

USO DE APLICACIONES MÓVILES COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA EL SECTOR GASTRONÓMICO FRENTE A LA DECLARATORIA DE PANDEMIA DE COVID-19 EN BARRANQUILLA

Yarly Cecilia Reid García¹⁰
Fredys Padilla González¹¹
Wilfred Vilardy Naggles¹²



-
- 10 Administrador de empresas UNAD; especialista en Entornos Virtuales de Aprendizaje, Universidad de Panamá; magíster en Entornos Virtuales de Aprendizaje, Universidad Técnica Nacional de Costa Rica, filial Institucional UNAD. Correo: yarly.reid@unad.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3876-9718>
- 11 Contador público, especialista en Educación Superior a Distancia, magíster en Mercadeo, Candidato a magíster en Finanzas, doctor en Gestión de la Innovación Filial Institucional UNAD. Correo: fredys.padilla@unad.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9927-1585>
- 12 Economista y especialista en Gerencia de Empresas, magíster en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo, doctor en Ciencias Gerencias, posdoctor en Gestión en las Organizaciones y posdoctor en Gerencia Pública y Gobierno, filial Institucional UNAD. Correo: wilfred.vilardy@unad.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5201-6539>

**USE OF MOBILE APPLICATIONS AS A
COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE
GASTRONOMIC SECTOR AGAINST
THE DECLARATION OF PANDEMIC
COVID-19 IN BARRANQUILLA**



RESUMEN

Con el continuo aplazamiento de levantar la emergencia por la pandemia de covid-19, se aceleraron los cambios y la adaptación de los estilos de negocios en Colombia. A los empresarios, a raíz de esta declaratoria, les nació la necesidad de seleccionar diferentes alternativas que hoy fueran convenientes a la hora de tomar decisiones para subsistir en el futuro. La presente investigación tiene como objetivo conocer la importancia de las aplicaciones móviles como ventaja competitiva para el sector gastronómico de Barranquilla frente al covid-19. El estudio se realizó mediante investigación exploratoria con enfoque cualitativo descriptivo, utilizando datos secundarios relevantes como fuentes fundamentales para conocer las tecnologías digitales, el emprendimiento y las ventajas competitivas que presenta el emprendimiento digital. Los resultados mostraron que las tecnologías han facilitado la transformación de los negocios y los han convertido en aliados de los emprendedores o innovadores digitales o de los que tienen lo digital como soporte de su proyecto, en especial el sector gastronómico. Se concluye que este sector es uno de los que más generan ingresos a la economía del país, y en especial Barranquilla. Antes de la declaratoria de emergencia, era casi imposible pensar que las empresas del sector gastronómico, como los restaurantes, restaurantes a la carta y de comidas rápidas, además de cafeterías y bares, pudiesen llegar a ser competitivas sin involucrar a las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), como parte integral de la planificación estratégica para alcanzar una visión empresarial que fuera rápida y eficiente.

PALABRAS CLAVE: competitividad, pandemia, aplicaciones móviles, emprendimiento, tecnología, sector gastronómico.



ABSTRACT

With the continuous postponement of the lifting of the declaration of emergencies due to the covid-19 pandemic, the change and adaptation of business styles in Colombia accelerated, as a result of this declaration of covid-19 pandemic, entrepreneurs were born a clear need to select different alternatives that were convenient when making decisions today, to survive in the future. The objective of this presentation is to know the importance of the use of mobile applications as a competitive advantage of the gastronomic sector in the face of the declaration of the covid-19 pandemic in Barranquilla. The study was carried out through exploratory research with a descriptive qualitative approach using relevant secondary data as fundamental sources to understand digital technologies, entrepreneurship, and the competitive advantages that digital entrepreneurship presents. The results showed that technologies have facilitated the transformation of businesses and have turned them into allies of entrepreneurs or innovators related to the digital field, or who have digital as the support of their project, especially in the gastronomic sector. It is concluded that the gastronomic sector is one of the sectors that generate the most income for the country's economy and especially in the city of Barranquilla, before the emergency declaration, it was almost impossible to think that companies in the gastronomic sector such as restaurants, à la carte and fast food restaurants, as well as cafeterias and bars, could become competitive without involving ICTs (Information and Communication Technologies) as an integral part of strategic planning to achieve the business vision quickly and efficiently.

KEYWORDS: competitiveness, pandemic, mobile applications, entrepreneurship, technology, gastronomic sector.

INTRODUCCIÓN

Gracias al rápido y continuo cambio que ha tenido el entorno, hoy existe para los empresarios la necesidad de tomar decisiones de acuerdo con la selección de alternativas que le sean más convenientes para tener éxito en el futuro. En este mundo cambiante, la aspiración de las empresas del sector gastronómico es llevar a cabo de forma eficiente el uso de aplicaciones móviles soportadas por las TIC, ya que actualmente la forma de ser competitivo y hacer negocios no es la misma de hace algunos años. Actualmente, este sector se encuentra afectado por el continuo aplazamiento del levantamiento de la declaratoria de emergencia por la pandemia de covid-19, lo que ha hecho esto cada vez más influyente.

Hablar hoy del sector gastronómico de Barranquilla es igual a hablar del uso de aplicaciones móviles. Son muchas las que encontramos en el mercado (Rappi y Food, entre otras) que han cambiado las reglas del juego. Internet les ha permitido a las aplicaciones móviles y al sector gastronómico comenzar a vender con muchos menos recursos y a la vez gestionar su negocio sin ninguna necesidad de comprar, tomar en arriendo un local o vender productos físicos. Las aplicaciones móviles han echado abajo muchas barreras de compras.

Igualmente, han habilitado tanto instrumentos para la mejora en la eficiencia como para la optimización de los procesos (canales de distribución), especialmente, y con mucho impacto, en la innovación de los modelos de negocio.

Así mismo, en estos tiempos de incertidumbre la globalización de la economía está presionando y obligando a las organizaciones a incorporar urgentemente las aplicaciones móviles y las metodologías que ayudan a las empresas del sector gastronómico de Barranquilla a crear un entorno favorable que les permita cumplir con sus expectativas y logros y también ser competitivos. En otras palabras, el uso de las aplicaciones móviles, como ventaja competitiva para el sector gastronómico, se ha convertido en la herramienta imprescindible para afrontar en Barranquilla la pandemia de covid-19.

Sin embargo, la incorporación de las TIC en la estrategia empresarial debe seguir lineamientos para no tener fracasos en el futuro, además es indispensable tener en cuenta la digitalización tecnológica y otros elementos significativos, como son los

procesos de negocio y las personas. En efecto, cuando las empresas del sector gastronómico alinean estos tres elementos, llega de forma estratégica y exitosa a un mercado competitivo.

Como concepto de los autores de este trabajo, el uso de las aplicaciones móviles con la incorporación de las TIC se ha convertido en una estrategia para mejorar el posicionamiento en tiempos de covid-19 del sector gastronómico de Barranquilla, como apoyo al proceso de control y gestión para mitigar la incertidumbre y superar las expectativas frente al mercado competitivo.

Por lo tanto, para el desarrollo de la presente investigación es necesario formular el objetivo y conocer la importancia del uso de las aplicaciones móviles como ventaja competitiva para el sector gastronómico frente a la pandemia de covid-19 en Barranquilla.

CONTENIDO

EMPRENDIMIENTO DIGITAL

Se encuentra vinculado con las prácticas de trabajo que usan tecnologías digitales como las TIC, y la expresión inicial que se podría sugerir sería la de “emprendimiento digital”. Este concepto, utilizado por varias instituciones, no ha tenido mucha expansión en el lenguaje de la literatura sobre empleo y mercados laborales. La Comisión Europea la define como: “El uso inteligente de tecnologías digitales entre las empresas europeas para crear nuevas oportunidades de negocios y acelerar la transformación del paisaje de negocios europeo” (*Digital Entrepreneurship: European Commission*, 2016).

Para enero de 2013, la misma Comisión Europea recalca su versión “aceptada” para la definición de emprendimiento digital, esta dice: “El emprendimiento digital abarca todas las nuevas empresas y la transformación de las empresas existentes que impulsan el valor económico o social creando y utilizando nuevas tecnologías digitales.” Sin embargo, existe una definición más clara y se puede ver en la página web

de la Universidad en línea Cegos, que la enuncia como “Aquel que realiza sus tareas generalmente en medios digitales y canales relacionados con la tecnología. [...] Estos emprendedores muchas veces utilizan exclusivamente el medio digital para ejercer sus tareas y ofrecer sus servicios o productos.” (“¿Qué es el emprendimiento digital?,” 2016).

Pero existe aún una definición más clara, y es la que se encuentra en uno de los sitios web más reconocidos y usados por emprendedores digitales: *Copyblogger*, que en una de las principales páginas sobre redacción publicitaria en la actualidad digital, se encuentra la definición en el artículo “*Are you a digital entrepreneur?*”, que dice así: “Los empresarios digitales son empresarios enfocados exclusivamente al comercio digital, y el comercio digital es ‘un subconjunto del comercio electrónico utilizado para delinear empresas que crean productos y servicios digitales que son comercializados, entregados y soportados completamente en línea’” (Jaramillo, 2016).

Así mismo, lo definido por Morris es contundente y acorde con idea del emprendimiento que antes se había planteado, y esto se debe a que es una versión creada teniendo como punto de partida la experiencia de desempeñarse en el medio.

De acuerdo con lo anterior, el emprendimiento digital se puede definir como aquel que, existiendo oportunidades que no se han explotado o la posibilidad de introducir innovaciones en un mercado, tiene la capacidad de organizar un plan basado en estrategias digitales, las cuales permiten formular ganancias o la consecución de un objetivo no monetario.

Desafíos de los emprendimientos digitales: Hoy en día, las empresas caracterizadas como emprendedoras digitales, el caso de las aplicaciones móviles, necesitan tener formación de emprendedores, es decir, un adiestramiento orientado a mejorar sus conocimientos y habilidades en el ámbito del *marketing* digital.

Aparentemente, cualquier emprendedor puede tener la facilidad de constituir un negocio de la nada; no obstante, lo cierto es que muchos emprendimientos que se encuentran en internet y en las redes sociales fracasan por no tener conocimientos de organizaciones ni contar con una estrategia competitiva, y abandonan sus grandes esfuerzos a corto plazo (menos de un año). Estudios recientes de la Cámara de Comercio de Bogotá demuestran que no todas las empresas de base emprendimientos digitales que están constituidas son rentables, y que siempre existen riesgos que están ahí, pues aunque un emprendedor digital no tenga que invertir un alto capital, sí es necesario hacer algunas inversiones para tener éxito y avanzar.

De igual forma, se establece que los costos generados en anuncios digitales y la utilización de herramientas de pago para analizar o gestionar el negocio y la compra de servicios digitales suponen un costo que es significativo, por lo que es de gran importancia que la estrategia competitiva de las empresas del sector gastronómico se oriente a conseguir resultados y fortalecer el negocio lo antes posible para continuar con su inversión.

Se debe tener en cuenta que el internet posibilita la consecución de clientes en otros países, pero también existe la posibilidad de una mayor competencia. Las empresas de aplicaciones móviles en línea a diario enfrentan los mismos problemas de la internacionalización, en la que se encuentran las empresas del sector gastronómico que no están en la era de las aplicaciones móviles.

De igual forma, hay otro desafío y es la necesidad de formación, ya que existe en internet mucha información que no está reglada y no es fiable. Muchos datos se refieren una y otra vez sin que se haya contrastado con otras opiniones alternas; es por ello por lo que la formación en el uso de aplicaciones móviles, como ventaja competitiva para el sector gastronómico, debe ser continua y especializada para el empresario, ya que todas las personas, aunque conozcan de internet, no tienen habilidades digitales ni tienen la capacidad para dirigir un negocio y ser competitivos.

COMPETIR EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En el mundo empresarial la competitividad es concebida como un fenómeno organizativo de la sociedad, que se relaciona como un comportamiento en el mercado que opera, mantiene e incrementa su participación a partir de nuevas estrategias competitivas. Así las cosas, en la mayoría de los casos depende de la rentabilidad, la posición competitiva, la productividad y la participación en el mercado interno y externo (Orozco-Rosas y Ahumada-Tello, 2010).

Por otro lado, la Real Academia Española (1992) define la competitividad como la capacidad de competir para la consecución de un fin.

Según Porter (1985), la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

Para otros autores como Ivancevich y Lorenzi (1997), la competitividad es cuando una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos.

La competitividad empresarial es un término muy utilizado en el contexto socioeconómico y político, que tiene incidencia en la forma de desarrollar cualquier iniciativa de negocio. El concepto de competitividad hace referencia a la excelencia, eficiencia y eficacia de una organización.

En tal sentido, los mercados se han vuelto altamente competitivos debido a su rápido crecimiento y constante cambio, pasando de simples a complejos, de estables a dinámicos, no importando el tamaño de las empresas que lo conformen (Gebauer *et al.*, 2011).

En años recientes, la consolidación de la era digital ha afectado la productividad de las organizaciones y los territorios. No solamente se han alterado las prestaciones y funcionalidades de los bienes y servicios producidos, sino que ha cambiado la estructura de los precios, en los que la lógica económica de la arquitectura de las cadenas de proveedores, las relaciones de las unidades productivas con el ecosistema, las competencias laborales y el perfil de los empleados y trabajadores han hecho que las organizaciones del sector gastronómico de Barranquilla hayan tenido que repensar estratégicamente sus ventajas competitivas frente a la emergencia de covid-19.

TECNOLOGÍA

Así mismo, en el mundo empresarial del sector gastronómico de Barranquilla, hoy por hoy el uso de aplicaciones móviles se encuentra ligado directamente a la tecnología, programas y plataformas, aplicaciones, generación de contenido a gran escala y todo un entorno cibernético que permite en tiempo real generar, presenciar y facturar globalmente para romper fronteras en tiempo y espacio.

Por consiguiente, para las empresas de emprendimientos de base tecnológica y digital, como es el caso del uso de aplicaciones móviles, deben tener conocimiento de las tecnologías existentes para que el alcance permita encontrar la forma más eficiente de utilizarlas, rentabilizarlas y aplicarlas en el tiempo. La factibilidad de la tecnología en el escenario de la creación de emprendimientos digitales, aplicaciones móviles, se vuelve vital para obtener el alcance y resultados esperados del emprendimiento Shapero (citado por Marulanda y Morales, 2016, p. 16).

METODOLOGÍA

El estudio se realizó mediante investigación exploratoria con enfoque cualitativo descriptivo, utilizando datos secundarios relevantes como fuentes fundamentales para conocer las tecnologías digitales, el emprendimiento y las ventajas competitivas que presenta el emprendimiento digital (uso de aplicaciones móviles), como ventaja competitiva para el sector gastronómico de Barranquilla frente a la declaratoria de pandemia de covid-19.

Como instrumento de recolección de información, se cuenta con una encuesta mediante el uso de un cuestionario aplicado a la muestra que representa la población objeto de estudio; entre ellos contamos con empresarios del sector gastronómico, comensales y usuarios del servicio. La técnica utilizada para el procesamiento y análisis de datos fue el método estadístico Alpha de Cronbach.

RESULTADOS

La primera claridad que debe tener el empresario del sector gastronómico de Barranquilla es el conocimiento de la visión, misión y valores corporativos; el rumbo que debe tomar su proyecto a futuro y definir cuál es la ventaja competitiva mediante la visión empresarial. Cuando tenga claro el destino, se aplica todo el conocimiento y las herramientas que se encuentran disponibles para posicionar la empresa y alcanzar competitividad antes que los demás.

De igual forma, la tecnología y la digitalización han marcado grandes diferencias competitivas empresariales en el mundo globalizado. La innovación tecnológica ha permitido que con el uso de las aplicaciones móviles muchas empresas del sector gastronómico de Barranquilla repunten frente a la pandemia de covid-19, y que se sientan al lado de las grandes que existen en el mundo. No obstante, también hay casos de empresas del sector que han fracasado debido a que no incluyeron la tecnología entre sus ventajas competitivas.

El entorno cambia muy rápido y la digitalización cada día se vuelve más influyente en la gestión de las empresas del sector gastronómico de Barranquilla. Todas las organizaciones necesitan tener clara la razón de ser de su empresa en el mercado. Por consiguiente, el uso de las aplicaciones móviles es considerado el corazón del negocio del sector gastronómico de Barranquilla, y son las características diferenciadoras las que las definen en el mercado altamente competitivo.

Dentro de la planificación estratégica de hoy en día, no se tienen en cuenta las concepciones antiguas de los planes complejos y rígidos, su elaboración y cumplimiento está en las herramientas que deben utilizar todas las empresas del sector gastronómico de Barranquilla, como son el uso de las aplicaciones móviles como ventaja competitiva frente a la declaratoria de pandemia de covid-19, ya que son flexibles de gestionar y de gran utilidad para la empresa. Igualmente, deben adaptarse al entorno cada vez más cambiante, competitivo y turbulento.

El uso de las aplicaciones móviles juegan un papel importante como ventaja competitiva frente a la declaratoria de pandemia de covid-19 de las empresas del sector gastronómico de Barranquilla, ya que gracias a la información que se obtiene mediante el procesamiento de datos o la investigación, estas se convierten en una ventaja competitiva para las comunicaciones. Las empresas del sector gastronómico tendrán la capacidad de anticiparse a los cambios de las variables externas, y podrán dirigir una buena planificación de acuerdo con las expectativas, en las que el uso de aplicaciones móviles se debe convertir en un objetivo empresarial.

INCORPORACIÓN DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR GASTRONÓMICO DE BARRANQUILLA

En el diseño y ejecución de las estrategias competitivas, las empresas del sector gastronómico de Barranquilla deben incorporar el uso de aplicaciones móviles como ventaja competitiva en este mundo cambiante. Ahora bien, deben hacerlo mediante los objetivos estratégicos que se planteen para alcanzar su visión trazada.

Las empresas del sector gastronómico de Barranquilla deben desarrollar una planificación estratégica integrando los conceptos y posibilidades del uso de aplicaciones móviles como ventaja competitiva. Para realizar esta integración se deben considerar dos enfoques: 1) el apoyo sistemático de tecnologías y la digitalización de los

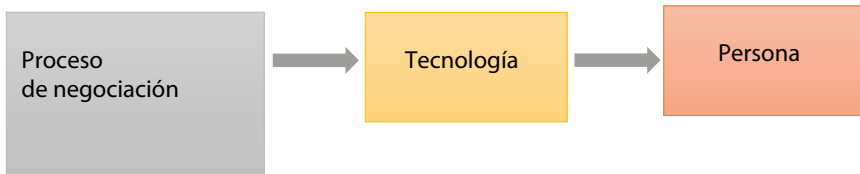
procesos de la empresa para mejorarlos de forma continua y hacerlos más eficientes (procedimiento de alineamiento), 2) el rediseño radical de los procesos de negocios (procedimiento en paralelo) (Andreu *et al.*, 1998).

Una de las razones del fracaso o el logro mediocre de resultados en la implementación de la tecnología es simplemente no haber escogido el enfoque correcto de acuerdo con la visión de la empresa o, habiendo escogido el enfoque correcto, usaron los elementos o ingredientes de las TIC en funciones que no aportan sustancialmente el uso de las aplicaciones móviles.

ELEMENTOS CLAVE PARA EL USO DE APLICACIONES MÓVILES

Dentro de las empresas del sector gastronómico de Barranquilla interactúan tres elementos que son claves e importantes para alinear, competir de manera exitosa y cumplir con la estrategia competitiva empresarial, estos elementos son (figura 1):

Figura 1. Elementos clave para uso de aplicaciones móviles



Fuente: Elaboración propia.

El uso de las aplicaciones móviles, como ventaja competitiva de las TIC, debe implementarse como un elemento fundamental para el mejoramiento continuo y competitivo, y como una adaptación al entorno para buscar la mayor productividad de los recursos humanos, y no como un criterio de novedad o modernidad. No se debe olvidar que las empresas del sector gastronómico de Barranquilla son un sistema social en el que interactúan personas, y la tarea de los directores es cuidar, respetar y modelar esta cultura dentro de ellas.

Las empresas del sector gastronómico de Barranquilla deben tener como objetivo el buen uso de las aplicaciones móviles con la utilización de las TIC, y establecerlas

como herramienta de competitividad en estos tiempos de incertidumbre, y también para la eficiencia en la gestión empresarial. Esto no será un proceso sencillo como tampoco económico, por lo tanto, es necesario hacer muchos esfuerzos en cada uno de los componentes empresariales, como es el de los recursos humanos de la empresa, a los que es fundamental la capacitación.

Por consiguiente, la forma de llegar exitosamente a la implementación de la ventaja competitiva es superando el desequilibrio que hay entre la tecnología, los procesos del uso de las aplicaciones móviles como ventaja competitiva en todos los procesos empresariales y la utilidad que tiene el uso de las TIC en su día a día, y demostrarlo a cada miembro de la organización.

DISCUSIÓN

Sin tener en cuenta el tamaño de las empresas del sector gastronómico de Barranquilla, en las que hay desde pequeños negocios hasta grandes multinacionales, la transformación digital se ha vuelto algo imprescindible en ellas. Esta transformación es un cambio cultural que ha motivado a las organizaciones del sector gastronómico a asumir desafíos constantes para su competitividad, buscando en las aplicaciones móviles una ventaja competitiva en todos los departamentos o áreas de sus negocios, transformando la forma en que la empresa opera y agrega valor a sus clientes y haciéndolas más competitivas.

Es necesario recordar que las empresas del sector gastronómico de Barranquilla, en los momentos de incertidumbre, se encuentran en diferentes momentos en el camino de la implementación de las aplicaciones móviles como ventaja competitiva. Una de las dificultades que han tenido que superar es la falta de visión para ejecutar estrategias competitivas. Sin embargo, los bares, las cafeterías, los restaurantes a la carta y los de comidas rápidas se encuentran en un buen camino hacia la transformación y el emprendimiento, aunque han tenido obstáculos difíciles como el presupuesto, la búsqueda de talento humano con conocimiento, la capacidad para competir y los cambios culturales.

Desde la declaratoria de la emergencia sanitaria, el concepto de transformación digital ha sido relativamente usual. Aunque la tecnología ha estado muy presente en nuestras vidas desde hace algunos años, el internet ha empezado a ganar acogida en el mundo por la forma en que las empresas interactúan con los clientes. Incluso, el cambio ha sido con sus propios empleados debido a la influencia de las aplicaciones en la actualidad. Estas nuevas aplicaciones móviles ofrecen una mayor ventaja competitiva, pues surgieron con ellos nuevos negocios, pero afectaron muchas empresas que cerraron sus puertas y, aunque tuvieran reconocimiento, desaparecieron por falta de innovación y uso de las aplicaciones móviles.

Actualmente, la digitalización está afectando nuestras vidas gracias a que ha modificado la forma de trabajar, de comprar, de educarse, de viajar, etc., por lo tanto, se gobierna y se vive según las aplicaciones móviles. En la publicación *Think with Google*: “En los últimos dos años, se han producido el 90% de todos los datos disponibles en el mundo. Y en los próximos dos, produciremos un volumen equivalente a todo el conocimiento generado por la humanidad hasta el día de hoy”.

La significativa introducción de las tecnologías digitales ha desembocado la creación de nuevos modelos de negocios, como también nuevos flujos de ingresos. Ejemplo de ello, es la tecnología artificial (IA), los archivos en la nube y el Internet de las cosas (IoT) que han acelerado considerablemente la transformación, mientras que las tecnologías, que inicialmente se conocían como la gestión y el análisis de datos, se han vuelto necesarias para analizar las grandes cantidades de información que son el resultado de la transformación digital.

Cuando se habla de transformación no solo se hace referencia a la tecnología, sino también a un trípode conformado por la contratación del recurso humano con conocimiento de innovación, el negocio y las tecnologías emergentes: IA e IoT y las tecnologías fundamentales: la gestión y análisis de datos.

Las empresas del sector gastronómico de Barranquilla siempre han visto la tecnología digital como una herramienta que le sirve de apoyo para mejorar su competitividad y productividad, en lugar de mirarla como un motor activo, y que está intrínsecamente vinculado con la innovación. Esta visión que tienen las empresas ha sido significativa a medida que el uso del internet, los dispositivos móviles y la conectividad se han convertido en algo más interconectado que da apoyo a las empresas en esta época de incertidumbre.

Con la llegada de la Cuarta Revolución Industrial, las empresas del sector gastronómico de Barranquilla han tenido más oportunidades de planificar detalladamente la demanda tecnológica y dar un buen uso a las aplicaciones móviles como ventaja competitiva. Así las cosas, han logrado elevar sus prioridades y han permitido que el emprendimiento digital se convierta en algo indispensable para la estrategia de su plan de negocios.

Según estudios elaborados por Kantar TNS, en colaboración con Google, aproximadamente el 70 % de los consumidores de países como Chile, México, Colombia y Perú hacen su consulta en la web antes de tomar cualquier decisión de compra, y un 93 % utilizan los navegadores en línea para contratar y adquirir productos y servicios, lo que indica lo extendido que está el uso del internet en estos países. Ya no se puede tratar el internet como un canal de *marketing*, pues en la actualidad los canales en línea es la forma más sencilla y económica de capturar a un gran público para que esté bien informado.

La mayoría de las personas que permanecen conectados hoy en día mediante las diferentes redes sociales se han convertido en un mercado potencial, que es considerado altamente rentable y expansivo para las empresas del sector gastronómico de Barranquilla, pues las aplicaciones móviles permiten penetrar los productos y servicios como ventaja competitiva y, a la vez, evaluar los modelos de compra de los clientes.

Esta transformación ofrece muchas ventajas y opciones, no solamente con el *marketing*, sino también la gestión el inventario, interacción con el cliente en tiempo real, mayor productividad, previsión financiera más fiable, toma de decisiones de negocio más asertivas y mejor reparto de recursos (Laurent *et al.*, 2018).

Cuando las empresas del sector gastronómico de Barranquilla combinan la tecnología y la innovación con los negocios digitales, apoyan la transformación digital, lo que da como resultado ventajas competitivas para su emprendimiento y ayuda a satisfacer las demandas de la economía digital que se encuentra en constante cambio.

REFERENCIAS

Digital Entrepreneurship: European Commission 2016.

Jaramillo, L. (2016). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. *Lumen*, 7, 6. Retrieved from <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

Gebauer, H. Gustafsson, A. y Witell, L. Competitive advantage through service differentiation by manufacturing companies. *Journal of Business Research*, vol. 64, pp. 1270–1280, 2011.

Ivancevich, J. y Lorenzi, P. (1997). *Gestión de calidad y competitividad*. 2da. Edición. McGraw-Hill.

Laurent Probst, Bertrand Pedersen, Olivia-Kelly Lonkeu, Christian Martinez-Diaz, y Lucas Novelle Araujo, PwC and, y Demetrius Klitou, Johannes Conrads, Morten Rasmussen, CARSA. 2017. (2018). «Digital Transformation Scoreboard 2017: Evidence of positive outcomes and current opportunities for EU business». European Commission. Directorate-General Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.

Marulanda Valencia, F. A. y Morales Gualdrón, S. T. (julio-diciembre de 2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela Administración y Negocios EAN* (81), 12-28.

Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva (Creación y sostenimiento de un desempeño superior)*. Editorial CECSA

Andreu, R. Ricart J. E., y Valor, J. (1998). *Estrategia y sistemas de información*. McGraw-Hill.

Orozco-Rosas, U. Ahumada-Tello, E. y Zárata, R. (2010). *Factores en el desarrollo de la competitividad: El modelo de competitividad sistemática en la industria del software en Baja California*. Global Conference on Business and Finance Proceedings, vol. 5.