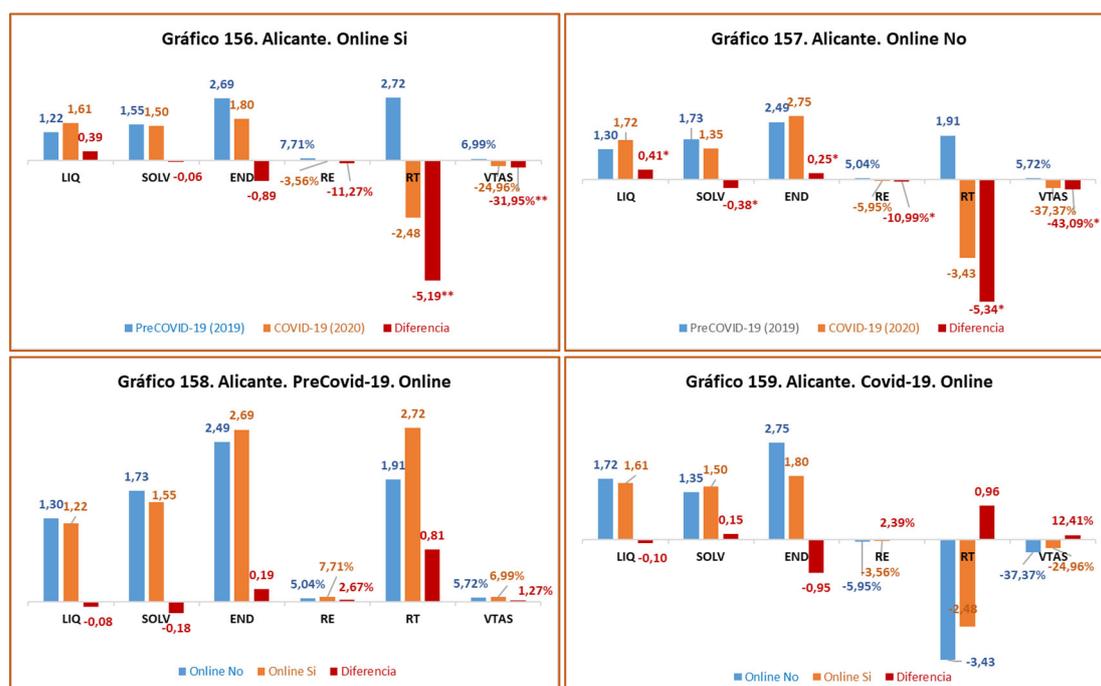


4.4. Página Web y Pedido Online

Siguiendo con el razonamiento realizado en el apartado anterior, esta categoría de clasificación no permite efectuar el análisis de los ocho municipios de la provincia de Alicante estudiados. Solo se analizan aquellos municipios con un número mínimo de cinco establecimientos donde se puede realizar el pedido a través de la web del establecimiento, además de servirlo a domicilio, cumpliendo este requisito únicamente el municipio de Alicante.

Alicante

Los establecimientos que permiten gestionar los pedidos a través de su propia web, y servirlos a domicilio presentan una mejor adaptación a las circunstancias sobrevenidas de la crisis del COVID. Excepto la liquidez y la rentabilidad económica, todos los ratios han tenido una mejor evolución en estos establecimientos (Gráficos 156 y 157). No obstante, durante el periodo PreCOVID, la liquidez, la solvencia y el endeudamiento tienen peores resultados en las empresas que permiten pedido online a través de su web (Gráfico 157). En el ejercicio económico siguiente, durante el COVID, solo la liquidez es levemente menor que la del resto de empresas (Gráfico 159). Conviene también resaltar que, mientras que en PreCOVID las ventas de las empresas con pedido online solo son un 1,27% superiores, durante el COVID, la fuerte caída de las ventas es un 12,41% menor en estas empresas.



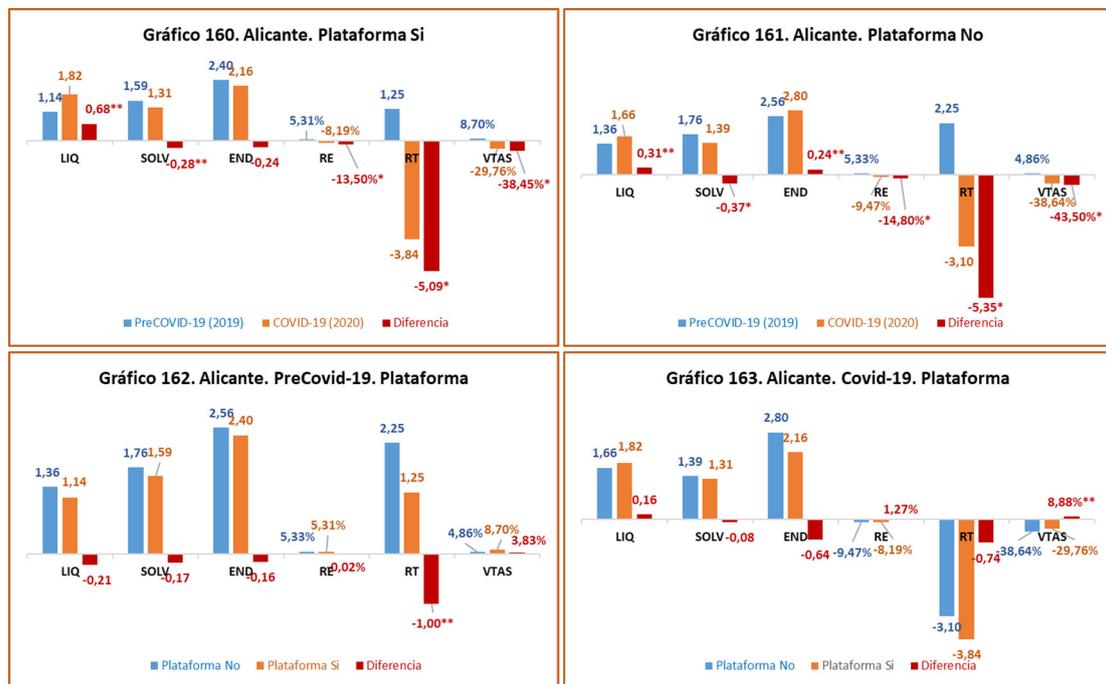
4.5. Plataforma para Pedido Online y Servicio a Domicilio

Para esta clasificación, únicamente se han considerado, por disponer de un mínimo de cinco establecimientos donde se puede realizar el pedido y su entrega a través de una plataforma, los municipios de Alicante, Elche y Torrevieja.

Alicante

Las empresas del municipio de Alicante que están integradas en alguna plataforma de pedidos online y entrega a domicilio muestran una mejor evolución durante el COVID en todos sus ratios. La liquidez ha aumentado (también en el resto de empresa, pero en menor magnitud) el endeudamiento se ha reducido y el resto de ratios han disminuido menos que en las empresas que no están en ninguna plataforma (Gráficos 160 y 161).

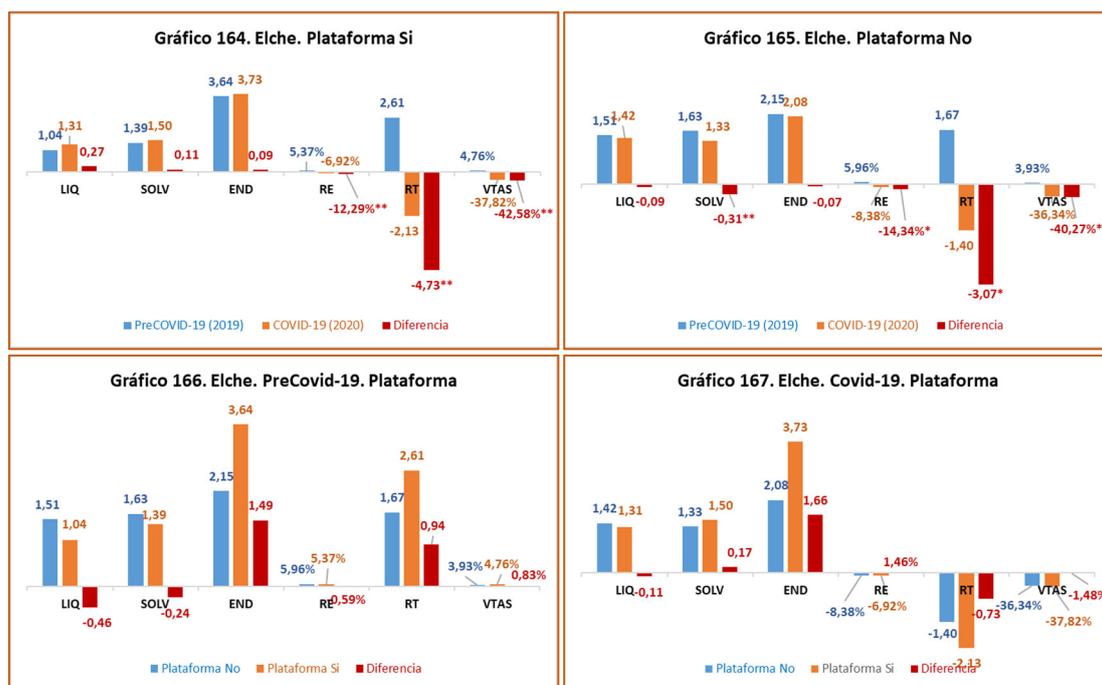
Sin embargo, en el periodo PreCOVID, la liquidez, la solvencia, la rentabilidad económica y la rentabilidad por trabajador de las empresas que están integradas en alguna plataforma es menor que la de las empresas que no disponen de este canal de ventas (gráfico 162). La variación de las ventas, ciertamente, fue algo mayor, pero tan solo registraron una diferencia de un 3,83% con respecto al resto de empresas. Pero, durante el COVID, estas plataformas han ayudado a que el impacto económico en las empresas fuese menor, de tal forma que, la variación de las ventas se ha reducido un 8,88% menos en las empresas integradas en plataformas, además de que presentan una liquidez y una rentabilidad económica mayor y están menos endeudadas (Gráfico 163).



Elche

Por lo que se refiere a la evolución de los ratios de los establecimientos de restauración de Elche, salvo la liquidez para todos los establecimientos, la solvencia en los establecimientos integrados en alguna plataforma de venta online y entrega a domicilio y, el endeudamiento en las empresas que no están integradas en plataforma alguna, el resto de ratios presentan peores valores en el periodo COVID (Gráficos 164 y 165).

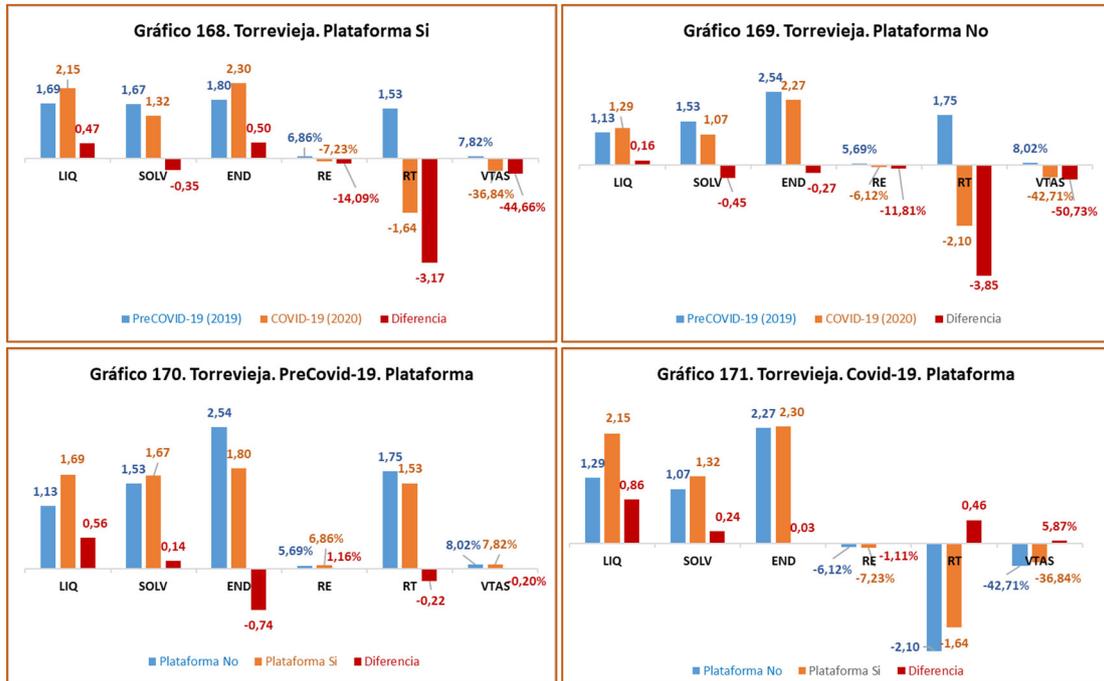
De todos modos, tal y como ponen de manifiesto los datos (Gráficos 166 y 167), durante PreCOVID y COVID los resultados que muestran los dos grupos de empresas son heterogéneos. Durante PreCOVID casi todos los ratios revelan mejores valores en las empresas que no están en alguna plataforma. Solo la rentabilidad por trabajador y la variación de las ventas es mayor en las empresas integradas en una plataforma, aunque la diferencia de este último indicador es inferior al 1% con respecto al resto de empresas. En el periodo COVID la situación es similar y solo los ratios de solvencia, rentabilidad económica y rentabilidad por trabajador son mejores en las empresas integradas en una plataforma. En el caso de las ventas, llama la atención que sean peores en estos establecimientos, aunque la diferencia en este periodo tampoco es muy elevada y, tan solo reflejan una caída del 1,48 % menos que en las empresas que no están en alguna plataforma.



Torre Vieja

Al abordar el análisis de las empresas de restauración del municipio de Torre Vieja (Gráficos 168 y 169), se observa que el endeudamiento y la rentabilidad económica han evolucionado peor en los establecimientos que están en alguna plataforma de pedido online y entrega a domicilio. Sin embargo, el resto de ratios han tenido un mejor comportamiento.

Además, la comparación de los dos grupos de empresas durante el PreCOVID, revela que, excepto la rentabilidad por trabajador y la variación de las ventas que son sutilmente superiores en las empresas que no están en alguna plataforma, todos los indicadores tienen mejores valores en las empresas que están integradas en alguna plataforma (Gráfico 170). Por su parte, durante el COVID, este último tipo de empresas está ligeramente peor en cuanto a endeudamiento y rentabilidad económica, pero para el resto de ratios también muestran un desempeño claramente mejor que las empresas que no utilizan una plataforma externa como canal de ventas (Gráfico 171).



5. CONCLUSIONES

Una vez examinados los efectos del COVID-19 sobre un total de 1.503 empresas de restauración pertenecientes a la provincia de Alicante, Valencia y Castellón, a modo de resumen, se extraen las conclusiones finales que se enumeran a continuación.

1. La tecnología está transformando las pautas de consumo que cada vez son más digitales, y marcando las tendencias de desarrollo económico de las empresas. En esta situación, los negocios de restauración deben alinear su estrategia hacia la digitalización de los procesos empresariales para mantener o ampliar su capacidad competitiva y asegurar su supervivencia en un entorno de transformación tecnológica global.
2. Tanto a nivel provincial como para los municipios de la provincia de Alicante de la muestra, existen diferencias significativas entre el porcentaje de establecimientos Web y Web+Recoger, con respecto a los Web+Domicilio, Pedido Online y Plataforma. Para las tres últimas, se ha constatado que el porcentaje de establecimientos incluidos es muy inferior, incluso llegando a ser cero en algunos municipios, con respecto a las dos primeras.
3. Como se ha indicado anteriormente, para las tres últimas agrupaciones, los porcentajes de los establecimientos de restauración son muy inferiores, llegando, en algunos municipios a no tener ninguno. Esta circunstancia que ha limitado el alcance del trabajo. Únicamente Alicante, Dénia, Elche, Jávea y Torrevieja presenta un número relevante de establecimientos Web+Domicilio. Alicante es el único municipio con suficientes empresas en Pedido Online. Y, solo Alicante, Elche y Torrevieja aparecen en Plataforma.
4. Una de las primeras medidas que, en materia de digitalización, se pueden adoptar es el desarrollo de una página web. A este respecto, aunque el número de establecimientos de restauración de la muestra que dispone de página web en las provincias de la Comunidad Valencia es superior a las que no tienen, se hace evidente que es insuficiente, siendo una medida que, en materia de digitalización, es una acción mínima a adoptar. A este respecto, la provincia de Valencia es la que cuenta con un mayor porcentaje de empresas digitalizadas, con un 68,29% de la

muestra, seguida de la provincia de Alicante, con el 61,13% Castellón, con solo el 53,26% de los establecimientos.

5. En un escenario caracterizado por restricciones a la movilidad y limitaciones horarias impuestas por las autoridades para evitar la propagación del COVID-19, los servicios de restauración de “comida para llevar” o “a domicilio” han sido una opción de consumo muy importante y, durante un tiempo determinado, la única posibilidad que han tenido los hosteleros de continuar manteniendo cierta actividad económica. Este tipo de servicios de consumo fuera del local complementados con herramientas digitales como una página web propia o, en su defecto, la incorporación a una plataforma de venta online y servicio a domicilio, constituyen un elemento diferenciador y, reducen la vulnerabilidad de las empresas a las perturbaciones de la demanda derivadas de una crisis como la del COVID-19.
6. En las tres provincias de la Comunidad Valenciana, casi con carácter general, las empresas que han implementado alguna de estas herramientas digitales (página web y/o plataforma de Delivery) y ofrecido servicios de consumo alternativos (a domicilio o para llevar) han experimentado una menor caída de las ventas que el resto de establecimientos. Pero, no solo las ventas se han comportado mejor en las empresas de restauración que se adecuan a estas condiciones de digitalización y servicios de consumo fuera del local, sino que también los otros indicadores económicos que se han estudiado (rentabilidad por trabajador y rentabilidad económica) muestran, en la mayoría de comparaciones que se han hecho, una mejor evolución en estas empresas.
7. Los ratios financieros analizados (liquidez, solvencia y endeudamiento) no revelan una ventaja tan clara en las empresas digitalizadas y que ofrecen servicio a domicilio o para recoger en el establecimiento en Alicante, Valencia y Castellón. Para el conjunto de empresas de cada una de las tres provincias, los datos han revelado mayoritariamente un incremento de la liquidez durante 2020, si bien ha sido en muchos de estos casos a costa de incurrir en más endeudamiento y perder solvencia. No en vano, aunque desde diferentes Administraciones públicas se han proporcionado ayudas directas a las empresas para paliar los efectos económicos del COVID-19, la financiación bancaria ha sido una solución a las necesidades de

liquidez de las empresas durante 2020.

8. El análisis segmentado por municipios pone de relieve que la situación de las empresas de los municipios de Alicante estudiados no es muy diferente a la que se ha expuesto para las provincias. Salvo alguna excepción, las empresas digitalizadas y que ofrecen servicios de comida a domicilio o para recoger en el local y las integradas en alguna plataforma de Delivery han sufrido menos la caída de ventas durante 2020 y, en general, los ratios económicos y financieros han evolucionado menos desfavorablemente. No obstante, ciertamente, a nivel de municipio, el desempeño de las empresas durante el periodo PreCOVID y COVID es más heterogéneo y los datos no admiten una interpretación tan concluyente como en el caso de las provincias.

En definitiva, de acuerdo con los resultados generales del estudio, la digitalización de las vetas mejora la capacidad de las empresas para enfrentar entornos complejos y de alta incertidumbre económica como el originado por la crisis del COVID-19. La utilización de las aplicaciones digitales y herramientas tecnológicas adecuadas mejoran la experiencia y satisfacción de los clientes, obteniéndose un mejor rendimiento empresarial. Por lo tanto, la recuperación y el crecimiento del sector de la restauración de la provincia de Alicante y del resto de la Comunidad Valenciana, pasa necesariamente por seguir avanzando en la transformación digital de las empresas.

DIGITALIZACIÓN Y DESEMPEÑO FINANCIERO DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN EN LA PROVINCIA DE ALICANTE

MEMORIA TÉCNICA

Según ha puesto de manifiesto el Instituto Nacional de Estadística (INE), uno de los sectores que más ha sufrido la falta de digitalización durante la COVID-19 ha sido el turismo. Tal y como ha evidenciado el Instituto de Estudios Económicos de la Provincia de Alicante (INECA), Alicante es una de las zonas geográficas donde, consecuencia de su dependencia, las empresas turísticas han soportado con mayor virulencia las consecuencias económicas de la crisis sanitaria. La inactividad que ha soportado se ha hecho patente, llegando a ser insostenible para muchas empresas, avocándolas al cierre en muchos casos

En concreto, dentro del sector turístico, la restauración ha sido una de las actividades más afectadas. Los diferentes escenarios durante la pandemia han supuesto el cierre o la limitación de su negocio. De ahí que la digitalización ha podido ser un factor determinante para que los establecimientos de restauración pudieran continuar con su actividad y así soportar mejor esta crisis sanitaria.

Así pues, el objetivo de este trabajo ha sido analizar si la digitalización de los establecimientos de restauración de Alicante ha repercutido en su actividad, tomando en consideración los diferentes escenarios de la pandemia.

Para alcanzar este objetivo se ha comparado la situación económica y financiera de una muestra con un nivel de significatividad del 95% y un error muestral del 1%, de establecimientos de restauración, atendiendo a las siguientes agrupaciones:

1. El periodo temporal previo y durante la pandemia. El periodo previo a la pandemia, Pre-COVID, se ha hecho corresponder con el ejercicio económico 2019, y el periodo durante la pandemia, COVID, con el ejercicio 2020

2. La digitalización del establecimiento de restauración y los diferentes escenarios de la pandemia han sido: disponer de página web, disponer de página web y servicio de recogida en el establecimiento, disponer de página web y servicio de entrega a domicilio, realizar el pedido a través de la página web y entrega a domicilio con sus propios medios y, utilizar una plataforma externa para hacer el pedido y la entrega en el domicilio.
3. Los ratios calculados para comparar la situación económica y financiera: liquidez, solvencia, endeudamiento, rentabilidad económica, rentabilidad por trabajador y variación de las ventas.
4. Provincias de la Comunidad Valencia. El estudio, aunque se ha centrado en analizar la provincia de Alicante, se ha extendido a las provincias de Valencia y Castellón. El número de establecimientos de restauración que han sido analizados por provincias asciende a 530 en Alicante, 697 en Valencia y 276 en Castellón.
5. Municipios de la provincia de Alicante. Para efectuar una mayor profundización en el trabajo y alcanzar una mayor relevancia, se ha segmentado el estudio por municipios: Alicante, Benidorm, Calpe, Dénia, Elche, Jávea, Orihuela y Torrevieja. El número de establecimientos de restauración que han sido analizados por municipios asciende a 96 en Alicante, 20 en Benidorm, 27 en Calpe, 41 en Dénia, 59 en Elche, 25 en Jávea y Orihuela y, 31 en Torrevieja.

Tomando en consideración lo anteriormente expuesto, el trabajo realizado ha permitido alcanzar los objetivos planteados, ya que, en términos generales, ha permitido constatar lo siguiente:

1. Tanto a nivel provincial como para los municipios de la provincia de Alicante de la muestra, existen diferencias significativas entre el porcentaje de establecimientos que “sí tienen página web” y “sí tienen página web y recogida en el establecimiento”, con respecto a los que “sí tienen página web y entrega a domicilio”, “el pedido se puede realizar a través de la página web y se sirven a domicilio” y “sí utilizan plataformas”. Para las tres últimas, se ha constatado que el porcentaje de establecimientos incluidos es muy inferior, incluso llegando a ser cero en algunos municipios, que para las dos primeras.

2. Ahora bien, aunque el número de establecimientos de restauración de la muestra que dispone de página web en las provincias de la Comunidad Valenciana es superior a las que no tienen, Valencia con un 68,29%, Alicante con el 61,13% y Castellón con un 53,26%, se hace evidente que es insuficiente, siendo una medida que, en materia de digitalización, es una acción mínima a adoptar por las empresas. En el caso de la clasificación, disponer de página web y recogida en el establecimiento, salvo para Valencia, donde el porcentaje es superior para los establecimientos incluidos en la misma, con un porcentaje del 58,54%, para Alicante con un 46,79% y Castellón con un 44,57%, son inferiores. En ambos casos, la situación es similar a nivel de municipios de la provincia de Alicante. Aunque aquí se observan diferencias muy significativas entre ellos.
3. Como se ha indicado anteriormente, para las otras tres clasificaciones, los porcentajes de los establecimientos de restauración son muy inferiores, llegando, en algunos municipios a no tener ninguno. Esta circunstancia que ha limitado el alcance del trabajo. Únicamente Alicante, Dénia, Elche, Jávea y Torrevieja presenta un número relevante de establecimientos que “sí tienen página web y entrega a domicilio”. Alicante es el único municipio con suficientes empresas en las que “el pedido se puede realizar a través de la página web y se sirven a domicilio”. Y, solo Alicante, Elche y Torrevieja aparecen en “sí utilizan plataformas”.
4. Sin entrar en detalle, en términos generales, los establecimientos de restauración que, tanto por provincias de la Comunidad Valenciana, como por municipios de la provincia de Alicante, disponen de página web, disponen de página web y servicio de recogida en el establecimiento, disponen de página web y servicio de entrega a domicilio, se puede realizar el pedido a través de la página web y entrega a domicilio y, utilizan una plataforma externa para hacer el pedido y la entrega en el domicilio, presentan valores superiores en los ratios económicos (rentabilidad económica, rentabilidad por trabajador y variación de las ventas), tanto durante el período PreCOVID como durante el COVID.

5. Además, de forma global, la evolución de los ratios financieros y económicos durante la pandemia ha sido mejor para estos establecimientos de restauración.
6. No obstante, también es de destacar que los ratios financieros en el periodo PreCOVID y COVID, no revelan un comportamiento tan favorable como los ratios económicos en dichos establecimientos de restauración.
7. El análisis segmentado por municipios pone de relieve que la situación de las empresas de los municipios de Alicante estudiados no es muy diferente a la que se ha expuesto para las provincias. No obstante, ciertamente, a nivel de municipio, el desempeño de las empresas durante el periodo PreCOVID y COVID es más heterogéneo y los datos no admiten una interpretación tan concluyente como en el caso de las provincias.

Para finalizar, aunque no se ha realizado la difusión de los resultados obtenidos, dada la relevancia de los mismos, existe la intención de elaborar y enviar artículos de investigación a revistas de internacionales de prestigio indexadas en Journal Citation Reports. Además, se presentarán comunicaciones a Congresos y Jornadas tanto nacionales como internacionales.