



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.

**PROYECTO PARA TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autora:

Janina Brigitte Parrales Alejandro

La Libertad- Ecuador

2024

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024**”, Elaborado por la Sra. **Janina Brigitte Parrales Alejandro** egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Johnny Javier Reyes De La Cruz, MSc.
Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente trabajo de Titulación denominado “Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Santa Elena 2024”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Yo **Janina Brigitte Parrales Alejandro** con cedula de identidad número **0928570167**, declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Península Santa Elena

Atentamente



f _____

Parrales Alejandro Janina Brigitte

C.C No: 0928570167

Agradecimiento

Quiero expresar mi agradecimiento a Dios por permitirme seguir, a las personas que me ayudaron en este proceso de titulación, a la Ing. Sabina Villon por haberme guiado durante este periodo. A mis profesores que me han enseñado en el transcurso de toda la carrera, Al director de la carrera el Lic. José Xavier Tomalá Uribe por brindarnos ese apoyo a todos los estudiantes.

A mis familiares que me dieron fuerzas y apoyo para seguir estudiando, a las personas que realizaron mi encuesta y me ayudaron con la entrevista. A todas las personas que nunca dejaron de creer en mí.

A mis amigos por estar, ser ellos mismos y aconsejarme.

A mis estimados y estimadas: Ezequiel, Edwin, Katty, Emily y Valeria por ser amigos incondicionales, por haber estado en mis mejores y peores momentos, y apoyar siempre mis decisiones.

A mis compañeros con los que he compartido experiencias, trabajos grupales, paciencia y sabiduría.

Parrales Alejandro Janina Brigitte

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Mi mamá Glenda Alejandro, Mi Hermano Christopher Parrales, Mi Hermana Juana Parrales y Mi Abuelo Francisco Alejandro por todo el apoyo que me brindaron en mi etapa académica, por siempre estar cuando más lo he necesitado, por ser una inspiración para mí, por demostrarme que sin importar que puedo lograr mis sueños.

A mí misma, por demostrarme una vez más que sin importar los obstáculos puedo lograrlo y que una enfermedad no me define.

Parrales Alejandro Janina Brigitte

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ing. Flor María Villao Santos, MSc.
PROFESORA ESPECIALISTA

Ing. Johnny Javier Reyes De La Cruz, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESORA GUÍA DE UIC

Lic. Julissa González González
SECRETARIA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Índice

Introducción	13
Justificación	15
Teórica	15
Práctica.....	16
Idea a defender	16
Mapeo	16
Capítulo I: Marco Referencial	17
Revisión de la Literatura.....	17
Antecedentes internacionales.....	17
Antecedentes Nacionales	19
Desarrollo de teorías y conceptos	20
Herramientas digitales	20
Adopción tecnológica	21
Tasa de adopción tecnológica	21
Implementación de nuevas tecnologías	21
Importancia de las herramientas digitales.....	22
Aprovechamiento del uso de herramientas digitales	22
Inversión en tecnología.....	22
Identificación de las herramientas digitales	23
Tipos de herramientas digitales	23
Barreras para la implementación de herramientas digitales	25
Competitividad.....	25

Capacitación digital	26
Mejora competitiva a través de las herramientas digitales	26
Capacitación en línea	27
Innovación.....	27
Procesos de venta.....	28
Desarrollo de Habilidades.....	28
Calidad de servicio.....	28
Eficiencia en la atención.....	28
Satisfacción al cliente	29
Fundamentos legales.....	29
Capítulo II Marco Metodológico	31
Diseño de investigación	31
Método de la investigación.....	31
Población y Muestra	31
Recolección y procesamiento de datos	32
Capitulo III Resultados de la discusión	34
Análisis de encuestas	34
Análisis de la entrevista	50
Conclusiones.....	67
Recomendación.....	68
Referencias.....	69
Apéndice	74

Índice de tablas

Tabla 1 Edad	34
Tabla 2 Conocimiento sobre las herramientas digitales	35
Tabla 3 Uso de plataformas digitales.....	36
Tabla 4 Adopción de tecnologías digitales	37
Tabla 5 Importancia de la implementación de nuevas tecnologías.....	38
Tabla 6 Probabilidad de uso de plataformas digitales	39
Tabla 7 Preferencias de los clientes sobre notificaciones	40
Tabla 8 Utilidad de aplicaciones para realizar pedidos	41
Tabla 9 Barreras para la implementación de herramientas digitales	42
Tabla 10 Factores que determinan la competitividad en una panadería	43
Tabla 11 La capacitación del personal de una panadería en herramientas digitales.....	44
Tabla 12 Tipos de herramientas digitales	45
Tabla 13 Desarrollo de habilidades tecnológicas en el personal de las panaderías	46
Tabla 14 Factores importantes en una atención eficiente	47
Tabla 15 Mejora de servicio al cliente por medio de tecnología digital	48
Tabla 16 Preferencia de interacción de los clientes	49
Tabla 17 Matriz FODA.....	53
Tabla 18 Factores que han contribuido a la competitividad en el sector panadero en la comuna Cadeate	54

Índice de Figuras

Figura 1 Edad.....	34
Figura 2 Conocimiento sobre las herramientas digitales	35
Figura 3 Uso de plataformas digitales	36
Figura 4 Adopción de tecnologías digitales.....	37
Figura 5 Importancia de la implementación de nuevas tecnologías	38
Figura 6 Probabilidad de uso de plataformas digitales	39
Figura 7 Preferencias de los clientes sobre notificaciones.....	40
Figura 8 Utilidad de aplicaciones para realizar pedidos	41
Figura 9 Barreras para la implementación de herramientas digitales	42

Figura 10 Factores que determinan la competitividad en una panadería.....	43
Figura 11 La capacitación del personal de una panadería en herramientas digitales	44
Figura 12 Tipos de herramientas digitales	45
Figura 13 Desarrollo de habilidades tecnológicas en el personal de las panaderías.....	46
Figura 14 Factores importantes en una atención eficiente.....	47
Figura 15 Mejora de servicio al cliente por medio de tecnología digital	48
Figura 16 Preferencia de interacción de los clientes.....	49

Índice de Apéndice

Apéndice 1 Matriz de consistencia	74
Apéndice 2 Matriz de Operacionalización – Encuesta	76
Apéndice 3 Matriz de Operacionalización – Entrevista	80
Apéndice 4 Matriz de Operacionalización – Encuesta	82
Apéndice 5 Instrumento de investigación - Entrevista	85
Apéndice 7 Cronograma del proceso de elaboración de la tesis.....	88
Apéndice 8 Solicitud de validación del tema.....	89
Apéndice 9 Ficha y certificado de validación de instrumentos	90
Apéndice 10 Captura de base de datos recolectados en SPSS	94
Apéndice 11 Evidencias.....	95



Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024

Autora:

Janina Brigitte Parrales Alejandro

Tutor:

Ing. Johnny Javier Reyes De La Cruz MSc.

Resumen

En la comuna Cadeate reside una asociación de panaderías quienes gracias a sus esfuerzos ha logrado que su comunidad sea reconocida como “Capital del Pan” por medio de un evento anual, a pesar de su prestigio enfrenta desafíos significativos en su competitividad, ya que operan de manera independiente. La falta de herramientas digitales y la escasa presencia en línea han limitado su capacidad para atraer y fidelizar a sus clientes. Esta investigación plantea analizar como las herramientas digitales pueden mejorar la competitividad y el servicio al cliente de las panaderías. La metodología que se empleó fue deductiva con un enfoque mixto con el fin de comprender de manera más profunda los temas abarcados por medio de entrevistas y encuestas, de igual forma para la recolección y procesamiento de los datos se decidió usar software especializado en el proceso de datos. Los análisis muestran que, aunque las panaderías enfrentan desafíos como la falta de capacitación y recursos, han comenzado a utilizar redes sociales con el fin de mejorar su visibilidad. Como resultado final da a conocer un plan estratégico donde se recomienda tecnologías digitales que se adapten y que ayuden a en su mejora competitiva a las panaderías de esta comunidad.

Palabras clave: Herramientas digitales, competitividad, panaderías



Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024

Author:

Janina Brigitte Parrales Alejandro

Tutor:

Ing. Johnny Javier Reyes De La Cruz MSc.

Abstract

In the municipality of Cadeate resides an association of bakeries who, thanks to their efforts, have managed to have their community recognized as "Capital of Bread" through an annual event, despite their prestige, they face significant challenges in their competitiveness, since they operate independently. The lack of digital tools and low online presence have limited its ability to attract and retain its customers. This research aims to analyze how digital tools can improve the competitiveness and customer service of bakeries. The methodology used was deductive with a mixed approach in order to understand more deeply the topics covered through interviews and surveys, in the same way for the collection and processing of data it was decided to use specialized software in the data process. Analyses show that, although bakeries face challenges such as lack of training and resources, they have begun to use social networks in order to improve their visibility. As a final result, it announces a strategic plan where digital technologies are recommended that adapt and help the bakeries of this community in their competitive improvement.

Keywords: Digital tools, competitiveness and bakery.

Introducción

En la actualidad, las pymes presentan desafíos de adaptarse al mercado ya que se ha vuelto altamente competitivo. Hacerles frente a grandes empresas que cuentan con diversos recursos tecnológicos, personal capacitado y una mejor infraestructura se vuelve cada vez más lejano. Las herramientas digitales que muestran estas empresas les proporciona una multitud de beneficios en diversas áreas, desde una mejora en el proceso interno, administrativo hasta el alcance del mercado objetivo. El mercado de alimentos debido a que es un producto de primera necesidad se vuelve más competente que otras industrias, la adaptación es crucial para sobrevivir en un entorno donde abundan empresas con estos recursos.

Dentro del sector alimentario la competencia se vuelve más agresivo ya que los productos alimenticios son esenciales para la vida cotidiana, por lo que viven en constante demanda. Es aquí donde ingresan las panaderías ya que ofrecen productos que son consumidos en el mercado a nivel mundial. Sin embargo, a pesar de tener una alta demanda les cuesta mantenerse dentro debido a la falta de recursos comparables a las grandes industrias panaderas que se dedican a la fabricación en masa de estos alimentos. Dado el caso de las panaderías de la comuna Cadeate que enfrentan estos desafíos. La clave de la supervivencia de estos emprendimientos puede residir en adoptar tecnologías para mantenerse en el mercado competitivo. La investigación a presentar tiene algunos temas interesantes que pueden ayudar a emprendimientos que se dedican a dicha actividad, ya que la implementación de herramientas digitales en dichos emprendimientos donde la digitalización está transformando todas las industrias, las panaderías locales pueden ser parte de esto y a su vez beneficiarse al adoptar las tecnologías digitales.

La mejora competitiva es un tema de gran impacto ya que todas las empresas que se encuentran en el mercado buscan constantemente formas de superar a su competencia y maximizar la eficiencia operativa. Sin embargo, la adopción de estas tecnologías no está exenta de desafíos que requieren una inversión significativa de tiempo, capacitación del personal y adaptación de los procesos empresariales. Identificar cuáles son las herramientas que se pueden llevar a cabo dentro de este tipo de negocios puede ser un reto y algo necesario ya que por medio de esta se puede aumentar una mayor cuota de mercado.

La mejora competitiva a través de las herramientas digitales es un proceso complejo pero necesario para el éxito de las empresas del siglo XXI. Las organizaciones que abrazan el cambio y se adecuan con facilidad están mejor posicionadas para prosperar en un futuro digital.

Dicha investigación merece la pena ya que busca entender dichas barreras para la

aceptación de herramientas digitales y proponer soluciones para que sean superadas. Por lo tanto, este estudio no solo tiene implicaciones de ser investigado sino también puesto en práctica en la comuna, proporcionando insights valiosos para otras comunidades o emprendimientos dedicada a esta actividad. En resumen, la relevancia de este tema radica en el potencial que brinda para transformar y mejorar el sector panadero local mediante la adopción de tecnologías digitales.

Planteamiento del problema: Las empresas que se dedican al sector de comida ya sea comida rápida, gourmet, saludable entre otras, es un mercado altamente competitivo donde se debe estar en constante mejora e investigación para seguir prevaleciendo, ya sea innovando en sus productos, servicios o procesos por medio de la aplicación de recursos con los que se cuentan, en los cuales resalta la adaptación y adopción de la tecnología en cada una de las empresas. Aún más el caso de las pequeñas y grandes empresas que son a las que más les cuesta mantenerse en el mercado.

Tal es el caso de las panaderías de la comuna Cadeate el cual cuenta una asociación, ya que de manera anual hace un evento llamado “Pan Fest” donde se dio reconocimiento a esta comunidad como “Cadeate La Capital del Pan” en donde llegan personas de distintos lugares y es auspiciada por la empresa La fabril y Emuturismo (Empresa municipal de turismo). Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, las panaderías enfrentan dificultades que impiden el progreso uniforme, debido a que cada una ópera de distinta manera, en base a una investigación realizada se encontraron problemas en común. Por otro lado, el conformismo que demuestran algunas de estos emprendimientos con respecto a la situación hace que no sean capaz de evolucionar debido al miedo a lo desconocido, ellos prefieren seguir con las actividades que ya conocen, sin embargo, con la nueva era estas se han vuelto obsoletas, teniendo en cuenta que la alta conformidad repercute negativamente en el rendimiento del grupo en un entorno temporalmente variable (Abofol et al., 2023). En tiempos de cambio es crucial adaptarse y aprender nuevas habilidades para mantenerse. Cabe recalcar que la asociación de panificadores si muestra interés en aprender sobre más temas que le puedan servir, ya que anteriormente si se han realizado capacitaciones organizadas por el cabildo comunal para mejorar su gestión de calidad, servicio al cliente, mejorar el local, aprender sobre más recetas, etc. La tecnología es un tema aparte en el cual no están involucrado ya que como anteriormente se comentaba en una comunidad ubicada en una zona rural donde el conocimiento acerca de la tecnología la tienen las nuevas generaciones, tomando en cuenta que los panificadores en su mayoría son mayores de 40 años.

El problema principal que reside en las panaderías de la comuna Cadeate es la falta de innovación tecnológica y el desaprovechamiento de las oportunidades que esta ofrece. Así mismo, existe una limitada presencia en línea. Diversas de estas panaderías no cuentan la tecnología debido a su falta de conocimiento sobre ellas. Por lo que se observa la necesidad de estrategias digitales efectiva limita su capacidad para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Dado lo anterior se realiza la formulación del problema:

¿De qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad de las panaderías de la comuna Cadeate, provincia, Santa Elena 2024?

A continuación, se da a conocer la sistematización del problema general:

- ¿Cuál es la situación de las panaderías en la comuna Cadeate con respecto al uso de las herramientas digitales?
- ¿Cuál es la situación de las panaderías en la comuna Cadeate con respecto a la competitividad?
- ¿Qué herramientas digitales se adaptan mejor a las necesidades de la panadería y contribuyen con la competitividad?

Se establece el **objetivo general** “Analizar de qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, provincia Santa Elena 2024”

Se establece los **objetivos específicos**:

- Diagnosticar la situación actual de las panaderías con respecto a las herramientas digitales.
- Describir cuales son los factores que determinan la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate.
- Recomendar herramientas digitales que contribuyan a la competitividad de panaderías de la comuna Cadeate.

Justificación

Teórica

Dentro de la comuna Cadeate la actividad principal que realizan es la fabricación y venta de panes, los panificadores de esta comunidad se reúnen cada año para realizar un gran

evento el cual le ha dado relevancia a su nombre “Capital del pan” y a su comunidad por esto. Las panaderías son regidas por distintos sistemas ya que cada panificador se hace cargo de su negocio y solo se reúnen a dicha actividad de manera anual. Hoy en día “la transformación digital es una estrategia fundamental para aumentar la competitividad y la resiliencia” (Digitales, 2021). el uso de la tecnología se ha hecho más cotidiano sin embargo las pymes tienden a tener inconvenientes para acceder a dichas herramientas digitales por desconocimiento, por lo que al ser uno de los negocios importantes para esta comunidad se quiere realizar una búsqueda de herramientas que sean útiles y se adapten a sus necesidades, el fin proporcionar estabilidad en su mercado y que se desarrollen a base de esta.

Práctica

La creación de dicha investigación recae en la necesidad de integrar soluciones tecnológicas que puedan aportar a la industria panadera de esta comunidad, para fortalecer su reconocimiento como “Capital del pan”. Ya que la era digital puede traer con ella oportunidades para mejorar su competitividad por medio de la adopción de herramienta digitales que ayudarían a la expansión de mercado al permitir el conocimiento de otros métodos de ventas en línea para llegar a un público más amplio. La capacitación de dichas tecnologías para poder superar la barrera de desconocimiento, asegurando a todos los miembros que pueden beneficiarse de la transformación digital. este trabajo se encargará de investigar las herramientas que sean asequibles y que se alinean con las necesidades específicas de los panificadores de Cadeate, promoviendo la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo de esta tradicional industria.

Idea a defender

El implemento de herramienta digitales y su importancia para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate en muchas áreas, como la gestión, un mayor alcance en el mercado y mejorar el servicio y experiencia del cliente; transformando las panaderías de esta comunidad, al igual que otras pequeñas empresas a las que le puedan servir.

Mapeo

En base a lo investigado y redactado anteriormente, se da a conocer los capítulos, en el primer capítulo se plantea el objetivo principal y los objetivos específicos que se quieren ejecutar a través de este proyecto curricular, en el segundo capítulo se muestra las investigaciones literarias que se han realizado para poder seguir con el tema propuesto donde se muestran tanto antecedentes nacionales como internacionales.

Capítulo I: Marco Referencial

Revisión de la Literatura

Antecedentes internacionales

Dentro de la investigación que se realizó acerca de las herramientas digitales como mejora competitiva en las panaderías se decidió citar al autor (Gallardo Urteaga, 2020), con su trabajo investigativo titulado “Estrategia de marketing digital para mejorar el posicionamiento empresarial de la panadería Caicedo S.A.C.- Chiclayo”.

Fue realizada con el objetivo de elaborar una estrategia de marketing digital para la mejora de posicionamiento de la panadería Caicedo S.A.C. Chiclayo, usando una metodología investigativa mixta y un diseño de investigación descriptivo propositiva usando herramientas como la encuesta, entrevista y guías de observación, para poder interpretar las características del problema que exista enfocándose en la población de la panadería Caicedo.

Teniendo como resultado en base al análisis cognitivo, se diagnosticó que el posicionamiento de la panadería Caicedo SAC, presentó dificultades en algunas áreas tales como: reconocimiento público donde el 76.7% de los participantes reconocieron la existencia de la página de Facebook señalando que tiene poca interacción en la página y antiguas publicaciones. Dentro del productividad también existen inconsistencias ya que el 40.1% expresó insatisfacción con la masa debido a su inconsistencia; También otro resultado que arrojó es que el 89.1% de los encuestados consideraron que la panadería tenía un alto grado de posicionamiento, atribuido a los precios bajos que presenta.

Por lo cual se concluyó que la implementación de un plan estratégico de marketing digital podría contribuir con la mejora significativa en el posicionamiento empresarial de la Panadería Caicedo S.A.C en el mercado, el cual recomienda que más allá de abordar el área de dinamismo de las publicaciones y mejora de redes sociales, también se debe mejorar en la consistencia de calidad en el producto, ya que ayudaría a la panadería a fortalecer su competitividad en el mercado y mejorar la conexión con sus clientes.

Otra investigación que se encontró es un artículo realizado por trabajo de grado que indagó sobre las “herramientas digitales como estrategia para mejorar la competitividad en las pymes colombianas: estrategia del análisis de omnicanalidad” de (Cartagena Cardona, 2022).

La investigación se realizó con el objetivo de desarrollar un método de transición de un sistema de gestión comercial tradicional hacia una estrategia de omnicanalidad para que esta

pueda contribuir al desempeño organizacional de las Pymes del Valle del Cauca, usando una metodología investigativa con enfoque mixto con técnicas cualitativas y cuantitativas, al igual que un carácter descriptivo- exploratorio donde se aplicó como método la recolección de información y una entrevista a expertos. (Cartagena Cardona, 2022)

En el cual se llegó al resultado de que los emprendimientos se ven vulnerables frente a las grandes compañías donde hace referencia a una estrategia de marketing llamada la omnicanalidad el cual es una herramienta usada para integrar todos los medios de comunicación por las empresas para tratar con los clientes y de esta manera fomentar su fidelización, sin embargo muchas MiPymes colombianas presentan dificultades como la falta de financiamiento y el desconocimiento de las oportunidades que ofrecen los medios digitales como el mejoramiento de la presencia en el mercado, un aumento de sus ventas.

En esta se llega a la conclusión de que la implementación de estrategias digitales como la antes mencionada puede mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas que fueron puesta en investigación, permitiéndose una mejor experiencia para el cliente. , el comercio electrónico representa una parte pequeña de la rotación de las empresas, y no hay mayores avances en servicios digitales más especializados fenómeno que se ve reflejado en sectores que solo tienen capacidad de orientar sus productos a nivel local usando el comercio minorista.

También se indago un artículo titulado Transformación digital y desempeño de las empresas en pymes innovadoras: el papel mediador de la innovación en el modelo de negocio de los autores (Merín-Rodrigáñez et al., 2024) .

El artículo desarrollado se hizo con el fin de investigar las consecuencias de la transformación digital sobre el rendimiento a través de un grupo de empresas pequeñas y medianas las cuales fueron identificadas como innovadoras por el Ministerio de Ciencia e Innovación, donde Merín menciona que se plantearon 4 hipótesis, la primera menciona que la transformación digital tiene una relación positiva con el desempeño de las pymes innovadoras, en la segunda hipótesis se dice que está positivamente en relación con la innovación del modelo de negocio en las pymes innovadoras, en la tercera hipótesis dice que la innovación del modelo de negocio tiene una relación con el desempeño de las pymes innovadoras de manera positiva y como última hipótesis la innovación del modelo de negocio tiene una relación con el desempeño de las pymes de manera positiva. Usando la recaudación de datos y realización de muestras como metodología aplicada a las pymes del Directorio de Pymes españolas

innovadoras para poner a prueba las hipótesis planteadas con anterioridad. El cual dio como resultado que la transformación digital si ejerce un efecto positivo en el desempeño de las pymes a través de la innovación del modelo de negocio. Se tomo en consideración este artículo debido a que tiene conceptos sobre las pymes innovadoras y como estas fueron tomando esta postura por medio de la transformación digital el cual ha mejorado su eficiencia y rentabilidad.

Antecedentes Nacionales

Dentro de los temas nacionales que se encontraron fue “Herramientas digitales y el proceso administrativo de la microempresa lavandería Jeremy del Cantón Salinas, provincia Santa Elena” (De La Rosa, 2022)

En esta se encuentra el proceso administrativo dando una vez más a conocer que las herramientas digitales son usadas en diversas áreas, esta analiza la situación de una lavandería el cual tampoco usa la tecnología como su aliado, por lo que se tiene como objetivo identificar herramientas digitales que puedan contribuir al proceso administrativo de la microempresa lavandería Jeremy, donde se utilizó una investigación descriptiva permitiendo un análisis profundo de la investigación al igual que herramientas de investigación como la encuesta y entrevista con el dueño, con el fin de recolectar datos que sean de utilidad para dicha investigación, el cual tuvo como resultado que el uso de las herramientas digitales son esenciales para la mejora de competitividad el cual puede ayudar a la microempresa a crecer y adaptarse al mercado. Debido a que el análisis que se dio a conocer muestra variables importantes como lo es herramientas digitales será de gran aporte a investigación que se está haciendo debido a su compatibilidad.

Otro artículo a mencionar es “Economía digital, mecanismo para la competitividad y productividad en pymes Caso: Machala-Ecuador” realizado por los autores Chuya, J., Condo, K., Uriguen P, León L. (2021), el cual tiene objetivo principal analizar la economía digital el cual es una herramienta digital con el fin de usarlo para mejorar la competitividad y productividad de pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Machala, se menciona una metodología descriptiva y explicativa las cuales fueron complementadas con encuestas a 160 pequeñas y medianas empresas, a los cuales dieron como resultado que las empresas que incorporaron tecnologías de la información y comunicación tuvieron un cambio positivo ya que crecieron de manera significativa, dando a conocer que si las pymes se adoptan TIC pueden dar mejor cambios en el mercado, mejorando su capacidad de competir. Por otra parte, puede beneficiar otros aspectos como la reducción de costos operativos siendo de esta forma

más eficiente. Este artículo se centra en como la economía digital puede ser de ayuda para mejorar la competitividad y productividad para las medianas y pequeñas empresas en Machala, Ecuador; el cual los resultados arrojan su afirmación, mostrando la importancia de estas para las pymes y proporciona evidencia empírica de los beneficios de adoptar dichas tecnologías.

Otra investigación tomada en cuenta fue de la autora Vincacundo Chilingua Marcela en su trabajo de investigación titulado “estrategias de marketing para el incremento de ventas en la panadería y repostería Pan Quemado” el cual tiene como objetivo principal “Determinar estrategias de marketing para el incremento de ventas en la panadería y repostería Pan Quemado” (2022).

Esta fue desarrollada en la ciudad de Latacunga en el año 2022 donde el problema principal es la falta de estrategias de marketing, donde se utilizó la metodología teórica ya que por medio de esta se realiza la interpretación conceptual y un enfoque descriptivo, deductivo, cuantitativo; el cual permitió la recopilación de información de todas las panaderías de este sector. Tomando en cuenta que este documento es fundamental, dado que las herramientas son consideradas importantes para las panaderías en su mejora; en este caso el incremento de ventas.

Dando como resultado que las estrategias de marketing digital son de importancia para el mercado empresarial, donde es importante mencionar que existen negocios que aún carecen de conocimientos profundos sobre el concepto del marketing y la manera de aplicarlo; siendo esta una oportunidad para posicionarse en el mercado. El trabajo investigativo arrojó en base a sus estudios que las 4P de marketing Mix aportarían de manera primordial para un estudio de factores internos y externos de la panadería y repostería “Pan Quemado” y determinar las estrategias de marketing para conocer los gustos y necesidades de sus clientes. De igual forma se recomienda que se apliquen de manera correcta dichas estrategias expuestas en el proyecto de estudio.

Desarrollo de teorías y conceptos

Herramientas digitales

Según Mauricio E, Lugmaña C y otros autores (2023), Las herramientas digitales representan la convergencia entre la tecnología y la funcionalidad, ofreciendo soluciones versátiles que transforman la manera en que las tareas son abordadas y los objetivos alcanzados haciendo referencia a los recursos y el aprovechamiento de las tecnologías con el fin de resolver problemas que una organización tenga. La digitalización genera un importante atributo, que es

la minimización de los riesgos, posibilita la máxima captación de clientes al no estar acotados por un ámbito geográfico,(Rojas García José Antonio et al., 2024). Al igual que una disminución de costos. En Esmeraldas, Ecuador se realizó una investigación por parte de Bautista Ordoñez J. y Santamaría Manobanda (2023), donde se revela que el 90,1% tienen acceso a internet y el 95,2% está familiarizado con herramientas digitales, solo el 42,9% gestiona sus emprendimientos de forma digital, lo cual indica, que, a pesar de estar en una era digital, solo un bajo porcentaje de emprendedores lo aprovecha.

Villacis L. (2021) en su artículo menciona que las herramientas digitales son un recurso en la era actual que ha adquirido un papel esencial en este mundo, ya que el desarrollo tecnológico ha permitido crear aplicaciones direccionadas a muchos campos, siendo uno de los papeles más importantes en épocas de pandemia. Así mismo Sainz Zárate N.(2022) menciona que el uso de herramientas digitales permite una gestión empresarial encaminada hacia el desarrollo de negocios.

Adopción tecnológica

Según Armas J (2019), La adopción tecnológica hace referencia al proceso de integración que hace una organización, en la cual se busca mejorar la eficiencia, la productividad y competitividad en un entorno de constante cambio.

Según Aggogeri y otros autores (2015), las PYMES se ven afectadas por diferentes factores, poniéndoles en riesgo por lo que la adopción de tecnologías tiene que manejarse cuidadosamente para determinar la mejor combinación de tecnologías y estrategias y maximizar su desempeño. Por lo que se puede decir que no solo depende de la tecnología sino la disposición que se demuestre para cambiar y adaptarse.

Tasa de adopción tecnológica

La tasa de adopción tecnológica en el mercado de comidas a estado aumentando, según un informe realizado por una consultora gastronómica FoodTech Insight (2023), el 80% de los restaurantes están utilizando algún tipo de sistema de gestión de pedidos, mientras que el 65% de los restaurantes están implementando soluciones automatizadas en sus procesos, lo cual ha mejorado de manera significativa sus procesos.

Implementación de nuevas tecnologías

Según Fanelli, (2021). La adopción de nuevas tecnologías ofrece a las pequeñas y

medianas empresas una ventaja ante otras, por otro lado, muestran retos que enfrentar ya que pueden presentar dificultades al momento de implementarlas. Se obtienen beneficios como la mejora la eficiencia ya que por medio de ellas se da soluciones creativas que pueden mejorar la productividad y la competitividad.

Importancia de las herramientas digitales

Ortiz Ocaña señala que “la alfabetización digital es una iniciativa para el progreso de las regiones ya que, en la realidad mundial se intensifica cada día el uso de herramientas tecnológicas que faciliten la comunicación y la gestión de la información, recursos imprescindibles de una organización” (pág. 19). La digitalización de las pymes por medio de la adopción herramientas digitales pueden producir una mejor productividad, mejorando la satisfacción tanto del cliente como del emprendedor abriendo nuevas oportunidades de negocio.

Aprovechamiento del uso de herramientas digitales

La integración de estas herramientas en el contexto empresaria puede mejorar el compromiso, la colaboración y sobre todo los resultados positivos. Estas no solo facilitan el acceso a la información, sino que fomentan practicas interactivas y reflexivas. Permitiendo a las empresas optimizar su presencia en línea e incrementar sus ventas mediante estrategias como marketing (Natasuwarna, 2021). Según Castillo-Tapuy & Montenegro-Ramírez (2022), se refiere a la capacidad de utilizar tecnologías digitales para optimizar procesos, eficiencia y efectividad en diversas áreas, el cual puede ser utilizado en diferentes ámbitos. Por lo que se vuelve algo esencial en el mundo actual ofreciendo nuevas experiencias, ya que debido a la pandemia se ha digitalizado de manera acelerada a nivel mundial e incluso en lugares donde recién tienen recursos tecnológicos.

Inversión en tecnología

La inversión en tecnología se ha convertido en uno de los factores clave para mejorar la competitividad en una empresa grande, mediana y pequeña. Los beneficios que se muestran a realizar esto, puede contribuir en otras áreas. Por ejemplo, la reducción de costos en procesos, soluciones rápidas y eficientes, toma de decisiones, mejor productividad entre otros beneficios. En un estudio realizado por ICD (2021).

La inversión en tecnología se refiere al proceso de asignación de recursos financieros, humanos o materiales en la adquisición y desarrollo de dichas tecnologías, en el cual se puede

incluir compras de software, actualización de sistemas existentes con tecnología y capacitación del personal según los autores Samaniego, A., Trejo, C., Mongrut, S., Fuenzalida, D., (2012)

Estas tecnologías pueden variar dependiendo el área que se requiera mejorar, en el caso de las panaderías se quiere mejorar su competitividad enfocándose en la tecnología por medio de procesos en los cuales se interactúa con los clientes de manera directa e indirecta.

Identificación de las herramientas digitales

La identificación correcta de estas herramientas es fundamental para que se pueda obtener un progreso eficiente dentro de las panaderías, asegurando una mejor gestión, comunicación con el cliente y mejora en los procesos de venta. Es importante escoger las herramientas pertinentes que puedan alinearse con las necesidades y estructuras de cada negocio, como es el caso de las panaderías; una elección incorrecta puede resultar en obstáculos y complicaciones tanto con los clientes como de manera interna. Por lo que es esencial poder identificar y adoptar aquellas herramientas que garanticen una apropiada integración y concuerden con sus necesidades y funcionalidad. Entre las cuales se identificaron las áreas de atención al cliente, venta y la visibilidad de las panaderías.

Tipos de herramientas digitales

Para la inmersión de herramientas digitales, se debe conocer el objetivo y lo que se quiere lograr, de igual forma se debe conocer los tipos de herramientas digitales

Se pueden introducir diferentes herramientas digitales en distintas áreas empresariales, dado que las panaderías cuentan con presupuesto limitado y poco conocimiento, se deberían identificar las que son de fácil uso y en áreas requeridas ya que al ser pymes tienen pocas áreas que cubrir.

Por ende, se sugiere las siguientes herramientas digitales que serían de utilidad para los panaderos, cubriendo las tres áreas anteriormente mencionadas

E-commerce: Según Cisneros Edson (2016) en su libro “E-commerce lo define como la actividad económica basada en el ofrecimiento de productos o servicios ya sea para su compra o su venta a través de medios digitales como el internet”, en otras palabras, una forma de hacer negocios por lo cual muchas empresas hoy en día están escogiendo esta vía para continuar expandiéndose.

Una de las herramientas que se identificó es el e-commerce, el cual se puede crear una

tienda en línea donde se pueda gestionar pedidos y entregar. Se tomó en cuenta debido a que a través de esta herramienta permite a las panaderías llegar a un público más amplio, mejorar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de compra diferente a los clientes. En el contexto de las panaderías, la implementación de una e-commerce app, el cual no se refiere a una web estándar pero diseñada específicamente para dispositivos móviles y en la parte de app se refiere al programa que se instala en el dispositivo móvil (Hopkins & Turner, 2012), es más adecuada ya que está a otro alcance debido a que los clientes siempre tienen el celular a mano, donde pueden explorar el catálogo de productos desde la comodidad de sus teléfonos móviles, realizando pedidos para ahorrar tiempo.

Marketing digital: Según la autora Shum Xie (2019). El marketing digital es la aplicación de estrategias y técnicas de comercialización llevadas a cabo a través de los medios digitales este utiliza la tecnología y las plataformas como sitios webs, correo electrónico, aplicaciones móviles, foros, blogs, canales de televisión, radios, revistas, periódicos digitales y redes sociales para conectar e interactuar con el cliente. Hoy en día, el medio más común y mayormente habitado son las redes sociales el cual puede ser una posibilidad para los panificadores.

Por lo cual algunas estrategias que pueden ser tomadas en cuenta serían:

- Presencia en redes sociales: usando la plataforma de Instagram y Facebook para mostrar los productos y conectar con clientes, en el cual un punto a tomar en cuenta la constante interacción que se debe tener en redes para poder captar la atención y atraer nuevos clientes.
- La fusión de las herramientas digitales, aplicación del marketing digital a través de la tienda en línea para que los clientes puedan realizar pedidos, el cual puede tener en cuenta la entrega a domicilio o recogida del producto en la tienda, pero ya con un pago previo, el cual facilita el trámite al momento de entregarlo.

Estas estrategias pueden ser sencillas y de fácil acceso tanto para los emprendedores como para los usuarios, teniendo en cuenta el limitado conocimiento acerca de estas redes, haciendo referencia al uso de una tienda online en cual se puede facilitar por medio de tutoriales o una capacitación en línea que puede ser de ayuda para un mejor funcionamiento y uso adecuado.

Pagos electrónicos. - existen muchos métodos de pagos que se pueden implementar en

un negocio, entre ellos están estas aplicaciones que también son accesibles

Barreras para la implementación de herramientas digitales

La adopción de herramientas digitales en pequeñas empresas enfrenta varios desafíos, entre los cuales se destacan los costos, la falta de conocimiento sobre las tecnologías disponibles y una infraestructura insipiente. Estos factores pueden dificultar la transformación digital necesaria para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad en un mercado cada vez más orientado hacia la digitalización.

En primer lugar, los costos asociados con la implementación de nuevas tecnologías son una de las barreras más importantes. Según la organización fundación telefónica en su libro (2022), las pequeñas empresas a menudo carecen de los recursos financieros necesarios para hacer frente a la inversión inicial que requiere la digitalización. Esta preocupación es especialmente relevante en sectores como las panaderías, donde las ganancias pueden ser limitadas y el retorno de inversión de la tecnología no siempre es inmediato.

Además, la falta de conocimiento sobre las herramientas digitales adecuadas también juega un papel crucial, este desconocimiento, sumado a una posible resistencia al cambio, pueden llevar a los empresarios a preferir continuar con los métodos tradicionales en lugar de intervenir en soluciones digitales que, aunque potencialmente beneficiosas, presentan un reto de aprendizaje.

La adopción de herramientas digitales en pequeñas empresas enfrenta varios desafíos entre los cuales se destacan los costos, la falta de conocimiento sobre tecnologías disponibles o accesibles y una estructura inadecuada. Estos factores pueden dificultar la transformación digital necesaria para mejorar la eficiencia operativa y la capacidad en un mercado

En el caso de las panaderías, la insuficiencia de sistemas gestión de datos, acceso a internet de alta velocidad o equipos obsoletos limita gravemente las posibilidades de implementarlo eficazmente.

Competitividad

Según el autor Porter (2015), La competitividad determina el éxito o fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que favorecen su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación

Santiago Tepantlán y otros autores (2012), define la competitividad como la capacidad

que tiene una empresa de entregar bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma preferida por los clientes de esta, a precios tan buenos o mejores que los ofrecidos por los otros ofertantes, obteniendo al menos el costo de oportunidad de los recursos utilizados.

Otra definición que se puede tomar en cuenta es las posiciones comparativas sociales, económicas, políticas, tecnológicas y de otro tipo de empresas, sectores y países respecto a unidades análogas. Por lo cual Čiarnienė & Stankevičiūtė (2015), definen como la capacidad de una entidad para mantener y reforzar su posición en el mercado mediante.

Dentro de estas definiciones uno de los puntos clave para que las empresas sean competitivas es la posición que tienen con la tecnología con respecto a otras empresas, debido a la era digital y los avances tecnológicos, las panaderías para poder diferenciarse deben destacar en el mercado saturado. Dentro de la provincia existen muchos emprendimientos que realizan las ventas a través de esta, sin embargo, en la zona norte de Santa Elena no muchas optan por la digitalización y se van por la venta tradicional, como es el caso de las panaderías en la comunidad de Cadeate, por lo que si se toma en cuenta la tecnología para poder diferenciarse dentro del mercado pueden mejorar de manera continua el servicio al cliente.

Capacitación digital

La formación digital es primordial para los emprendedores para que usen de manera correcta en sus negocios, siendo estas esenciales para aumentar su visibilidad y ventas; permitiendo a los propietarios y trabajadores aprovechar de manera efectiva. Según Vučković et al. (2020), las plataformas de aprendizaje digital son excelentes para la promoción de competencias empresariales digitales, debido a la oportunidad que ofrecen. Así mismo, se obtienen diferentes beneficios según el autor López Martín (2024) en su artículo menciona el desarrollo profesional continuo ya que al aprender de esta forma se está en constante evolución, se adaptan a nuevas tecnologías, entre otros.

Mejora competitiva a través de las herramientas digitales

Los autores Saihi A. y sus colegas (2024) señalan que, en el competitivo entorno industrial actual, la implementación de tecnologías digitales de mantenimiento se ha convertido en una necesidad para que las organizaciones mejoren la eficiencia operativa y garanticen la longevidad de sus activos. Sin embargo, muchas organizaciones luchan con la integración exitosa de estas tecnologías debido a la falta de un enfoque estructurado para la implementación, mostrando que, a pesar de la necesidad, diversas organizaciones enfrentan

dificultades al integran estas tecnologías por falta de un enfoque.

La competitividad en las panaderías a través de las herramientas digitales hace referencia a la implementación de tecnologías y estrategias digitales que puede mejorar varios aspectos, como lo es la eficiencia, calidad y visibilidad. Incluyendo el uso de e-commerce por medio de un sitio web que proporcione información a los consumidores y también puedan comprar a través de esta, también el uso del marketing digital para

La digitalización permite a las panaderías adaptarse a las nuevas tendencias que existen en el mercado y adaptarse a los cambios que existen en las preferencias de los consumidores, a pesar de estas han tenido un buen manejo hasta el momento permitiéndoles ser estables, no han se han mantenido visible y una manera de hacerlo es a través del aprovechamiento de estas tecnologías para poder poner su nombre en alto, logrando una mayor presencia en línea, atraer nuevos clientes, crecimiento del negocio y fidelizar la existencia de esta comunidad de panificadores.

Capacitación en línea

Según Terry Anderson (2008), la capacitación en línea hace es una modalidad alterna de aprendizaje ya que hace uso de internet para acceder a los materiales pedagógicos, para interactuar con el contenido, con más participantes u obtener apoyo cuando sea necesario durante este proceso. Esta ha sido un método efectivo de aprendizaje para muchos sistemas académicos, en el cual muchas personas optan por usarlo ya sea por comodidad, fácil acceso o poca disponibilidad de tiempo, diferentes horarios de aprendizaje y material didáctico que se ofrece.

Innovación

La innovación logra convertir las ideas y los conocimientos en riqueza, en procesos, productos y servicios, llegando a la adopción de las necesidades del mercado según Vega Guerrero (2015), estas son capaz de lograrse por medio de dos factores que determinan a la innovación que es la investigación y el desarrollo. La innovación es una acción aplicada en las empresas competente que desean seguir en el mercado ya que la manera más efectiva de lograrlo es no conformándose con lo que ya tienen, sino que están en una constante investigación en las preferencias del consumidor, de manera que puedan aplicarlo en sus productos o servicios. Los autores Galarza, P. Agualongo, J., Jumbo-Martínez.(2022), mencionan en su artículo científico que la innovación en servicio al cliente se define como la implementación de nuevas estrategias, tecnologías y herramientas que buscan mejorar la

experiencia del consumidor.

Procesos de venta

Según Manlig y otros autores (2014), Los procesos de ventas a través de las herramientas digitales pueden transformar el funcionamiento de las empresas para algo mejor. Entre ellas puede usarse herramientas que faciliten los procesos, permitiendo una mayor eficiencia operativa, al igual que la toma de decisiones y se alineen con estos. Según Martínez-Prats (2022), se refiere a la actividad de compra y venta de productos o servicios, los procesos de venta, el comercio electrónico implica una serie de métodos y herramientas tecnológicas que contribuyan a las empresas satisfacer la demanda del mercado.

Desarrollo de Habilidades

Según los autores Superior, I y Salgado N. (2023), la tecnología disruptiva ha tenido un impacto en el área laboral, en términos de educación y formación, ya que ha impulsado a adquirir habilidades de manera flexible.

Las habilidades que se adquieren en base a las capacitaciones de herramientas digitales, ya que abarcan varias áreas como la comunicación, manejo de plataformas y entre ellas la misma habilidad para manejar de manera más óptima su negocio.

Calidad de servicio

El autor Kloter & Keller (2012), mencionan que la calidad del servicio recae en la capacidad de satisfacer la necesidad de los clientes, también se puede definir como el resultado del proceso donde el comprador compara sus expectativas y la realidad (Matsumoto Nishizawa, 2014). De esta manera el consumidor logra medir entre lo que se recibe y lo esperado de la empresa.

Eficiencia en la atención

Según los autores Xue & Harker define a la eficiencia en la atención abarca la eficiencia en las transacciones, que disminuye los costos operativos y la eficiencia de la calidad, y garantiza una calidad alta del servicio, mejorando la satisfacción de cliente como la rentabilidad del negocio. Enfocándose en la óptima realización en los procesos y recursos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Según Montalvo L y otros autores en su artículo (2020), manifiesta que la eficiencia en la atención también tiene que ver con la tecnología, ya que implica

optimizar recursos para brindar un servicio de calidad que satisfaga las expectativas del cliente, entre ellas el recurso que más debe optimizarse es la gestión de procesos de atención.

Satisfacción al cliente

La satisfacción al cliente es una pieza fundamental debido a que esta abarca pensamientos y practicas del marketing, esta tiene 3 perspectivas distintas: gerencial, filosófica y psicológica, esta ha demostrado vínculos con una variedad de medidas de rendimiento financiero y proporcionado una validación para el propósito fundamental de una empresa. (Brown & Zahn, 2010).

La satisfacción del cliente es un punto importante para las ventas dentro del mercado, ya que toda empresa tiene como objetivo crear una base de clientes, así mismo, algunos investigadores mencionan que la satisfacción del cliente y la lealtad no está vinculada al entorno competitivo, sino que es una condición pasiva del cliente. (Ganiyu et al., 2012)

Fundamentos legales

Se consideraron las disposiciones para realizar el trabajo investigativo en función a la “Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios”

Artículo 1.- Objeto y ámbito. - La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

Se tomaron en cuenta algunos de los objetivos que tiene esta ley haciendo realce a él literal: b, c, e y f.

Artículo 2.- Objetivos de la ley. - Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación;
- b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos;

- c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores;
- d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores;
- e) Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; y,
- f) Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

Capítulo II

Marco Metodológico

Diseño de investigación

Dentro del desarrollo de este trabajo se determinó un enfoque mixto, donde se presenta tanto la parte cuantitativa como la cualitativa con el fin de comprender de manera más significativa los temas abarcados. Se consideró la parte cuantitativa debido a la realización de análisis de datos estadísticos extraídos de las encuestas aplicadas a los clientes para conocer e identificar las tendencias que existen con respecto a las herramientas digitales. En la parte cualitativa, se enfocó en el análisis que proyectan las entrevistas realizadas a los dueños de las panaderías, lo cual permitió una comprensión profunda sobre los factores que afectan a estos negocios.

Por otro lado, la investigación es de carácter descriptivo ya que los objetivos planteados requirieron la descripción de los factores que determinen la competitividad en las panaderías, permitiendo una presentación de la situación en relación con las herramientas digitales empleadas en dichos negocios, examinando como tal el grado de adopción tecnológica, los beneficios y las dificultades que enfrentan; de esta forma, poder identificar oportunidades de mejora y desarrollo para aumentar la competitividad.

Método de la investigación

El método de investigación que se realizó fue deductivo, se escogió este método debido a que por medio de esta se podía validar la teoría que se había establecido y mostrando de manera empírica que la adopción de tecnologías mejoraría la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, teniendo una orientación a identificar las herramientas digitales más adecuadas para las panaderías, con el fin de mejorar la competitividad.

Población y Muestra

La población es un conjunto completo de individuos u objetos que comparten características similares Narvaez. M. De la que se tomó como objetivo principal para realizar un estudio dentro de la investigación, el objeto a investigar son los clientes. También se aplicará una entrevista a los dueños de las panaderías, contando con un total de 20 panaderías por lo cual se realizará una entrevista, escogiendo un muestreo por conveniencia escogiendo solo a 10.

En el caso de las encuestas al ser una población infinita se aplicará la fórmula para sacar una muestra infinita, tomando en cuenta un nivel de confianza del 95% y un margen de error

del 6%, debido a la falta de personal para realizar las encuestas considerando que el objetivo es la opinión de los clientes e identificar las preferencias sin comprometer la validez de los resultados.

Fórmula de muestra infinita

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Nivel de confianza: 95%

Z= 1,96

p= 0,50

q= 0,50

e= 6% → 0,06

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,06^2} = 266,78$$

La aplicación de la fórmula dio como resultado 266,78 por lo que será redondeado a **267**.

Recolección y procesamiento de datos

El proyecto requirió una aplicación de técnicas con instrumentos para la recolección de datos necesarios, por lo cual se utilizaron las siguientes a continuación:

Técnica de encuesta: La herramienta utilizada es el cuestionario debido a su fácil recolección, con una serie de preguntas y respuestas ya predeterminadas, que ayuden con la recolección de información relevante para el tema. El cual permitió el análisis de diferentes datos relevantes para la investigación, este enfoque permitió asegurar que se reúna información precisa y útil para el estudio. Por lo que, por medio de la encuesta creada, se tomó en consideración las variables “las herramientas digitales y competitividad”, las dimensiones e indicadores, de igual forma se tomaron en cuenta la escala de Likert y escala dicotómica como medidas para esta recolección.

Técnica de entrevista: La herramienta utilizada es la guía de entrevista

La técnica empleada para un análisis interno de las panaderías fue la entrevista, ya que esta permite un acercamiento directo con los dueños de los negocios, para la recolección de

información amplia y relevante. Por medio de preguntas elaboradas de manera abierta usadas y tomadas en cuenta en base a una guía. La cual puede ser visualizada en el apéndice.

Procesamiento de datos: Para la recolección de los datos se utilizará Google Forms, el cual es un software que permite registrar las respuestas de las personas que realicen las encuestas, en este caso los clientes. Estos datos serán exportados a la herramienta estadística SPSS (Statistical Package for the Social), el cual permitirá un análisis de datos y presentarlo a través de gráficos estadísticos. Logrando una interpretación clara y precisa de las encuestas realizadas a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate, para saber sobre el interés y alcance que pueden llegar a tener las herramientas digitales. En el caso de las entrevistas estas serán analizadas de manera cualitativa.

Capítulo III

Resultados de la discusión

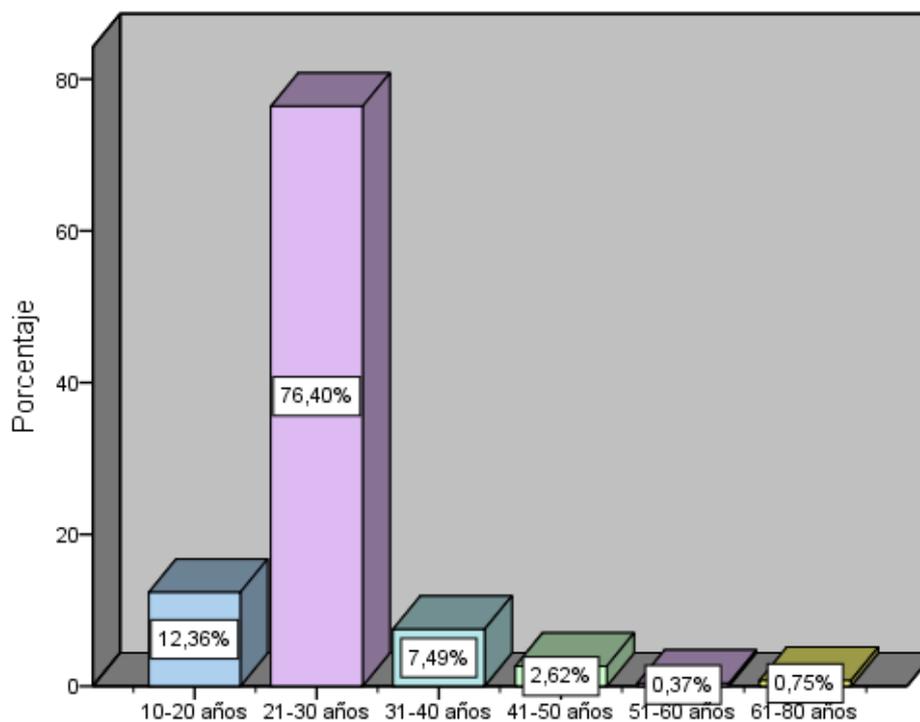
Análisis de encuestas

Tabla 1 Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10-20 años	33	12,4	12,4	12,4
21-30 años	204	76,4	76,4	88,8
31-40 años	20	7,5	7,5	96,3
Válidos 41-50 años	7	2,6	2,6	98,9
51-60 años	1	,4	,4	99,3
61-80 años	2	,7	,7	100,0
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 1 Edad

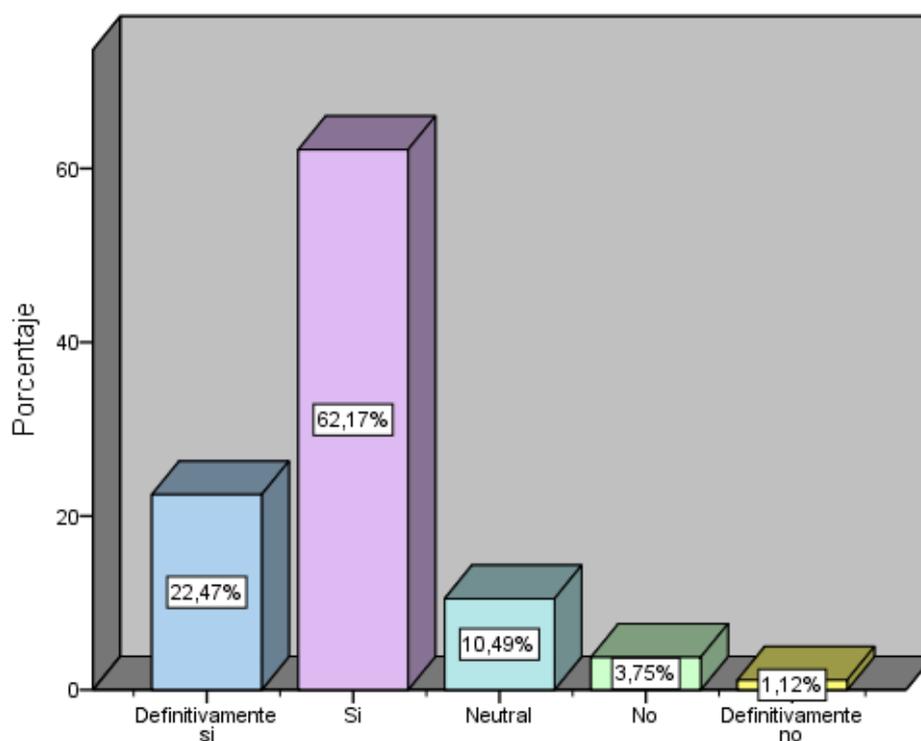


La información reflejada en la tabla 1- figura 1, se puede observar que en la población encuestada el mayor porcentaje es del 73% concentrado entre las personas de 21 a 30 años, lo cual da a conocer una población joven, el porcentaje que sigue es del 10 a 20 años con un porcentaje del 18%. Mientras que con una suma del 9% de personas encuestas tiene más de 31 años. Lo cual indica que el mayor porcentaje de los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate, es una clientela joven.

Tabla 2 Conocimiento sobre las herramientas digitales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente si	60	22,5	22,5
	Si	166	62,2	84,7
	Neutral	28	10,5	95,2
	No	10	3,7	98,9
	Definitivamente no	3	1,1	100
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

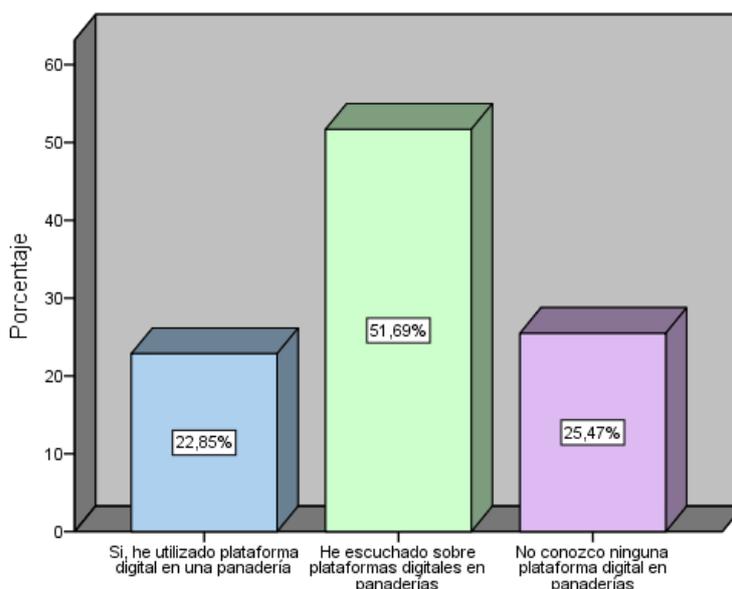
Figura 2 Conocimiento sobre las herramientas digitales

Con respecto a la tabla 2- figura 2, se realiza la pregunta número 2, donde el 49% de las personas dijeron que, si conocían sobre las herramientas digitales y el 29% definitivamente sí. El menor porcentaje con una suma del 6% marcaron que no conocían y el 16% se mantuvo neutra el cual da a interpretar que no sabían con exactitud si conocían o no. Dado los datos, se observa que en la mayoría de los casos las personas si tienen conocimiento acerca de esto por lo que tendría una buena aceptación por partes de las personas que si suelen utilizarla.

Tabla 3 *Uso de plataformas digitales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	61	22,8	22,8	22,8
	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	138	51,7	51,7	74,5
	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	68	25,5	25,5	100
Total		267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

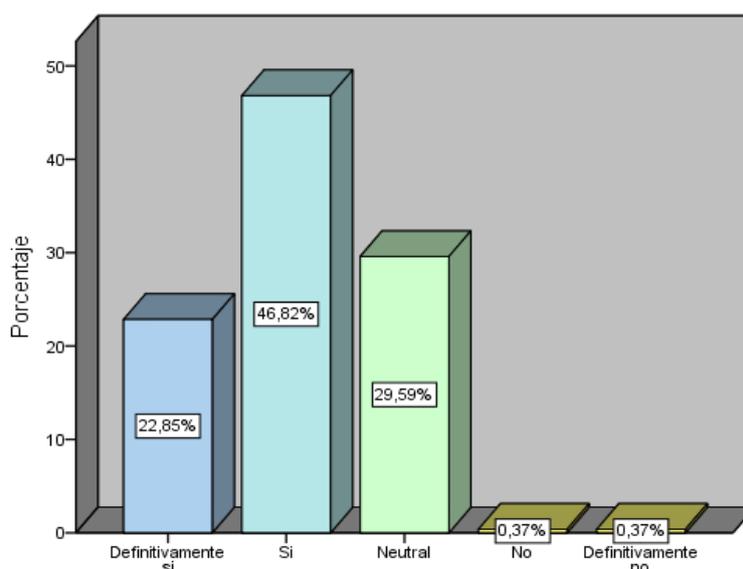
Figura 3 *Uso de plataformas digitales*

Con relación a la tabla 3-figura 3, se realizó una pregunta en base al uso de las herramientas digitales el 22,85% de las personas si han utilizado plataformas digitales en panaderías, mientras que el 51,69% de las personas solo habían escuchado de estas. Por otro lado, el 25,47% de las personas no conoce sobre ninguna plataforma digital en panaderías. Dado los resultados se puede decir que la adopción de tecnologías en las panaderías es aún limitada, ya que solo un 22,85% de los clientes encuestados a utilizado plataformas digitales. Sin embargo, hay una gran cantidad de personas que ha escuchado sobre herramientas digitales lo que quiere decir que están al tanto de su existencia, lo que sugiere un potencial para el crecimiento y adopción de tecnologías.

Tabla 4 Adopción de tecnologías digitales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente si	61	22,8	22,8
	Si	125	46,8	69,6
	Neutral	79	29,6	99,2
	No	1	0,4	99,6
	Definitivamente no	1	0,4	100
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 4 Adopción de tecnologías digitales

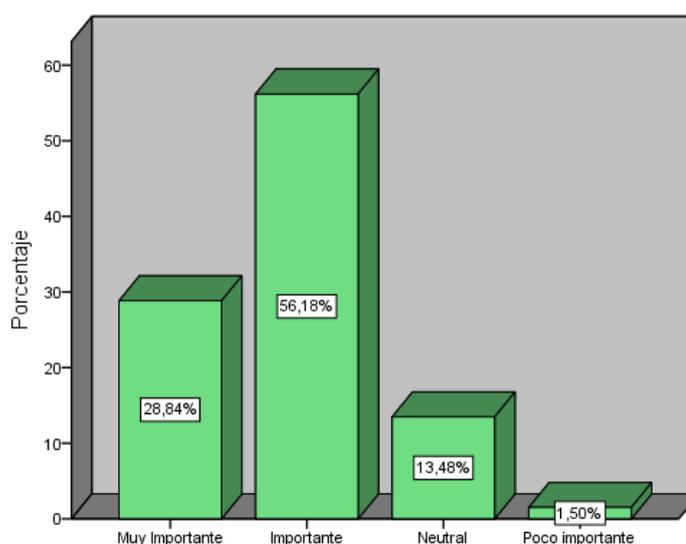
Los datos obtenidos muestran que el 22,85% de los encuestados respondieron que definitivamente si les gustaría, lo cual indica que hay un fuerte interés y apoyo en la idea de que las panaderías utilicen tecnologías digitales para facilitar la compra y pago de sus productos. El 46,82% de los encuestados respondieron con un “si” lo cual indica un apoyo de manera generalizada a la idea. El 29,59% respondieron “neutral” lo cual indica que no tienen una opinión negativa ni positiva al respecto. Mientras que un pequeño porcentaje respondió que “no” y “definitivamente no”, siendo este un porcentaje muy bajo lo cual indica poco rechazo a esta idea. En base a lo planteado, la mayoría de los encuestados apoyan la idea de que las panaderías utilicen tecnologías para facilitar la compra y pago de sus productos, debido a la falta de oposición se sugiere que hay poca resistencia hacia la adopción. La parte que se mantuvo neutral sugieren que puede requerir más información sobre los beneficios que esta conlleva.

Tabla 5 Importancia de la implementación de nuevas tecnologías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	77	28,8	28,8	28,8
	Importante	150	56,2	56,2	85
	Neutral	36	13,5	13,5	98,5
	Poco importante	4	1,5	1,5	100
	Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 5 Importancia de la implementación de nuevas tecnologías

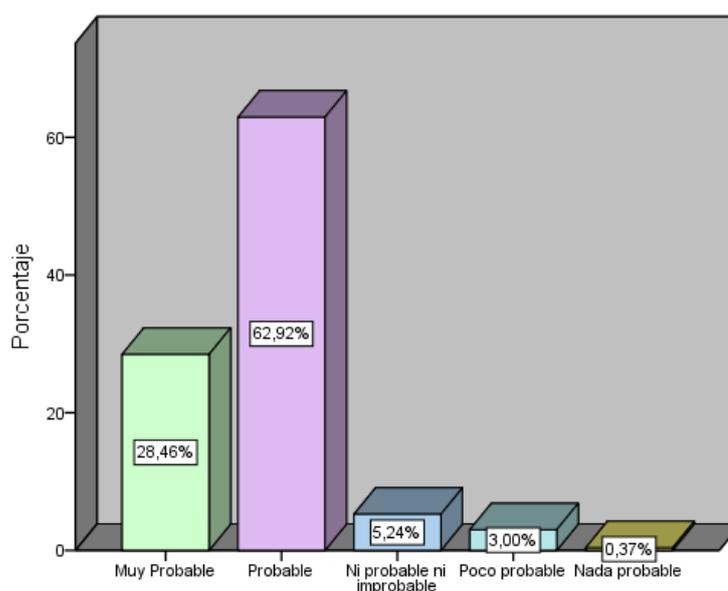


En la tabla 5 – figura 5, se muestran los resultados acerca de la opinión de los clientes con respecto a la importancia de que se implementen nuevas tecnologías en las panaderías. Se observa que el 28,84% considera que la implementación de nuevas tecnologías es “muy importante”, lo que indica un gran apoyo a la idea de modernizar las panaderías. El 56,18% lo considera “importante”, lo que indica un apoyo general y una visión sobre la importancia de la tecnología en las panaderías.

Tabla 6 Probabilidad de uso de plataformas digitales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Probable	76	28,5	28,5
	Probable	168	62,9	91,4
	Ni probable ni improbable	14	5,2	96,6
	Poco probable	8	3,0	99,6
	Nada probable	1	,4	100
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 6 Probabilidad de uso de plataformas digitales

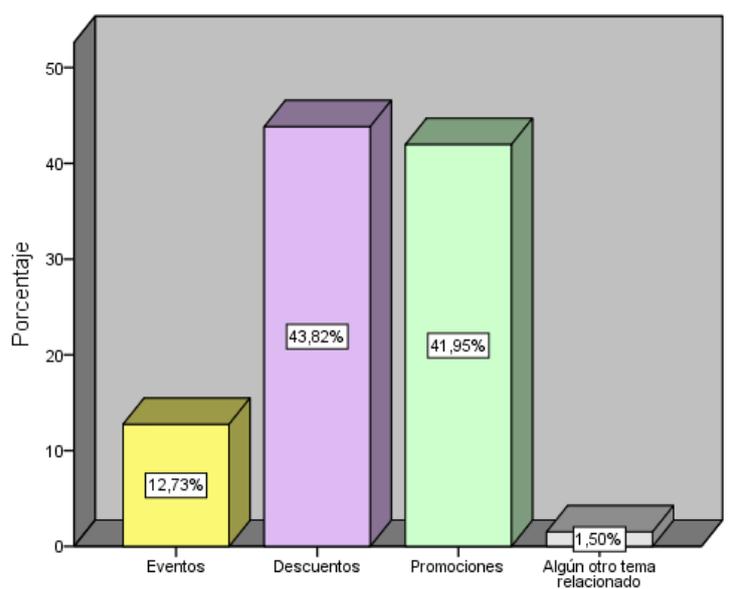
En la tabla 6 - figura 6 se reflejan los resultados acerca de la probabilidad del uso de plataformas y/o aplicaciones para realizar pedidos, pagos o ver información de los productos. Donde el 28,46% de los encuestados considera “muy probable” la utilización de plataformas digitales y/o aplicaciones. El 62,92% considera “probable”, el 5,24% considera que es “ni probable ni improbable” y solo un 3,37% menciona que no es probable que se utilice.

El 91,4% de los encuestados consideran una alta probabilidad del uso de dichas tecnologías para interactuar con las panaderías. Por lo que, estos negocios deben considerar personalizar más la experiencia de los clientes a través del uso de tecnologías para aumentar la lealtad y satisfacción del cliente.

Tabla 7 Preferencias de los clientes sobre notificaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Eventos	34	12,7	12,7
	Descuentos	117	43,8	56,5
	Promociones	112	41,9	98,4
	Algún otro tema relacionado	4	1,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

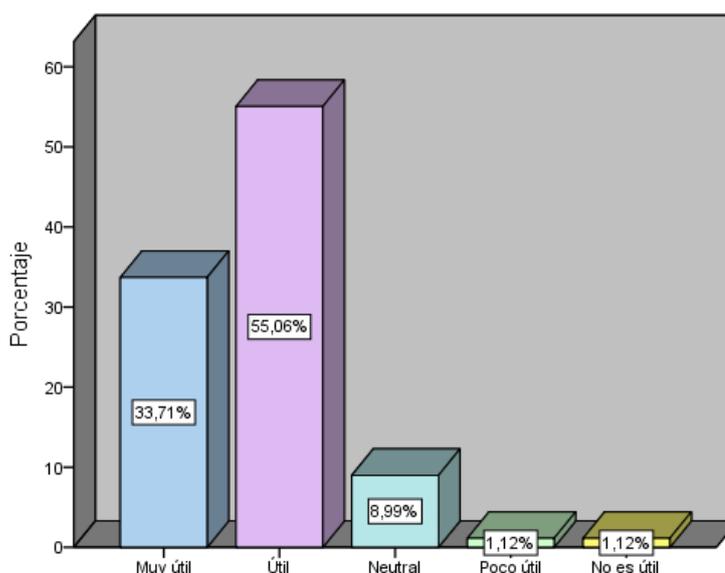
Figura 7 Preferencias de los clientes sobre notificaciones

En la mayoría de los casos a las personas les gustaría que le lleguen notificaciones a su celular acerca de los descuentos que ofrecen las panaderías con un 43,82%. Seguido de promociones el cual tiene un 41,95%. La mayor parte de los encuestados prefieren recibir notificaciones sobre descuentos, promociones y eventos relacionados con los productos y servicios que brindan. En el cual se sugiere que estos negocios deben interactuar más e implementar canales de comunicación como las redes sociales para enviar notificaciones a sus clientes.

Tabla 8 Utilidad de aplicaciones para realizar pedidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy útil	90	33,7	33,7
	Útil	147	55,1	88,8
	Neutral	24	9,0	97,8
	Poco útil	3	1,1	98,9
	No es útil	3	1,1	100
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 8 Utilidad de aplicaciones para realizar pedidos

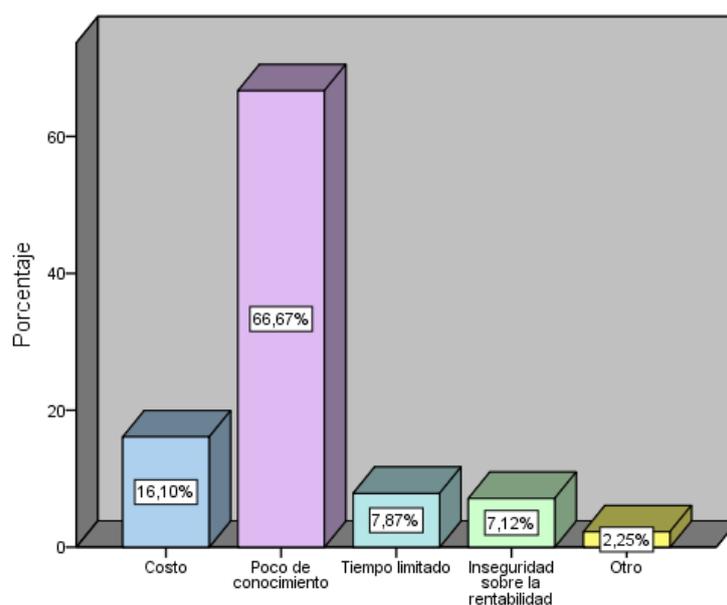
Los resultados de la tabla 8 – figura 8, muestran que un 33,71% considera que usar aplicaciones para realizar pedidos es “muy útil”, el 55,06% considera que es “útil”. Mientras que el 8,99% se mantuvo neutral en el uso aplicaciones. El 2,24% de los encuestados considera que no es tan útil.

Lo cual se interpreta que la mayoría de los encuestados con un total de 88,77% considera que el uso de aplicaciones para realizar pedidos es bastante útil, por lo que se percibe valor en el uso de estas aplicaciones, sugiriendo que los clientes aprecian la eficiencia que ofrece esta herramienta.

Tabla 9 Barreras para la implementación de herramientas digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costo	43	16,1	16,1	16,1
	Poco de conocimiento	178	66,7	66,7	82,8
	Tiempo limitado	21	7,9	7,9	90,7
	Inseguridad sobre la rentabilidad	19	7,1	7,1	97,8
	Otro	6	2,2	2,2	100
Total		267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

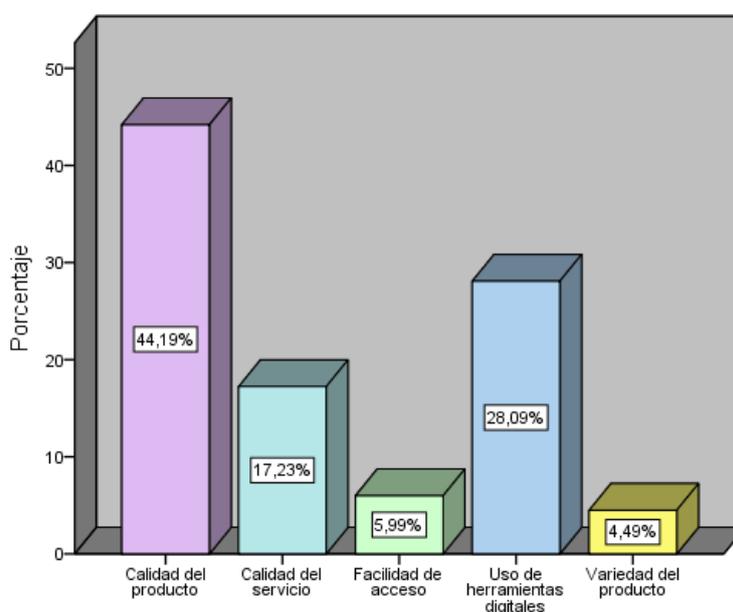
Figura 9 Barreras para la implementación de herramientas digitales

El resultado de las respuestas de los encuestados reflejada de la tabla 9 – figura 9, el 66,67% creen que la barrera principal es el poco conocimiento, mientras que el 16,10% considera que es el costo, seguido del 7,87 que es el tiempo limitado, la inseguridad sobre la rentabilidad con un 7,12% y otros aspectos el 2,25%, Lo cual da a conocer que la falta de conocimiento es una de las barreras más significativas, por encima de otras limitantes, seguida del costo y el tiempo limitado. Lo que indica la existencia de tanto en educación como en habilidades en la implementación. Aunque el costo también se encuentra dentro de las limitantes. Por lo que se requiere de capacitaciones dirigida a los dueños y empleados sobre el uso de estas tecnologías para las panaderías.

Tabla 10 Factores que determinan la competitividad en una panadería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad del producto	118	44,2	44,2
	Calidad del servicio	46	17,2	61,4
	Facilidad de acceso	16	6,0	67,4
	Uso de herramientas digitales	75	28,1	95,5
	Variedad del producto	12	4,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 10 Factores que determinan la competitividad en una panadería

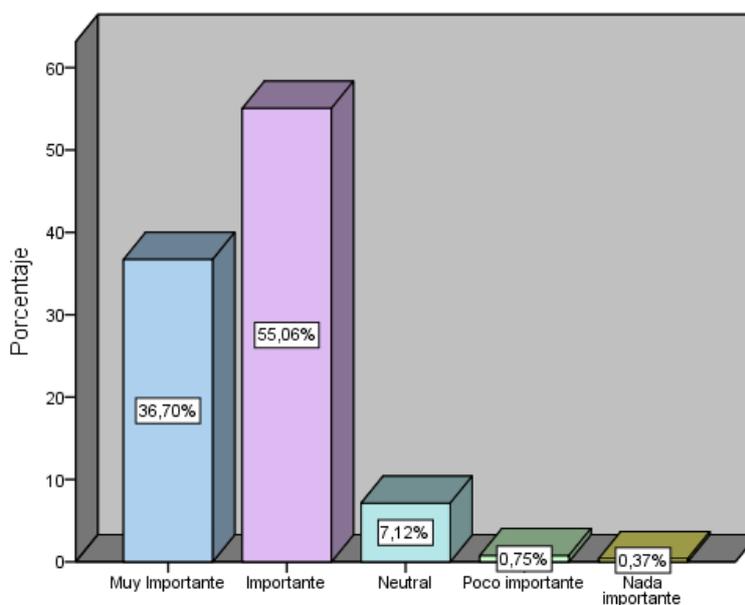
Dentro de la tabla 10 – figura 10, refleja los resultados de los factores más importantes para la competitividad de una panadería. Según los encuestados la calidad del producto con un 44,19% es el factor que mayor relevancia tiene para la competitividad, seguido del uso de herramientas digitales con un 28,09%. El 17,23% representado por la calidad del servicio, el 5,99% presentado por la facilidad de acceso y la variedad del producto con un 4,49%. Se observa que, la calidad del productos y servicio son importantes, cierto porcentaje de clientes también toman en cuenta que la digitalización también es importante. Por lo cual se prioriza el mantenimiento la calidad del producto y se demuestra que es un factor importante dentro de la competitividad y que el desarrollo digital también serviría de complemento para esto.

Tabla 11 La capacitación del personal de una panadería en herramientas digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	98	36,7	36,7	36,7
	Importante	147	55,1	55,1	91,8
	Neutral	19	7,1	7,1	98,9
	Poco importante	2	,7	,7	99,6
	Nada importante	1	,4	,4	100
Total		267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 11 La capacitación del personal de una panadería en herramientas digitales



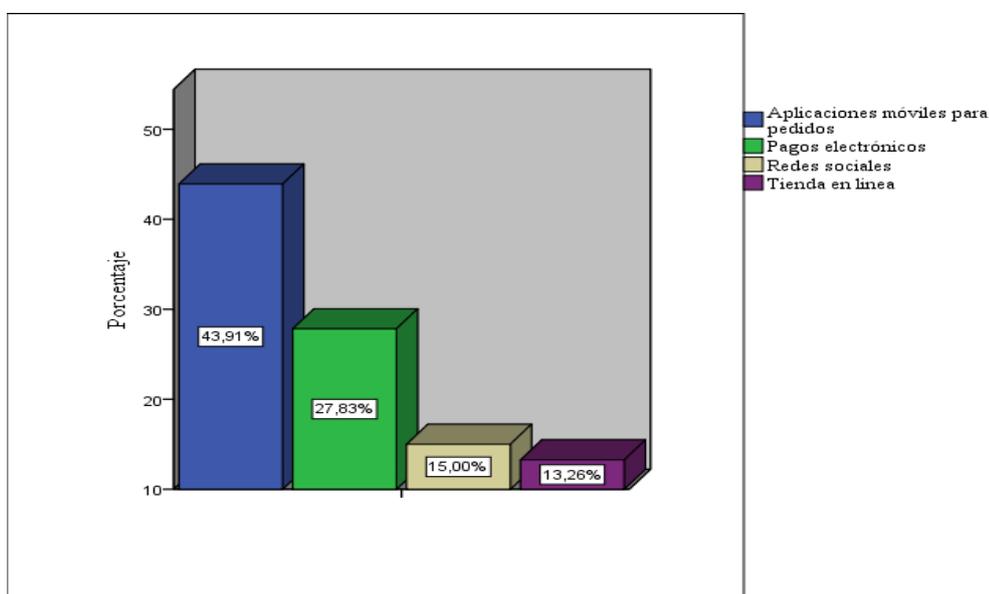
Según los resultados, refleja que los encuestados en su mayoría (55,06%) considera que es importante, seguido del 36,70% que lo considera muy importante. Siendo está en su mayoría que considera que las herramientas digitales son primordiales para la competitividad de una panadería, reforzando la idea de implementar tecnologías.

Tabla 12 Tipos de herramientas digitales

Casos					
Válidos		Perdidos		Total	
Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
267	100,0%	0	0,0%	267	100,0%
				Respuestas	Porcentaje de casos
				Nº	Porcentaje
Aplicaciones móviles para pedidos				202	43,9%
Pagos electrónicos				128	27,8%
Redes sociales				69	15,0%
Tienda en línea				61	13,3%
Total				460	100,0%

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 12 Tipos de herramientas digitales

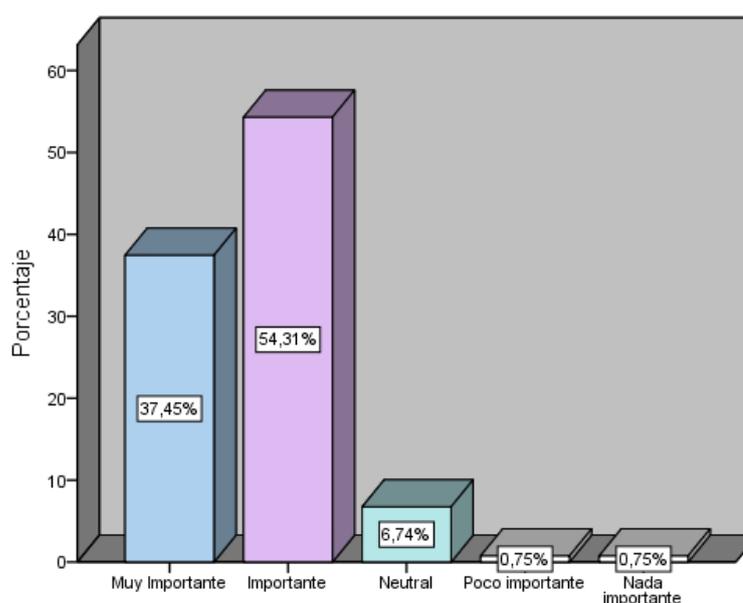


Según los resultados reflejados en la tabla 12 – figura 12, los clientes priorizan las siguientes herramientas: Aplicaciones móviles para pedidos con un 43,91%, pagos electrónicos con un 27,83%, las redes sociales con un 15% y tienda en línea con un 13,26%. Sin embargo, esta opción se podía escoger más una preferencia, el cual tuvo un porcentaje total de casos de 172,3%. Lo cual afirma que muchos clientes escogieron más de una opción, lo que quiere decir que les gustaría la integración de varias herramientas digitales.

Tabla 13 Desarrollo de habilidades tecnológicas en el personal de las panaderías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	100	37,5	37,5	37,5
	Importante	145	54,3	54,3	91,8
	Neutral	18	6,7	6,7	98,5
	Poco importante	2	,7	,7	99,2
	Nada importante	2	,7	,7	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

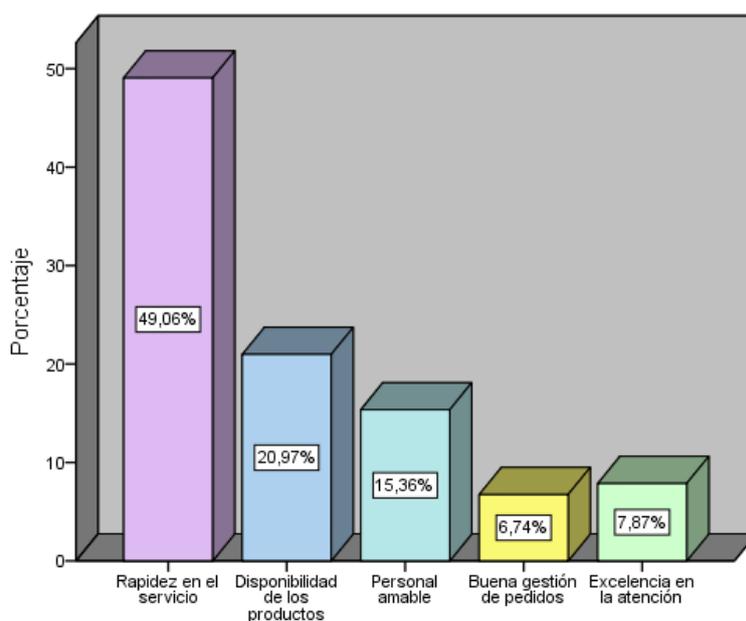
Figura 13 Desarrollo de habilidades tecnológicas en el personal de las panaderías

Con respecto a la tabla 13 – figura 13, se mide la opinión de los clientes con respecto a la importancia de que un personal esté capacitado en el conocimiento y uso de herramientas digitales, el cual se refleja que el 91,8 de los encuestados afirma que es importante y muy importante que los trabajadores de una panadería estén habilidades en el uso de tecnologías. Se considera que el personal debería tener estas habilidades para mejorar su productividad en el trabajo al igual que mejorar la experiencia del consumidor a través de esto.

Tabla 14 Factores importantes en una atención eficiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena gestión de pedidos	18	6,7	6,7
	Disponibilidad de los productos	56	21,0	27,7
	Excelencia en la atención	21	7,9	35,6
	Personal amable	41	15,4	51
	Rapidez en el servicio	131	49,1	100,0
Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

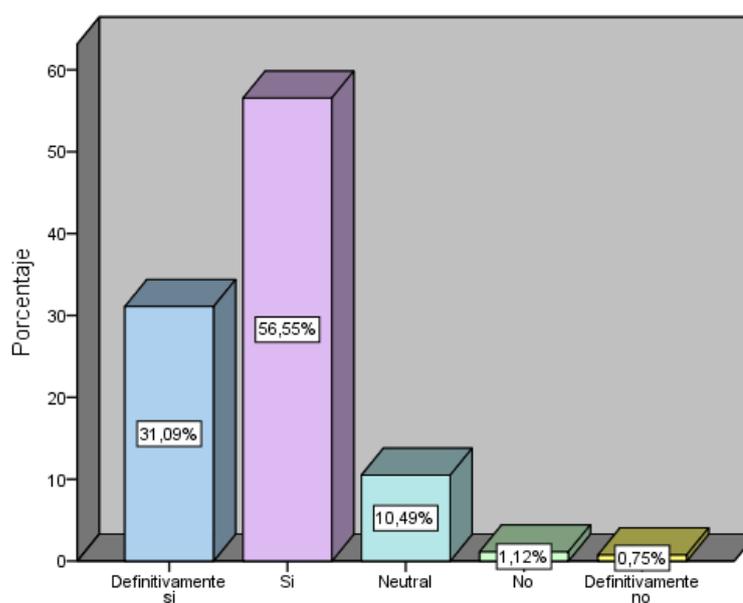
Figura 14 Factores importantes en una atención eficiente

En cuanto a la tabla 14 – figura 14, se pregunta sobre los factores que el cliente considere importante en la atención, teniendo rapidez en el servicio con un 49,06% como el factor principal, seguido de disponibilidad de los productos con un 20,97%, buena atención al cliente con 15,36%, buena gestión de pedidos con 6,74% y excelencia en la atención con 7,87%. El cual da a una interpretación que los clientes priorizan estos aspectos lo cual sugiere herramientas digitales destinadas a agilizar estos esos aspectos, como aplicaciones móviles que permitan realizar pedidos.

Tabla 15 Mejora de servicio al cliente por medio de tecnología digital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	2	,7	,7	,7
	Definitivamente si	83	31,1	31,1	31,8
	Neutral	28	10,5	10,5	42,3
	No	3	1,1	1,1	43,4
	Si	151	56,6	56,6	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

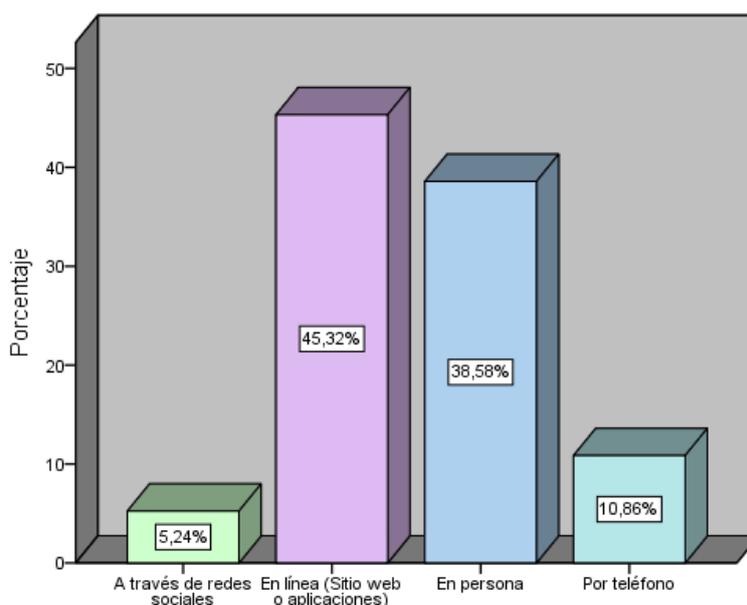
Figura 15 Mejora de servicio al cliente por medio de tecnología digital

En la tabla 15 – figura 15, se refleja la opinión de los encuestados con respecto a la importancia de las herramientas digitales en base a la mejora de la calidad de servicio, en donde el 87,64% de los clientes creen en la mejora de servicio al cliente por medio del uso de herramientas digitales. Por lo que existe una alta confianza en la digitalización para mejorar las experiencias de los usuarios.

Tabla 16 Preferencia de interacción de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A través de redes sociales	14	5,2	5,2	5,2
	En línea (Sitio web o aplicaciones)	121	45,3	45,3	50,6
	En persona	103	38,6	38,6	89,1
	Por teléfono	29	10,9	10,9	100,0
Total		267	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida de la encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate

Figura 16 Preferencia de interacción de los clientes

Dentro de las preferencias de interacción de los clientes el cual se ve reflejada en la tabla 16 – figura 16 da a conocer que prefieren interactuar en línea con un 45,32%, mientras que el 38,58% en persona, el 10,86% por teléfono y el 5,24% a través de redes sociales. Siendo las opciones, en línea y en personas las más demandadas, sin embargo, la interacción en persona sigue siendo relevante en el negocio de alimentos. Por lo que se debería ofrecer más de una opción para interactuar con el consumidor.

Análisis de la entrevista

1. ¿Actualmente utiliza alguna herramienta digital en su negocio? Si es así, ¿Cuáles son y como las implementa diariamente?

La mitad de los dueños de las panaderías entrevistados dijeron que, si utilizaban herramientas digitales en su negocio, aunque estas eran limitadas a Facebook, WhatsApp, Instagram y Tik Tok; Solamente para dar sus productos y de vez en cuando interactuaban con un cliente ya que no sabían de que más formas podrían usarla. Lo que da a conocer que estas personas solo utilizan herramientas de manera general. Mientras que la otra mitad dijeron que no utilizaban dichas herramientas en sus negocios debido a la inseguridad, poco conocimiento y la poca confiabilidad que le tienen. Esto quiere decir que el 50% de ellos que no usan la digitalización en sus panaderías pierden oportunidades de promocionar sus productos a sus clientes por medios de los distintos canales, mientras tanto, el otro 50% de los panificadores lo usan de manera básica lo que quiere decir que no están sacando el máximo a estos recursos.

2. ¿Qué tan abierto se siente hacia la adopción de tecnologías en su panadería?

Todos los dueños de las panaderías dijeron que, si estarían dispuestos a adoptar tecnologías en sus panaderías, ya que conocen los beneficios y oportunidades que les podría traer si aprenden e implementan sobre el tema. Dando a conocer que, si están dispuestos a adaptarse y cambiar a nuevos métodos de hacer las cosas, lo que sugiere que tienen una motivación a mejorar sus negocios.

3. ¿Cómo cree que las herramientas digitales ayudarían para el éxito de su negocio?

Los entrevistados dieron a conocer algunas formas en que las herramientas digitales ayudarían al éxito de su negocio, entre ellos se encuentra:

La promoción de sus productos: Mencionaron que la promoción de sus productos por medio de redes ayuda aumentar la demanda de los productos.

Reconocimiento a nivel nacional: recalcaron que podrían hacerse más visible, lo que puede aumentar su reputación.

Aumento de ventas: Dijeron que dichas herramientas pueden a vender más sus productos, lo que aumentaría su ingreso de manera significativa.

Aumentar su atracción de clientes: Estas tecnologías podrían a atraer a más clientes, aumentando su cartera de clientes e incluso su fidelidad con ellos.

4. Si la inversión en tecnología es accesible y mejora sus operaciones ¿Qué tan probable es que considere implementar herramientas digitales?

La mayoría de los entrevistados dijeron que si la tecnología era accesible si es probable que consideren invertir en herramientas digitales ya que les ayudaría a mejorar sus gestiones en ventas y publicidad de los productos. Mientras que, la minoría dijo que no podría realizar dicha inversión ya que prefieren invertir en mejorar la infraestructura de su local y otros que prefieren aumentar su producción.

5. ¿Qué factores (turismo, eventos, mejoramiento de infraestructura, marketing) han contribuido en el crecimiento de su panadería?

Los entrevistados mencionaron que los factores que más le han contribuido en el crecimiento de su negocio son los siguientes:

- Eventos: Ellos mencionan un evento anual llamado “Pan Fest” en donde se han dado a conocer y atraer a más clientes, ya que por medio de este logran promocionar sus productos.
- Turismo: El turismo por feriados y temporadas también le han ayudado en el crecimiento ya que tienen un incremento de ventas en ese periodo.
- Mejoramiento de infraestructura: El mejoramiento de sus negocios ha ayudado a que sean más atractivo para los clientes y dando una imagen más presentable.

Siendo estos factores clave que han colaborado con el crecimiento de cada uno.

6. ¿Han recibido capacitaciones de alguna entidad pública o privada o contratado capacitaciones sobre herramientas digitales para su panadería?

Los dueños han mencionado que, han recibido capacitaciones en algunas áreas como la mejora del producto y servicio al cliente, sin embargo, en áreas específicas como las herramientas digitales no han recibido ningún tipo de capacitación de entidades tanto públicas como privadas.

7. ¿Qué factores cree usted que han contribuido a la competitividad en su panadería?

Los entrevistados dieron a conocer que los siguientes factores han contribuido a la competitividad en sus panaderías

- Variedad del producto: El incremento en la variedad del producto ha ayudado a diferenciarse de la competencia.
- Ventas en diferentes lugares: Los entrevistados mencionaron que salir a vender los panes a distintas comunidades de la provincia de Santa Elena, ha fomentado sus ventas y preferencias de los clientes, ya que también se encuentran en lugares en los que pueden acceder a sus productos.
- La atención al cliente: Esto también ha formado parte fundamental para mantenerse en

el mercado.

- La innovación en la elaboración de los productos ha permitido que estas panaderías sigan siendo competentes.

8. ¿Cree usted que la implementación de herramientas digitales podría mejorar la eficiencia de las actividades diarias de la panadería?

Todos los entrevistados dijeron que, si ayudaría a sus panaderías a mejorar la eficiencia de las actividades diarias, ya que el conocimiento constante hace que se vuelva más eficiente su negocio, debido a las herramientas digitales han tenido la oportunidad de conectar por medio de WhatsApp también con sus proveedores y que estos realicen pedidos con entrega a domicilio, ayudando a gestionar mejor sus actividades. Lo cual da a conocer que los dueños observan la implementación de tecnologías como una oportunidad para conectar también con sus clientes.

9. ¿Cómo utiliza la información que le brindan los clientes mediante sus opiniones para mejorar su negocio?

La mayoría de los panaderos han usado la opinión de sus clientes para innovar o fabricar nuevos productos, mientras que la minoría han dicho que no utilizan la opinión de los clientes debido a la falta de disposición a arriesgarse.

10. ¿Usted piensa que la satisfacción y fidelidad de los clientes aumentaría si implementan el uso de herramientas digitales en sus procesos de pedidos?

La mayoría de los entrevistados dice que la satisfacción y fidelidad de los clientes si aumentaría si implementan el uso de herramientas digitales en sus procesos de pedidos, ya que la mayoría usa el celular y las redes casi todo el tiempo, e incluso aumentaría su fidelidad ya que al hacer un pedido no se querían si el producto que desean. Mientras que la menoría de los entrevistados dijo que no debido a que no es preciso tener un dispositivo y usar las redes para comprar.

Resultados

La presente investigación se enfocó en las herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena, el cual ha permitido identificar barreras que han afectado en la competitividad del sector panadero. Por

medio de encuestas y entrevistas aplicadas, se recolectó datos importantes para conocer la situación de estos negocios con respecto a la competitividad y herramientas digitales.

Resultados del objetivo específico 1

Diagnosticar la situación actual de las panaderías con respecto a las herramientas digitales.

Los resultados muestran dificultades en las panaderías con respecto a las herramientas digitales, entre las principales causas se encuentra el poco de conocimiento, la poca disponibilidad de tiempo de los panificadores, personal no capacitado, la inversión que se necesita tanto monetaria como equipos. Sin embargo, los dueños han buscado recursos a su alcance para lograr un avance y optaron por usar redes sociales dentro de sus negocios. Estas deficiencias han tenido un impacto significativo en las panaderías

Tabla 17 Matriz FODA

	Aspectos positivos	Aspectos negativos
	Fortalezas	Debilidades
Factores internos	F1. Habilidad para innovar	
	F2. Conocimiento básico sobre herramientas digitales	
	F2. Productos variados	D1. Falta de herramientas digitales
	F3. Calidad del producto	D2. Falta de recursos financieros
	F4. Distribución de los productos en diferentes partes de Santa Elena	D3. Limitaciones en recursos
	F5. Ubicación estratégica (Las panaderías se encuentran en la ruta del Spondylus)	D4. Poca presencia en redes sociales
	F6. Colaboraciones y alianza con los proveedores (La fabril, Emuturismo)	D5. Falta de capacitaciones en herramientas digitales
F7. Participación en eventos y ferias		
	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	O1. Aumento de demanda del producto	A1. Competencia de otras panaderías
	O2. Adopción de herramientas digitales	A2. Inseguridad en línea
	O3. Promoción en línea	A3. Cambio en las preferencias de los consumidores
	O4. Crecimiento del mercado panadero	
	O5. Capacitaciones en el uso de herramientas digitales	A4. Aumento en el costo de materia prima

En la matriz FODA, se da a conocer que estos negocios panificadores muestran carencias en tecnologías digitales, no se ha implementado debido el poco conocimiento, falta de tiempo y carencia de recursos financieros, estos tres factores son claves para la adopción de herramientas digitales. Superar estas barreras requiere no solo una inversión en tecnología, sino también en capacitación y en la mejora de la infraestructura tecnológica, lo que permitirá a las panaderías aprovechar el potencial de la digitalización para optimizar sus operaciones y mejorar la relaciones con los clientes.

Aun así, se ha logrado mantener en el mercado debido a su determinación, trabajando de manera activa para conservar su calidad de sus productos y servicio al cliente, participando en eventos y distribuyendo de manera ambulante por diferentes sectores de la provincia Santa Elena.

Dando a conocer su disposición a mejorar, se determina que las herramientas digitales serán de gran ayuda para los panificadores.

Resultados del objetivo específico 2

Describir cuales son los factores que determinan la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate.

Con respecto a la descripción que determinen la competitividad dentro de las panaderías en base a los análisis de las entrevistas y encuestas, por medio la tabla se puede identificar los factores que han determinado la competitividad de las panaderías de este sector.

Tabla 18 Factores que han contribuido a la competitividad en el sector panadero en la comuna Cadeate

Factores que han contribuido a la competitividad en el sector panadero

La calidad del producto: Debido a la fabricación de manera artesanal de los productos han logrado ser cuidadosos con la calidad.

Variedad de productos: Ofrecen una amplia gama de productos permitiendo satisfacer las necesidades de los clientes, no solo centrándose en la fabricación de panes sino también en la fabricación de otros productos, como pasteles, suspiros, bocadillos para eventos, etc.

Buen posicionamiento: Las panaderías cuentan con una ubicación de la mayoría de las panaderías se encuentra en la ruta del Spondylus el cual conecta la provincia de Manabí y Santa Elena, dado que es la carretera principal, facilita el acceso a los clientes potenciales.

Colaboraciones y alianzas con los proveedores: Estas colaboraciones le han permitido reducir costos e incluso fidelidad por parte de los proveedores.

Participación en eventos: Estos negocios promocionan sus productos a través de estos eventos, permitiendo generar oportunidades de generar nuevas ventas y crecer en el mercado.

Distribución de los productos: Distribuir los productos de manera ambulante ha permitido que su emprendimiento pueda continuar y obtener más ventas.

Resultados del objetivo 3

Recomendar herramientas digitales que contribuyan a la competitividad de las panaderías de la comuna Cadeate.

La situación actual por parte de la presente investigación manifiesta que la adopción de la digitalización por parte de las panaderías contribuiría en su competitividad de manera significativa, no obstante, debido a los problemas y dificultades que presentan al momento de querer implementarlas como la falta de tiempo, poco conocimiento y escases de recursos económicos. Se ha decidido hacer un plan de estrategias como aporte en la presente investigación, para lograr un correcto desempeño al momento de aplicar las herramientas digitales.

Plan estratégico para mejorar la competitividad, basado en herramientas digitales para las panaderías de la comuna Cadeate.

Objetivo General

Recomendación de herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate.

Objetivos específicos

- Proporcionar una lista de herramientas digitales efectivas y accesibles para el uso de los panificadores.
- Mejorar el conocimiento y habilidades de los propietarios y empleados del sector panadero en la comuna Cadeate.
- Aumentar la visibilidad y las ventas por medio de plataformas digitales

Diagnóstico de la situación actual

El uso actual de herramientas digitales, solo el 50% de los panaderos usan herramientas digitales básicas como redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, y WhatsApp). El otro

50% no utiliza debido a la falta de conocimiento e inseguridad. Sin embargo, todos los dueños han presentado disposición a adoptar tecnologías digitales si son accesibles y mejoran sus operaciones. Pero la disponibilidad de tiempo con el que cuenta es muy poca debido a la fabricación de sus productos toma todo el día, ya que tienen varias actividades entre atender a sus clientes y salir a vender sus productos.

Recomendación de herramientas digitales

Se identificaron varias herramientas digitales que pueden aportar de manera correcta a las panaderías, clasificándolas de acuerdo con la demanda de los consumidores y que sean accesibles para el uso dentro de los negocios.

E-commerce:

Shopify:



Esta plataforma de comercio electrónico permite a los usuarios crear tiendas en línea de manera fácil y segura, de igual forma se administra el inventario, se procesan los pagos y la tienda puede ser personalizada para el gusto del beneficiario.

Esta plataforma cuenta con planes diferentes planes

Plan de Shopify	Funciones destacadas	Precio mensual
Basic	<ul style="list-style-type: none"> • 10 sucursales de inventario • Atención al cliente personalizado 	25\$ Tarifas de tarjetas a

	mediante chat	partir de 2% de pagos externos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas globales localizadas (3 mercados) • POS Lite 	
Shopify	<ul style="list-style-type: none"> • 10 sucursales de inventario • Atención al cliente personalizado mediante chat • Ventas globales localizadas (3 mercados) • 5 cuentas para empleados adicionales • POS Lite 	<p>65\$</p> <p>Tarifas de tarjeta a partir de 1 %</p> <p>proveedores de pagos externos</p>
Advanced	<ul style="list-style-type: none"> • Informes y estadísticas personalizados • 10 sucursales de inventario • Atención al cliente personalizado mediante chat mejorada • Ventas globales localizadas (3 mercados) + mercados adicionales por \$59 USD/mes cada uno • 15 cuentas para empleados adicionales • Capacidad de pago multiplicada por 10 • POS Lite 	<p>399\$</p> <p>Tarifas de tarjeta a partir de 0,6 %</p> <p>proveedores de pagos externos</p>

Nota. Información obtenida de la página oficial de Shopify. <https://www.shopify.com/es/precios>

Beneficios: Permiten la creación de tiendas en líneas, gestionar pedidos y amplía el alcance en el mercado, facilitando las ventas y mejorando la experiencia de los clientes con opciones de entrega a domicilio.

Pasos a seguir:

1. Crea tu cuenta en Shopify, regístrate y comienza la prueba gratuita y selecciona tu plan

2. Selecciona un diseño para tu tienda online, en el panel de administración de Shopify, ve a tienda online y selecciona tema, puedes escoger desde temas gratuitos hasta tema pagados.
3. Personaliza tu tienda, modificando el diseño y los colores según la imagen de tu panadería, logotipo, nombre y fuentes.
4. Configura las opciones de pago, dirígete a configuración, haz clic en pagos y conecta tu cuenta bancaria y tarjeta de crédito, en el cual puedes poner diversos métodos de pago, como tarjeta de crédito, PayPal y pagos en efectivo al recibir el pedido.
5. Añade tus productos, ve a productos y haz clic en agregar productos, en esta área debes agregar detalles de cada uno de tus artículos, desde nombre, precio, descripción, cantidad e imagen del producto.

Atención al cliente y pedidos:

WhatsApp Business



Es una aplicación de mensajería proveniente de su aplicación original WhatsApp, sin embargo, está diseñada para empresas y pequeños emprendimientos. Se puede crear un perfil de la empresa, mensajería instantánea, se pueden configurar respuestas automáticas, cuenta con etiquetas para organizar las conversaciones y actividades, y está integrada con otras herramientas como Facebook, Instagram y otros.

Beneficio: Permite comunicarse de manera directa con los clientes, facilitando la gestión de pedidos, consultas y atención personalizada.

Pasos a seguir:

1. Primero descarga la aplicación desde tu play Store y App Store, busca “WhatsApp Businnes” e instala.
2. Ingresas el número de telefónico que usará en el negocio y confirma el código que recibió por SMS.

3. Crea el perfil de tu negocio, rellena los datos como el nombre de tu panadería, descripción, horarios de atención y el enlace a redes sociales o sitio web.
4. Configura herramientas, entre las herramientas que puedes configurar se encuentran los mensajes automáticos (chatbots), organiza a tus clientes por medio de etiquetas (pendiente, completado, en proceso)
5. Crea tu catálogo de productos, sube foto, precios y descripciones para mostrar tus productos directamente en la app.

Marketing digital

- Hootsuite:

Es una plataforma para gestionar redes sociales, permitiendo a los usuarios administrar y programar publicaciones en múltiples redes sociales desde una sola interfaz, también realiza análisis de seguimiento para monitorear el rendimiento de las publicaciones, se puede colaborar en equipo y se integra con otras herramientas.

Cuenta con un plan gratuito y planes de pago.

Plan de Hootsuite	Características	Precio mensual
Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Programación ilimitada de publicaciones 	99\$

	<ul style="list-style-type: none"> • El mejor momento para publicar recomendaciones 	1 usuario	
	<ul style="list-style-type: none"> • Informes y análisis personalizados 	10	cuentas sociales
	<ul style="list-style-type: none"> • Herramienta de evaluación comparativa competitiva 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Generador de subtítulos, hashtags e ideas de IA 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Una bandeja de entrada para todas las cuentas de redes sociales 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos de escucha 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Integración con Canva 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso de publicaciones ilimitado 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Enlace en la herramienta de biografía 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Suspender publicaciones programadas 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Roles y permisos del equipo 	249\$	
	<ul style="list-style-type: none"> • Asignar DM a compañeros de equipo 	3 usuarios	
Equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Una URL de marca personalizada 	20	cuentas sociales
	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento automático de enlace 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Todo en TEAM, más: 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Flujo de trabajo de aprobación y gestión de activos. 	Primero	se solicita una demostración
	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca de contenido 		
Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de interacción automatizadas 	A partir de 5	usuarios
	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio de sesión único (SSO) 	A partir de 50	
	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión publicitaria ilimitada 		cuentas de redes sociales
	<ul style="list-style-type: none"> • Formación gratuita de Hootsuite Academy 		

-
- Sube de nivel con estos complementos:
 - Escucha social avanzada
 - Analítica avanzada
 - Bandeja de entrada avanzada
 - Defensa de los empleados
-

Nota. Información obtenida de la página oficial de Hootsuite. <https://www.hootsuite.com/plans>

Pasos a seguir

1. Regístrate en Hootsuite creando una cuenta gratuita o eligiendo un plan según tus necesidades y conecta con tus cuentas de redes sociales
2. Planifica contenido, usando el calendario de contenido para planificar tus publicaciones en el cual puedes soltar post o cargar un archivo CSV con publicaciones masivas.
3. Programa publicaciones en horarios óptimos sugeridos por Hootsuite
4. Gestiona la interacción, responde a mensajes directos y comentarios desde la misma plataforma para mantener una interacción fluida con los clientes.

- Buffer:

The image shows a screenshot of the Buffer website. On the left, there is a login form with the Buffer logo at the top. The form includes a "Dirección de correo electrónico" field, a "Contraseña" field, and a blue "Inicia sesión" button. Below the button are links for "Crear una cuenta" and "¿Olvidaste tu contraseña?". At the bottom of the form are links for "Términos de servicio", "Política de privacidad", and "Seguridad".

On the right, there is a promotional banner with a blue and purple gradient background. The text reads: "¡Nuevo! El asistente de IA de Buffer se vuelve inteligente en las redes sociales". Below this, it says: "Crea contenido adaptado a la IA, diseñado específicamente para tu audiencia y red social. ¡Disponible para todos los planes (incluido el gratuito)!". The banner also features icons for Instagram and TikTok, and a preview of the AI Assistant interface showing a prompt: "What do you want to write about?" and a suggested response: "Write a Instagram post about our new...".

es una plataforma para gestionar las redes sociales, esta cuenta con programación de aplicaciones, gestión múltiple de las redes, analiza el rendimiento de las publicaciones. Cuenta con un plan gratuito y planes de pago.

Beneficios: Facilita la gestión de redes, permitiendo programar publicaciones, mejorando la visibilidad del negocio.

Planes de Buffer	Características	Precio mensual
Gratis	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas de planificación y publicación Creador de páginas de destino Asistente de IA 	0\$ Conecta hasta 3 canales
Fundamentales	<ul style="list-style-type: none"> Funciones gratuitas, más: <ul style="list-style-type: none"> Herramientas de participación Informes analíticos 	5\$ Para 1 canal
Equipo	<ul style="list-style-type: none"> Características de Essentials, más: <ul style="list-style-type: none"> Miembros del equipo y clientes ilimitados Borrador de herramientas de colaboración 	10\$ Para 1 canal
Agencia	<ul style="list-style-type: none"> Características del equipo, más: <ul style="list-style-type: none"> Acceso y permisos personalizados Precios amigables para agencias 	100\$ Para agencias de marketing con 10 o más canales

Nota. Información obtenida de la página oficial de Buffer. <https://buffer.com/pricing>

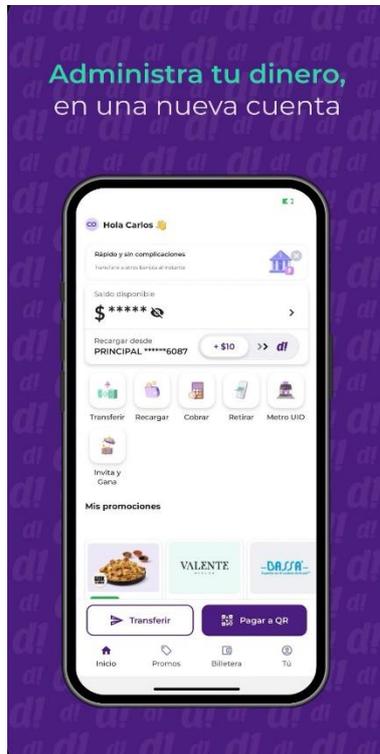
Pasos a seguir:

1. Visita [buffer](https://buffer.com) y crea una cuenta gratuita o selecciona un plan
2. conecta tus cuentas de redes sociales
3. Programación de publicaciones: accede al tablero de buffer selecciona una red social y redacta tu contenido texto imágenes o enlaces

4. Programa las publicaciones en días y horarios específicos

Pagos electrónicos

- Deuna



Es una aplicación de pago, el cual permite realizar transacciones en línea de manera segura y rápida, transferencias bancarias, pagos móviles y es reconocida por su tecnología en seguridad para proteger a los usuarios.

Tiene plan gratuito y los precios para los negocios no están públicamente disponible.

Pasos a seguir

1. Visita el sitio web oficial de una y regístrate como empresa para acceder a sus servicios
2. Configura la cuenta proporcionando información clave de tu negocio como datos legales, cuentas bancarias y detalles de contacto
3. Personaliza tus métodos de pago seleccionando el pago que desees habilitar ya sea tarjetas transferencias, pagos en efectivo entre otros.
4. Realiza pruebas en el sistema de pago antes de habilitarlo para clientes reales
5. Utiliza el panel de control para monitorear ventas procesar devoluciones y gestionar datos financieros

- Mercado Pago

Es una plataforma de pago en línea, el cual permite transacciones seguras y rápidas, se puede realizar pagos en línea, transferencia bancaria y pagos móviles

Pasos a seguir:

Regístrate y crea de manera gratuita con datos personales o comerciales

Configura los métodos de cobro que desees utilizar

En línea: Genera enlaces de pago o agrega botones directamente en tu tienda en línea

En físico: Usa códigos QR para que los clientes paguen fácilmente escaneando desde la aplicación móvil.

Capacitación sobre el uso de herramientas digitales

Objetivo: Educar y capacitar sobre el uso de herramientas digitales

Acción: Capacitación en línea

Recursos: Internet, dispositivo móvil o laptop

Páginas, sitios o aplicaciones que se pueden usar: YouTube, sitios Web, Coursera, Udemy o edX

La capacitación en línea es una manera eficiente de cumplir con dicho objetivo, ya que pueden optar por educarse, por medio de canales que ofrecen todo tipo de ayudas. Entre las plataformas más utilizadas para aprender YouTube, ya que cuenta con diversos tutoriales sobre herramientas digitales y puedes acceder en cualquier horario.

Monitoreo del uso de las herramientas digitales

Los panificadores deberán aplicar lo aprendido y crear una tienda en línea, implementar pagos electrónicos y gestionar sus redes.

- Se debe establecer cronogramas de implementación para cada herramienta
- Elegir un responsable en cada panadería para liderar el proceso de digitalización
- Evaluar el progreso y resolver dudas de manera mensual por medio de reuniones.

La implementación adecuada de estas tecnologías tiene la capacidad de transformar significativamente la competitividad de manera positiva en las panaderías de la comuna Cadeate.

Discusión

La investigación muestra la importancia en la implementación de tecnologías digitales en estos negocios para que opten por otros métodos de pagos, plataformas y aplicaciones seguras, que puedan aportar de manera positiva, Este plan estratégico, busca mejorar las ventas, personalizar la experiencia de los clientes, aumentar su visibilidad en redes, promover el uso de plataformas digitales en las que puedan crear una tienda virtual para promocionar y vender sus productos.

Al investigar las herramientas que contribuirían en la competitividad de las panaderías, se dio a conocer la preferencia de los encuestados eran todo tipo de herramientas para saber, interactuar y comprar en las panaderías ya que las opciones eran las aplicaciones de pedidos, pagos electrónicos, redes sociales y tienda en línea,

De acuerdo con el trabajo investigativo titulado “Estrategias de marketing digital para la mejorar el posicionamiento empresarial de la panadería Caicedo S.A.C- Chiclayo” también se observó la preferencia hacia el uso redes sociales, páginas web, para atraer y aumentar la fidelidad de los clientes dentro de la panadería.

En este estudio se observó que solo usaban Facebook como medio para publicitar el negocio pero que no era dinámica ya que solo tenían publicaciones antiguas y no contaban con más herramientas digitales debido a los costos adicionales y capacitaciones.

Por otro lado, al describir las tecnologías digitales como solución, se recomendó la utilización de plataformas digitales y aplicaciones para opten por sitios web, comercio

electrónico, pagos electrónicos, como medidas para distribuir y vender sus productos, también la interacción con los clientes para generar lealtad y aumento de visibilidad.

Sin embargo, una limitación de esta investigación es la propuesta directa de la creación páginas web y creaciones de perfiles para las diferentes aplicaciones para poder comercializar de manera electrónica, el cual podría haber ahorrado tiempo. Asimismo, la capacitación constante en habilidades digitales para los panaderos para no quedarse atrás en la era digital. La introducción de temas más específicos y consideración de variables más concretas como la gestión interna de las panaderías también podrían haber proporcionado recomendaciones más detalladas y aplicables.

En la investigación realizada por De la Rosa (2022), titulado “Herramientas digitales y el proceso administrativo de la microempresa Lavandería Jeremy del cantón Salinas, provincia Santa Elena” presenta varios temas similares a nuestra investigación. La microempresa Lavandería Jeremy se identificó que no se utiliza herramientas digitales en su proceso administrativo lo que limita su capacidad de mejorar su competitividad en un mercado cada vez más digitalizado, operando solo de manera mecánico-manual, impidiendo la sistematización y agilización de procesos.

También se tiene como limitante la falta de conocimiento en esta área digitalizada, teniendo la resistencia al cambio como un factor que contribuyen a su situación. A diferencia de las panaderías de esta comunidad que optan por estar dentro de la era digitalizada, pero sin saber cómo o donde empezar.

En esta investigación se dio como solución la implementación de capacitaciones e introducción de herramientas digitales para mejorar su gestión, lo cual permitirá organizar tareas, una mejor comunicación interna y optimización del tiempo.

En conclusión, tanto los trabajos investigativos en la discusión como este trabajo investigativo recalcan la necesidad de transformación digital integral, que no solo se contempla en la adopción de estas tecnologías, sino también se incluya la capacitación del personal. La implementación de herramientas y estrategias es esencial para que las panaderías, y en general las microempresas puedan mantenerse y competir en un mercado cada vez más digitalizado, ya que la falta de acción ante estos cambios podría resultar en pérdida de oportunidades para atraer y retener clientela, comprometiendo la viabilidad de los negocios.

Conclusiones

En conclusión, el análisis de como las herramientas digitales mejoran la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, revela que la integración de estas tecnologías según investigaciones realizadas no solo optimiza procesos, sino también ayuda en la potenciación de visibilidad y alcance. Ya que por medio de la adopción de plataformas se puede lograr una mayor eficiencia en la atención al cliente, teniendo así una comunicación más efectiva, aumentando su clientela, fortaleciendo su posición en el mercado local. Estos recursos se presentan como un factor clave para la sostenibilidad de las panaderías ya que permiten adaptarse a las demandas del consumidor moderno y sus dinámicas.

La situación pone en manifiesto el panorama en el que el poco conocimiento de herramientas digitales representa un obstáculo significativo para su competitividad en el mercado que avanza hacia la digitalización. Asimismo, el escaso conocimiento, la falta de tiempo y la insuficiencia en recursos financieros, los panificadores presentan disposición y determinación al mantener calidad de sus productos y establecer relaciones cercanas con los clientes. Este compromiso con la calidad de productos y servicios ha logrado, a pesar de las limitaciones, las panaderías continúen operando y conservando su clientela.

Los factores que han contribuido en su competitividad son algunos, la calidad artesanal del producto ha sido diferenciador clave en un mercado donde los clientes valoran la autenticidad y el sabor. Además de productos variados, que va más allá de lo tradicional e incluye otros productos, les permite satisfacer un aspecto más amplio de necesidades de los clientes. El buen posicionamiento geográfico de la mayoría de las panaderías ha facilitado el acceso de clientes potenciales y contribuido al reconocimiento del mercado. Por otra parte, las colaboraciones y alianzas estratégicas con proveedores han permitido fomentar una relación de fidelidad entre ambas partes.

El desarrollo de un plan estratégico que incluya la recomendación de herramientas digitales y autocapacitación tanto de jefes como del personal es importante para que los negocios puedan superar las barreras actuales, permitiendo una modernización en sus procesos y facilitando la adopción en un entorno digital el cual es cada vez más relevante. Para finalizar, la adopción de herramientas digitales es un paso necesario para que las panaderías de Cadeate puedan valer su potencial y seguir desarrollándose en un mercado competitivo, contribuyendo a un crecimiento sostenible a largo plazo. De igual forma contribuyendo al desarrollo económico de su comunidad lo que a su vez ayudará a fomentar las MiPymes en la provincia Santa Elena, creando un ciclo de crecimiento que beneficiará a todos los involucrados.

Recomendación

Se recomienda a los dueños de las panaderías implementar las herramientas digitales en áreas que fomente su participación en el mercado y aumente su competitividad tales como: Atención al cliente, pagos electrónicos, páginas web y redes sociales.

Se recomienda fomentar uso de la capacitación digital en los jefes y personal de las panaderías de la comuna Cadeate sobre el uso de herramientas digitales, tal como la creación y manejo de sitios web, aplicaciones, marketing digital a través de la gestión e interacción continua de redes sociales y pagos electrónicos. Los beneficios que se muestran, como la gestión de pedidos y comunicación con los clientes. Además de mostrar plataformas que puedan servir para la capacitación en línea y auto educación para puedan contribuir en el desarrollo de sus habilidades en esta área.

Se aconseja que por medio de la utilización de las tecnologías digitales se potencie los factores clave en la competitividad que tienen las panaderías, entre ellas está la innovación, atención al cliente y calidad del producto, ya que cada uno de estos elementos puede ser mejorado mediante el aprovechamiento de herramientas digitales que permitan fomentar la variedad y calidad del producto. Poniendo información de la gama de productos que brindan, creando una presencia en línea sólida por medio de marketing digital, como la publicidad en las redes sociales y mantener la atención de los clientes actuales y captar el interés de nuevos clientes.

Se recomienda un plan estratégico en el cual se recomienden plataformas, aplicaciones y páginas web, que se adapten a las necesidades demandadas y que puedan mejorar la competitividad, para implementar el comercio electrónico usar herramientas como Shopify. Para la comunicación y atención al cliente se sugiere utilizar WhatsApp Business debido a la rapidez a consultas y la toma de pedidos personalizados, al igual que plataformas que faciliten los pagos, asimismo, que faciliten la gestión de redes sociales. Esta integración dentro de las panaderías de la comuna Cadeate no solo optimiza la gestión interna y la atención, sino que permite un alcance más amplio a nivel provincial.

Referencias

- Cartagena, A. G. (2022). *Bogotá : Fundación Universitaria del Área Andina*. Herramientas digitales estrategia para mejorar la competitividad en las MIPYMES colombianas: estrategia del análisis la omnicanalidad.: <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4497>
- Cisneros, E. (2016). *E-COMMERCE*. Editorial Macro. <https://doi.org/https://books.google.com.ec/books?id=UtwyDwAAQBAJ>
- De La Rosa, K. R. (2022). *Herramientas digitales y el proceso administrativo de la microempresa lavandería Jemery del cantos Salinas, provincia de Santa Elena*. Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10877/1/UPSE-TAE-2024-0036.pdf>
- Digitales. (2021). *Digitales* . Guía para la Transformación Digital de las Pymes : <https://www.digitales.es/wp-content/uploads/2021/09/guiadigitalizacionpymes-1.pdf>
- Hopkins, J., & Turner, J. (2012). *Mobile Marketing*. EDICIONES ANAYA MULTIMEDIA. <https://doi.org/M.24.032-2012>
- Kloter, P., & Keller, K. (2012). *MARKETING MANAGEMENT*. Pearson Education, Inc. <https://doi.org/978-607-32-1245-8>
- Ortiz O, A. &. (2019). *Pymes, competencias laborales y TIC: competitividad, productividad e innovación organizacional*. Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. <https://doi.org/> <https://elibro.net/es/ereader/upse/131480?page=20>
- Abofol, T., Erev, I., & Sulitzeanu-Kenan, R. (2023). Conformity and Group Performance. *Human Nature*, 34(3), 381–399. <https://doi.org/10.1007/s12110-023-09454-2>
- Aggogeri, F., Faglia, R., Mazzola, M., & Merlo, A. (2015). Automating the Simulation of SME Processes through a Discrete Event Parametric Model. *International Journal of Engineering Business Management*, 7. <https://doi.org/10.5772/59958>
- Armas, J. A. (2019). Digitalización empresarial: una nueva adopción tecnológica. *Review of Global Management*, 4(1). <https://doi.org/10.19083/rgm.v4i1.914>
- Bautista-Ordoñez, J., & Santamaria-Manobanda, S. (2023). Herramientas de marketing digital para automatizar los procesos de emprendimientos de la ciudad de Esmeraldas, en el año 2023. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3–1). <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3-1.1880>

- Brown, S. P., & Zahn, W. (2010). Customer Satisfaction/Dissatisfaction. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01016>
- Castillo-Tapuy, A. Y., & Montenegro-Ramírez, A. F. (2022). Evolución del uso de plataformas digitales para la adquisición de bienes y servicios Postcovid19. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 567-578. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1280>
- Chuya Chuya, J., Condo Herrera, K., Uriguen Aguirre, P. A., & León Serrano, L. A. (2021). Economía digital, herramienta para mejorar la competitividad y productividad en las PYMES caso: Machala-Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT, ISSN-e 2588-0705, Vol. 6, N°. 3, 2021 (Ejemplar Dedicado a: Administration (May-Jun))*, Págs. 76-86, 6(3), 76-86. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.543>
- Čiarnienė, R., & Stankevičiūtė, G. (2015). Theoretical Framework of E-Business Competitiveness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 734-739. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.11.528>
- Díaz, P. (2023, June 5). *Tecnología al servicio de la eficiencia y satisfacción en restaurantes*. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tecnologia-al-servicio-de-la-eficiencia-y-satisfaccion-en-restaurantes>. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tecnologia-al-servicio-de-la-eficiencia-y-satisfaccion-en-restaurantes>
- Fanelli, R. M. (2021). Barriers to Adopting New Technologies within Rural Small and Medium Enterprises (SMEs). *Social Sciences*, 10(11), 430. <https://doi.org/10.3390/socsci10110430>
- Fundación Telefónica. (2022). *LIBRO BLANCO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TERCER SECTOR* (Fundación Telefónica, Ed.). Gráficas Aries S.A. https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/publicaciones/751/Libro_Blanco_de_la_Transformacion_Digital_del_Tercer_Sector.pdf
- Galarza-Sánchez, P. C., Agualongo-Yazuma, J. C., & Jumbo-Martínez, M. N. (2022). Innovación tecnológica en la industria de restaurantes del Cantón Pedro Vicente Maldonado. *Journal of Economic and Social Science Research*, 2(1). <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v2/n1/45>
- Gallardo Urteaga, M. L. (2020). Estrategia de marketing digital para mejorar el posicionamiento empresarial de la panadería Caicedo S.A.C.- Chiclayo. *Repositorio Institucional - USS*. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6848>
- Ganiyu, R. A., Uche, I. I., & Elizabeth, A. O. (2012). Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty? *Australian Journal of Business and Management Research*, 02(07),

- 14–20. <https://doi.org/10.52283/NSWRCA.AJBMR.20120207A02>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios.* (n.d.). Retrieved July 13, 2024, from <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- López-Martín, Á. (2024). Capacitación tecnológica y formación en verificación en los medios de comunicación españoles. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(4), 1–14. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5208>
- Manlig, F., Šlaichová, E., Koblasa, F., & Vavruška, J. (2014). Innovation of Business Processes by Means of Computer-Aided Simulation. *Applied Mechanics and Materials*, 474, 67–72. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.474.67>
- Martínez-Prats, G. (2022). Acercamiento al comercio electrónico desde la perspectiva económica. *Revista de Investigaciones Universidad Del Quindío*, 34(2). <https://doi.org/10.33975/riuq.vol34n2.967>
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, 181–209. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941264005>
- Mauricio, E., Lugmaña, C., Cecilia, J., Erazo, M., Verónica, N., Chisaguano, C., Fernanda, P., Martínez, O., Elizabeth, P., & Guanotasig, R. (2023). Estrategias de Transformación con Herramientas Digitales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 5619–5637. https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V7I6.9106
- Merín-Rodríguez, J., Dasí, À., & Alegre, J. (2024). Digital transformation and firm performance in innovative SMEs: The mediating role of business model innovation. *Technovation*, 134, 103027. <https://doi.org/10.1016/J.TECHNOVATION.2024.103027>
- Montalvo, L., Farías, G., Pacheco, A., & Ollague, J. (2020). Impacto de la tecnología business process management en la atención a clientes de organizaciones privadas. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6–1), 328–341. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.432>
- Narvaez, M. (n.d.). *¿Qué es una población? Definición, tipos y métodos de estudio.* Retrieved July 13, 2024, from <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-poblacion/>
- Natasuwarna, A. P. (2021). Workshop of Web Analytics and Google My Business as Digital Marketing Tools. *JUDIMAS*, 1(1), 50. <https://doi.org/10.30700/jm.v1i1.996>
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: creacion y sostenimiento de un desempeño superior.* Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/114080>

- Publicaciones Semana S.A. (2021, October 25). *El 58 % de las pymes en Latinoamérica ya invierten en tecnología para aumentar la productividad en sus procesos de transformación digital* - *Semana*.
<https://www.semana.com/economia/capsulas/articulo/el-58-de-las-pymes-en-latinoamerica-ya-invierten-en-tecnologia-para-aumentar-la-productividad-en-sus-procesos-de-transformacion-digital/202104/>
- Rojas García José Antonio, García-Blásquez López Javier, & Moore Torres Rosa Karol. (2024). *Emprendimiento digital: herramientas y metodologías aplicadas para pymes*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
<https://elibro.net/es/lc/bibliotecautpl/titulos/257888>
- Saihi, A., Ben-Daya, M., & As'Ad, R. (2024). Advancing Maintenance Digital Transformation: A Conceptual Framework to Guide Its Effective Implementation. *IEEE Engineering Management Review*, 52(1), 121–150.
<https://doi.org/10.1109/EMR.2023.3331151>
- Sainz Zárate, N. G. (2022). Tendencias digitales en los procesos de innovación de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 38. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.509>
- Samaniego Alcántar, Á., Trejo Pech, C. O., Mongrut Montalván, S., & Fuenzalida O'Shee, D. (2012). Comportamiento del inversionista a diferentes niveles de inversión en I+D. *Contaduría y Administración*, 57(3). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2012.399>
- Santiago Tepantlán, C., Almaguer Vargas, G., & Ayala Garay, A. V. (2012). Innovación y competitividad en México. *Innovación y Competitividad En México*, 93–103.
- Shum Xie, Y. M. (2019). *Marketing digital: navegando en aguas digitales*. Ediciones de la U.
<https://elibro.net/es/lc/utiec/titulos/127095>
- Tecnológico Superior Japón, I., & Nelson Salgado-Reyes, E. I. (2023). Tecnologías disruptivas y su impacto en el mercado laboral. *Dominio de Las Ciencias*, 9(2), 2418–2431.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3418>
- Terry Anderson. (2008). *The Theory and Practice of Online Learning* (T. Anderson, Ed.). Athabasca University Press. <https://doi.org/10.15215/aupress/9781897425084.01>
- Vega Guerrero, N. (2015). *La innovación como enfoque empresarial en Barcelona*. Universidad Santo Tomas. <https://doi.org/10.15332/tg.pre.2020.00171>
- Vilcacundo Chiliquinga, M. A. (2022). *Estrategias de marketing para el incremento de ventas en la panadería y repostería "Pan Quemado."* Universidad Técnica de Ambato. Facultad

de Ciencias Administrativas. Carrera de Mercadotecnia.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/36353>

Villacis, L. (2021). Herramientas digitales en la reactivación económica en época de pandemia Covid-19. =, 2(2). <https://doi.org/10.59773/ci.v2i2.23>

Vučeković, M., Medić, Z., & Marković, D. (2020). E-learning for entrepreneurial skills in a digital business environment. *International Review*, 1–2, 27–33.
<https://doi.org/10.5937/intrev2001027V>

Xue, M., & Harker, P. T. (2002). Customer Efficiency. *Journal of Service Research*, 4(4), 253–267. <https://doi.org/10.1177/1094670502004004003>

Apéndice

Apéndice 1 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología		
Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.	¿De qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad de las panaderías de la comuna Cadeate, provincia, Santa Elena 2024?	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar de qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.</p>	La importancia de las herramientas digitales para la competitividad en las panaderías en la comuna Cadeate	Herramientas digitales	Importancia de las herramientas digitales	Tasa de adopción tecnológica	<p>Diseño de investigación: Descriptivo</p> <p>Enfoque: Mixto</p> <p>Metodología de la investigación: Deductivo</p> <p>Población: Panificadores de la comuna Cadeate</p> <p>Técnicas e instrumentos: Entrevista Encuesta</p>		
	<p>Sistematización del problema</p> <p>¿Cuál es la situación de las panaderías en la comuna Cadeate con respecto al uso de las herramientas digitales?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Diagnosticar la situación actual de las panaderías con respecto a las herramientas digitales.</p>				Identificación de herramientas digitales		Implementación de nuevas tecnologías	Aprovechamiento del uso de herramientas digitales
	¿Cuál es la situación de las panaderías en la comuna Cadeate con respecto a la competitividad?	<p>Describir cuales son los factores que determinan la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate.</p>				Capacitación digital		Disposición para invertir en tecnología	Tipo de herramientas digitales
	¿Qué herramientas digitales se adaptan mejor a las necesidades de la panadería y contribuyen con la	Recomendar herramientas digitales que contribuyan a				Competitividad		Barreras para la implementación de herramientas digitales	Mejora competitiva a través de las herramientas digitales
					Innovación	Capacitación en línea	Procesos de venta		

competitividad?	la competitividad de panaderías de la comuna Cadeate.	Calidad de servicio	Desarrollo de Habilidades Eficiencia en la atención Satisfacción al cliente
-----------------	---	---------------------	--

Apéndice 2 Matriz de Operacionalización – Encuesta

Título	Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Medidas
Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.	Herramientas digitales	Tal como menciona Mauricio E (2023) Las herramientas digitales representa la combinación entre la tecnología y la funcionalidad, aportando soluciones que transformen la manera en que se realizan las tareas con el aprovechamiento de las tecnologías	Adopción tecnológica	Tasa de adopción tecnológica	¿Conoce sobre las herramientas digitales?	Definitivamente si Si Neutral No Definitivamente no
					¿Conoce usted o ha usado algún tipo de plataforma digital para realizar pedidos en línea o hacer alguna consulta en una panadería?	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías No conozco ninguna plataforma digital en panaderías
				Implementación de nuevas tecnologías	¿Le gustaría a usted que las panaderías utilicen tecnologías digitales para facilitar la compra y pago de sus productos?	Definitivamente si Si Neutral No Definitivamente no
			Importancia de las	Aprovechamiento del uso de	¿Qué tan importante es para usted que se implemente nuevas tecnologías en las panaderías?	Muy importante Importante Neutral Poco importante Nada importante Muy probable

		herramientas digitales	herramientas digitales	aplicaciones para realizar pedidos, pagos o ver información de los productos?	Probable Ni probable ni improbable Poco probable Nada probable
			Inversión en tecnología	¿Sobre qué le gustaría que le lleguen notificaciones a su celular acerca de las panaderías?	Eventos Descuentos Promociones Algún otro tema relacionado a los productos
		Identificación de herramientas digitales	Tipo de herramientas digitales	¿Qué tan útil le resulta usar aplicaciones para realizar pedidos?	Muy útil Útil Neutral Poco útil No es útil
			Barreras para la implementación de herramientas digitales	¿Cuál cree usted que es la barrera principal para que la panadería implemente herramientas digitales?	Costo Poco de conocimiento Tiempo limitado Inseguridad sobre la rentabilidad Otro (Especifique)
Competitividad	Porter (2015) define la competitividad como el éxito o el fracaso de las empresas por medio de las actividades que	Capacitación digital	Mejora competitiva a través de las herramientas digitales Capacitación en	¿Cuál de los siguientes factores considera usted más importante para la competitividad de una panadería?	Calidad del producto Calidad del servicio Facilidad de acceso Uso de herramientas digitales Variedad del producto

favorecieron su
desempeño.

	línea	¿Qué nivel de importancia tiene para usted la capacitación del personal de una panadería en el uso de herramientas digitales?	Muy importante Importante Neutral Poco importante Nada importante
Innovación	Procesos de venta	¿Qué tipo de herramientas digitales le gustaría que apliquen en las panaderías?	Aplicaciones móviles para pedidos Pagos electrónicos Redes sociales Tienda en línea Otros (Especifique)
	Desarrollo de Habilidades	¿Qué tan importante es para usted que el personal desarrolle habilidades en el uso de tecnologías digitales?	Muy importante Importante Neutral Poco importante Nada importante
Calidad de servicio	Eficiencia en la atención	¿Cuáles de los siguientes factores considera más importantes para una atención eficiente en la panadería?	Rapidez en el servicio Disponibilidad de los productos Personal amable Buena gestión de pedidos Excelencia en la atención
	Satisfacción al cliente	¿Cree que el uso de herramientas digitales mejoraría la calidad de servicio al cliente dentro de las panaderías?	Definitivamente si Si Neutral No Definitivamente no

¿Cómo prefiere interactuar en
una panadería?

En persona
Por teléfono
En línea (Sitio web o
aplicaciones)
A través de redes sociales
Otra especifique

Apéndice 3 Matriz de Operacionalización – Entrevista

Título	Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.	Herramientas digitales	Tal como menciona Mauricio E (2023) Las herramientas digitales representa la combinación entre la tecnología y la funcionalidad, aportando soluciones que transformen la manera en que se realizan las tareas con el aprovechamiento de las tecnologías. Porter (2015) define la competitividad como el éxito o el	Adopción tecnológica	Taza de adopción tecnológica	¿Actualmente utiliza alguna herramienta digital en su negocio? Si es así, ¿Cuáles son y como las implementa diariamente?
			Importancia de las herramientas digitales	Implementación de nuevas tecnologías	¿Qué tan abierto se siente hacia la adopción de tecnologías en su panadería?
			Identificación de	Aprovechamiento del uso de herramientas digitales	¿Cómo cree que las herramientas digitales ayudarían para el éxito de su negocio?
			herramientas digitales	Disposición para invertir en tecnología	Si la inversión en tecnología es accesible y mejora sus operaciones ¿Qué tan probable es que considere implementar herramientas digitales?
	Capacitación digital		Tipo de herramientas digitales	¿Qué factores (turismo, eventos, mejoramiento de infraestructura, marketing) han contribuido en el crecimiento de su panadería?	
	Innovación		Mejora competitiva a través de las herramientas digitales Capacitación en línea	¿Han recibido capacitaciones de alguna entidad pública o privada o contratado capacitaciones sobre herramientas digitales para su panadería?	
	Competitividad			Procesos de venta	¿Qué factores cree usted que han contribuido a la competitividad en su panadería?

fracaso de las empresas por medio de las actividades que favorecieron su desempeño.	Calidad de servicio	Desarrollo de Habilidades	¿Cree usted que la implementación de herramientas digitales podría mejorar la eficiencia de las actividades diarias de la panadería?
		Eficiencia en la atención	¿Cómo utiliza la información que le brindan los clientes mediante sus opiniones para mejorar su negocio?
		Satisfacción al cliente	¿Usted piensa que la satisfacción y fidelidad de los clientes aumentaría si implementan el uso de herramientas digitales en sus procesos de pedidos?

Apéndice 4 Matriz de Operacionalización – Encuesta

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 	
Herramientas digitales para la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, año 2023.	
Encuesta dirigida a los clientes de las panaderías de la comuna Cadeate	
Objetivo: Analizar de qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.	
Soy Janina PARRALES estudiante de la UPSE. Estimado cliente, estamos realizando un estudio investigativo sobre las panaderías de la comuna Cadeate con el objetivo recomendar herramientas digitales para mejorar la competitividad de dichos negocios. Por ende, su opinión es muy importante para esta investigación. Gracias por su colaboración.	
DATOS GENERALES	
EDAD:	
Variable: Herramientas digitales	
Dimensión: Adopción tecnológica	Indicador: Tasa de adopción tecnológica
<p>1. ¿Conoce sobre las herramientas digitales?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Definitivamente si <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> Neutral <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Definitivamente no <p>2. ¿Conoce usted o ha usado algún tipo de plataforma digital para realizar pedidos en línea o hacer alguna consulta en una panadería?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Si, he utilizado plataforma digital en una panadería <input type="radio"/> He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías <input type="radio"/> No conozco ninguna plataforma digital en panaderías <p>3. ¿Le gustaría a usted que las panaderías utilicen tecnologías digitales para facilitar la compra y pago de sus productos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Definitivamente si <input type="radio"/> Si <input type="radio"/> Neutral <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Definitivamente no 	
Dimensión: Adopción tecnológica	Indicador: Implementación de nuevas tecnologías
<p>4. ¿Qué tan importante es para usted que se implemente nuevas tecnologías en las panaderías?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy Importante <input type="radio"/> Importante <input type="radio"/> Neutral <input type="radio"/> Poco importante <input type="radio"/> Nada importante 	
Dimensión: Importancia de las herramientas digitales	Indicador: Aprovechamiento del uso de

	herramientas digitales
5. ¿Qué tan probable es que use plataformas digitales y/o aplicaciones para realizar pedidos, pagos o ver información de los productos? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy Probable <input type="radio"/> Probable <input type="radio"/> Ni probable ni improbable <input type="radio"/> Poco probable <input type="radio"/> Nada probable 	
Dimensión: Importancia de las herramientas digitales	Indicador: Inversión en tecnología
6. ¿Sobre qué le gustaría que le lleguen notificaciones a su celular acerca de las panaderías? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Eventos <input type="radio"/> Descuentos <input type="radio"/> Promociones <p>Algún otro tema relacionado a los productos</p>	
Dimensión: Identificación de herramientas digitales	Indicador: Tipo de herramientas digitales
7. ¿Qué tan útil le resulta usar aplicaciones para realizar pedidos? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy útil <input type="radio"/> Útil <input type="radio"/> Neutral <input type="radio"/> Poco útil <input type="radio"/> No es útil 	
Dimensión: Identificación de herramientas digitales	Indicador: Barreras para la implementación de herramientas digitales
8. ¿Cuál cree usted que es la barrera principal para que la panadería implemente herramientas digitales? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Costo <input type="radio"/> Poco de conocimiento <input type="radio"/> Tiempo limitado <input type="radio"/> Inseguridad sobre la rentabilidad <input type="radio"/> Otro (Especifique) 	
Variable: Competitividad	
Dimensión: Capacitación digital	Indicador: Mejora competitiva a través de las herramientas digitales
9. ¿Cuál de los siguientes factores considera usted más importante para la competitividad de una panadería? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Calidad del producto <input type="radio"/> Calidad del servicio <input type="radio"/> Facilidad de acceso <input type="radio"/> Uso de herramientas digitales <input type="radio"/> Variedad del producto 	
Dimensión: Capacitación digital	Indicador: Capacitación en línea
10. ¿Qué nivel de importancia tiene para usted la capacitación del personal de una panadería en el uso de herramientas digitales? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy Importante <input type="radio"/> Importante <input type="radio"/> Neutral 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Poco importante ○ Nada importante 	
Dimensión: Innovación	Indicador: Procesos de venta
<p>11. ¿Qué tipo de herramientas digitales le gustaría que apliquen en las panaderías?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicaciones móviles para pedidos ○ Pagos electrónicos ○ Redes sociales ○ Tienda en línea ○ Otros (Especifique) 	
Dimensión: Innovación	Indicador: Desarrollo de habilidades
<p>12. ¿Qué tan importante es para usted que el personal desarrolle habilidades en el uso de tecnologías digitales?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Muy Importante ○ Importante ○ Neutral ○ Poco importante ○ Nada importante 	
Dimensión: Calidad de servicio	Indicador: Eficiencia en la atención
<p>13. ¿Cuáles de los siguientes factores considera más importantes para una atención eficiente en la panadería?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Rapidez en el servicio ○ Disponibilidad de los productos ○ Personal amable ○ Buena gestión de pedidos ○ Excelencia en la atención 	
Dimensión: Calidad de servicio	Indicador: Satisfacción al cliente
<p>14. ¿Cree que el uso de herramientas digitales mejoraría la calidad de servicio al cliente dentro de las panaderías?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Definitivamente si ○ Si ○ Neutral ○ No ○ Definitivamente no <p>15. ¿Cómo prefiere interactuar en una panadería?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En persona ○ Por teléfono ○ En línea (Sitio web o aplicaciones) ○ A través de redes sociales ○ Otra (especifique) 	

Apéndice 5 Instrumento de investigación - Entrevista

	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
Herramientas digitales para la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, año 2023.		
Entrevista dirigida a los dueños de las panaderías de la comuna Cadeate		
Objetivo: Analizar de qué manera las herramientas digitales mejoran la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.		
DATOS GENERALES		
NOMBRE DE LA PANADERÍA:		
NOMBRE DEL DUEÑO:		
EDAD:		
PREGUNTAS		
1. ¿Actualmente utiliza alguna herramienta digital en su negocio? Si es así, ¿Cuáles son y como las implementa diariamente?		
2. ¿Qué tan abierto se siente hacia la adopción de tecnologías en su panadería?		
3. ¿Cómo cree que las herramientas digitales ayudarían para el éxito de su negocio?		
4. Si la inversión en tecnología es accesible y mejora sus operaciones ¿Qué tan probable es que considere implementar herramientas digitales?		
5. ¿Qué factores (turismo, eventos, mejoramiento de infraestructura, marketing) han contribuido en el crecimiento de su panadería?		
6. ¿Han recibido capacitaciones de alguna entidad pública o privada o contratado capacitaciones sobre herramientas digitales para su panadería?		
7. ¿Qué factores cree usted que han contribuido a la competitividad en su panadería?		
8. ¿Cree usted que la implementación de herramientas digitales podría mejorar la eficiencia de las actividades diarias de la panadería?		
9. ¿Usted piensa que la satisfacción y fidelidad de los clientes aumentaría si implementan el uso de herramientas digitales en sus procesos de pedidos?		
10. ¿Usted piensa que la satisfacción y fidelidad de los clientes aumentaría si implementan el uso de herramientas digitales en sus procesos de pedidos?		



INFORME DE ANÁLISIS
magister

Trabajo de Integración curricular

5%
Textos sospechosos



< 1% Similitudes
< 1% Idiomas no reconocidos
4% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Trabajo de Integración curricular.docx
ID del documento: 21c35cc1383443fe30549797aae4f35788d2064f
Tamaño del documento original: 2,66 MB
Autores: []

Depositante: JOHNNY JAVIER REYES DE LA CRUZ
Fecha de depósito: 28/11/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 28/11/2024

Número de palabras: 14.702
Número de caracteres: 95.011

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uta.edu.ec https://repositorio.uta.edu.ec/bitstreams/5fd86219-e654-4961-8d95-bd98d727d07b/download	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.utmachala.edu.ec https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16753/1/T-6294_CHUYA CHUYA JORDAN A...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)
2	repositorio.upse.edu.ec Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: ... https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9665	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
3	Documento de otro usuario #52b7cc El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
4	blog.hubspot.es Qué es la eficiencia operativa, cómo medirla y mejorarla https://blog.hubspot.es/sales/eficiencia-operativa#:~:text=Cómo mejorar la eficiencia operativa 1 ...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Apéndice 8 Solicitud de validación del tema


**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UPSE

Oficio No S/N ADE-JJRDC-2024

La Libertad, 23 de septiembre de 2024

Lcdo.

José Xavier Tómalá Uribe, MSc.

Director de la carrera Administración de Empresas**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado director, informo a usted que, una vez realizada la revisión y análisis, por parte de tutor y especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante Janina Brigitte Parrales Alejandro del paralelo 2, denominado HERRAMIENTAS DIGITALES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EN LAS PANADERIAS DE LA COMUNA CADEATE, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2024, se ha considerado mantener el tema.

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente la aprobación del tema planteado.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,


**JOHNNY JAVIER REYES
DE LA CRUZ**

Ing. Johnny Javier Reyes De La Cruz MSc.

Profesor Tutor


**FLOR MARIA VILLO
SANTOS**

Ing. Flor Maria Villao Santos MSc.

Profesora Especialista

 Janina Brigitte Parrales Alejandro
Estudiante

e/e Comisión de titulación CAE

Archivo

Apéndice 9 Ficha y certificado de validación de instrumentos



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024", planteado por el estudiante Janina Brigitte Parrales Alejandro, doy por validado los siguientes formatos presentados:

Guía de encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario de el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 13 de noviembre de 2024

Lic. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, Mgtr.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.

Autor del instrumento: Janina PARRALES

Nombre del instrumento: Guía de encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				✓	

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (✓) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

La Libertad, 13 de noviembre de 2024

Firma del Experto Informante
Lic. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, Mgtr.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024", planteado por el estudiante Janina Brigitte Parrales Alejandro, doy por validado los siguientes formatos presentados:

Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario de el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 13 de noviembre de 2024

Lic. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, Mgtr.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites



**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Herramientas digitales para mejorar la competitividad en las panaderías de la comuna Cadeate, Provincia Santa Elena 2024.

Autor del instrumento: Janina PARRALES

Nombre del instrumento: Guía de entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

La Libertad, 13 de noviembre de 2024

Firma del Experto Informante
Lic. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, Mgtr.

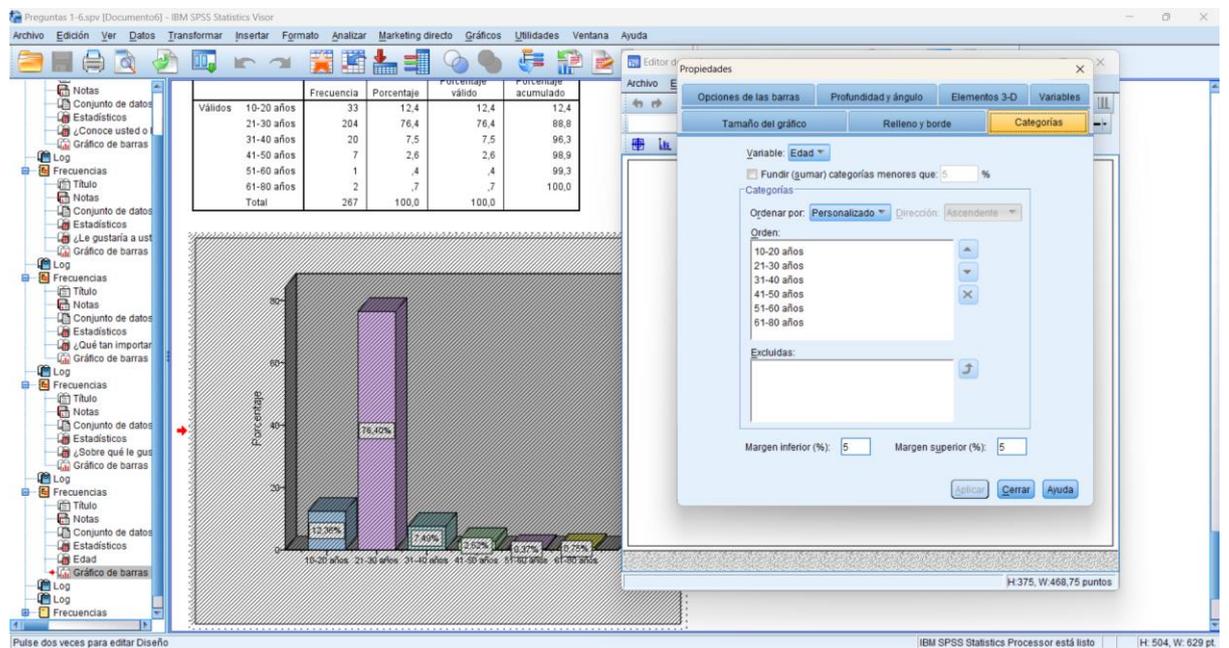
Apéndice 10 Captura de base de datos recolectados en SPSS

Encuesta Final.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Visible: 25 de 25 variables

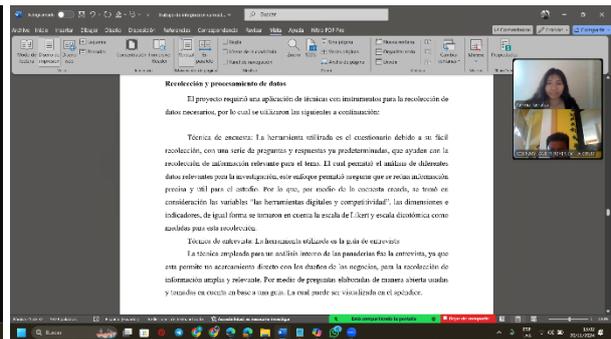
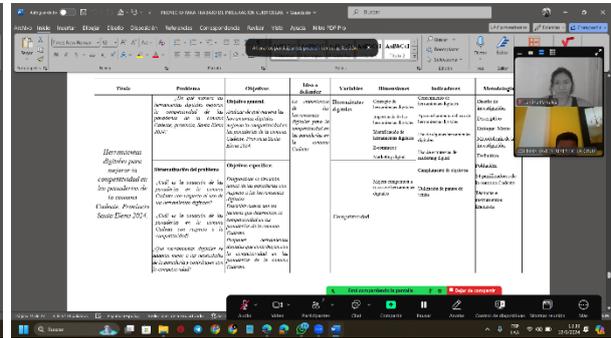
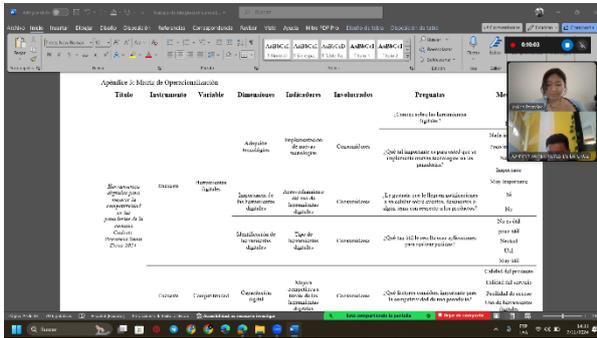
	Edad	¿Conoce sobre las herramientas digitales	¿Conoce usted o ha usado algún tipo de plataforma digital para realizar pedidos en panaderías?	¿Le gustaría usar tecnología digital en su negocio?	¿Qué tan importantes son para usted las nuevas tecnologías en su negocio?	¿Sobre qué le gustaría que le lleguen notificaciones a su celular?
1	27	Si	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Si	Importante	Descuentos
2	24	Definitivamente si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Definitivamente si	Importante	Descuentos
3	23	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Muy Importante	Descuentos
4	28	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Definitivamente si	Muy Importante	Promociones
5	21	Definitivamente si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Importante	Promociones
6	24	Si	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	Si	Importante	Promociones
7	19	Si	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Si	Importante	Descuentos
8	20	Si	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	Neutral	Muy Importante	Eventos
9	19	Neutral	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Neutral	Importante	Descuentos
10	30	No	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Definitivamente si	Muy Importante	Promociones
11	28	Definitivamente si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Importante	Promociones
12	19	Si	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Si	Importante	Promociones
13	23	Neutral	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Importante	Eventos
14	29	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Neutral	Neutral	Promociones
15	24	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Neutral	Importante	Promociones
16	28	Si	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	Definitivamente si	Muy Importante	Promociones
17	24	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Importante	Eventos
18	22	Si	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Definitivamente si	Muy Importante	Promociones
19	21	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Neutral	Promociones
20	25	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Muy Importante	Descuentos
21	27	Si	No conozco ninguna plataforma digital en panaderías	Si	Importante	Promociones
22	21	Neutral	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	Si	Neutral	Descuentos
23	29	Definitivamente si	Si, he utilizado plataforma digital en una panadería	Definitivamente si	Muy Importante	Promociones
24	20	Neutral	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Definitivamente si	Muy Importante	Eventos
25	27	Definitivamente si	He escuchado sobre plataformas digitales en panaderías	Definitivamente si	Muy Importante	Eventos

Vista de datos Vista de variables



Apéndice 11 Evidencias

Evidencia de tutorías



Evidencia de entrevista

