

TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario

Tecnologías Emergentes como Oportunidad de Transformación en el Negocio de Comidas
Rápidas Delicias Mimi

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Administración de empresas
Programa Administración de empresas

Autores:

Sindy Alejandra Gómez Martínez
Julia Susana Murillo Ibarra

Tutor del trabajo de grado:

John Fredy Salinas
Daniel López

Opción de Trabajo de grado

Seminario

2026

Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
1. Problemática abordada en la práctica o pasantía.....	4
2. Objetivos.....	8
3. Metodología.....	9
4. Resultados.....	13
5. Conclusiones.....	33
6. Referencias.....	35
Anexos.....	37

Resumen

El presente trabajo tiene como principal objetivo analizar las oportunidades que ofrece la aplicación de tecnologías emergentes para la transformación digital del negocio de comidas rápidas Delicias Mimi, ayudando a aumentar su competitividad y habilidad para adaptarse a los cambios ambientales. La investigación se origina al detectar que el negocio presenta un bajo grado de digitalización, lo cual queda reflejado en la falta de instrumentos tecnológicos para gestionar los pedidos, atender a los clientes y reforzar su presencia en línea.

El desarrollo se llevó a cabo utilizando un enfoque mixto, que abarcó métodos de observación directa, análisis de procedimientos operativos y valoración de oportunidades tecnológicas aplicables al ámbito empresarial. Se realizó inicialmente un diagnóstico de la situación actual de Delicias Mimi, en el que se detectaron necesidades vinculadas con la atención al cliente, la promoción de los productos y la actualización de los procedimientos comerciales.

En consecuencia, se elaboró un plan de transformación digital que se fundamenta en la adopción de tecnologías emergentes asequibles y accesibles. Dentro de las herramientas sugeridas se incluyen la automatización de pedidos a través de un chatbot en WhatsApp, la adición de un menú digital y el pago por medio de códigos QR. Además, se propone reforzar el marketing digital utilizando redes sociales respaldadas por instrumentos de inteligencia artificial para la creación y gestión de contenido.

Palabras clave

Transformación digital, tecnologías emergentes, inteligencia artificial, marketing digital, chatbot

1. Problemática abordada en la práctica o pasantía

Al igual que en otros campos de la modernidad, la logística empresarial ha sufrido una importante transformación con la aparición de la inteligencia artificial (IA). Esto ha permitido el desarrollo de técnicas de personalización únicas que permiten a las empresas brindar experiencias atractivas a los consumidores, clientes y usuarios de sus productos o servicios. Sin embargo, la constante evolución de la tecnología ha permitido la aparición de nuevas herramientas o técnicas de marketing digital que permiten a las empresas aumentar su presencia en el mercado y llegar a segmentos de consumidores específicos de forma más efectiva.

Es imperativo que las organizaciones reconozcan y aprovechen las oportunidades que ofrecen estas tecnologías, adaptándolas a las características del mercado objetivo para mejorar su posición, aumentar la competitividad y lograr mayores beneficios. La capacidad de la inteligencia artificial para analizar grandes cantidades de datos y generar información relevante se ha convertido en una herramienta esencial para fortalecer la confianza de los consumidores (Luque et al., 2018).

Estas tecnologías permiten a las organizaciones comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes, ayudándoles a crear estrategias de marketing más efectivas y personalizadas. Sin embargo, la transparencia en el uso de la información y la toma de decisiones es fundamental para mantener la confianza en la empresa. Por lo tanto, es importante implementar mecanismos de gobernanza y rendición de cuentas para garantizar el uso apropiado y ético de la IA, promoviendo así relaciones más sólidas y confiables entre las organizaciones y sus consumidores (Borman y Blaus, 2024).

Hoy en día, la recopilación y el análisis de datos mediante inteligencia artificial nos permite brindar experiencias más personalizadas a los consumidores; Sin embargo, esto también crea problemas de privacidad y seguridad de la información. Por lo tanto, las organizaciones deben garantizar que los datos se utilicen de manera responsable y con el consentimiento del usuario. Además, existe la necesidad de monitorear los algoritmos utilizados, ya que pueden introducir errores que afectan la confiabilidad de las decisiones de marketing, lo que requiere la implementación de mecanismos de seguimiento y evaluación (Brooklyn et al., 2024).

En este contexto, la empresa de comida rápida “Delicias Mimi” tiene una limitada presencia digital y uso de herramientas tecnológicas, lo que limita el alcance de la empresa debido a que depende en gran medida del cliente cercano y de la comunicación tradicional por voz como principal estrategia de comunicación. Asimismo, esta situación dificulta la creación de una marca reconocible, se destaca de la competencia y limita la implementación de estrategias de fidelización de clientes como promociones, contenidos interactivos y atención personalizada a través de medios digitales.

Además, a medida que la digitalización se vuelve cada vez más importante, los restaurantes que no implementan nuevas herramientas digitales corren el riesgo de quedarse atrás de aquellos que sí lo hacen. Según investigaciones recientes, el éxito de una empresa de servicios de alimentos depende no solo de la calidad del producto sino también de su capacidad para brindar presencia en línea, participación del cliente y una estrategia de crecimiento basada en datos (Marin y Cuartas, 2022).

Otro aspecto importante del problema es la falta de medición y análisis de los resultados empresariales. Sin utilizar activamente las redes sociales, Delicias Mimi no puede medir métricas clave como el recuento de suscriptores, el alcance de las publicaciones, la participación del cliente o el impacto del producto en el mercado. Esto impide tomar decisiones estratégicas basadas en datos reales, dificultando la identificación de oportunidades de mejora (Guerra, 2025).

Asimismo, la falta de marketing digital limita la capacidad de una empresa para aumentar las ventas. Las redes sociales no sólo permiten promocionar productos, sino que también influyen directamente en el comportamiento de compra de los consumidores, aumentan la demanda y generan ingresos adicionales. En este sentido, implementar estrategias digitales puede contribuir significativamente a incrementar las ventas y el posicionamiento de la marca.

En este sentido, un chatbot es una herramienta basada en inteligencia artificial que permite la interacción automática y efectiva con los usuarios. Gracias a su capacidad de aprender y procesar información, pueden adaptarse progresivamente a las preferencias y necesidades de los clientes, proporcionando respuestas más personalizadas. En los últimos años su uso se ha expandido a plataformas de mensajería como Facebook Messenger, Telegram y WhatsApp, convirtiéndose en fuentes estratégicas de atención al cliente.

La principal ventaja de los chatbots es que no requieren descargas y no ocupan espacio adicional en los dispositivos móviles, a diferencia de muchas aplicaciones tradicionales. Además, facilitan una comunicación rápida y fluida, mejoran la experiencia del usuario,

garantizan respuestas inmediatas, agilizan la gestión de solicitudes y agilizan el proceso de atención al cliente. Estas características los convierten en una alternativa innovadora para fortalecer las relaciones con los consumidores y mejorar la eficiencia operativa para empresas como Delicias Mimi (Luque et al., 2018).

Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo responder a la pregunta: ¿Cómo las tecnologías emergentes contribuyen a la transformación digital del negocio de comidas rápidas Delicias Mimi, fortaleciendo su competitividad y capacidad de adaptación a los cambios del entorno? Para ello, se realiza a cabo un estudio de las oportunidades que estas tecnologías brindan para la digitalización del negocio, lo cual ayuda a mejorar su competitividad y su capacidad de adaptación ante un entorno cada vez más digitalizado y dinámico.

2. Objetivos

Objetivo general

- Analizar las oportunidades que ofrece la aplicación de tecnologías emergentes para la transformación digital del negocio de comidas rápidas Delicias Mimi, contribuyendo al fortalecimiento de su competitividad y adaptación a los cambios del entorno.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del negocio Delicias Mimi en relación con su nivel de digitalización, presencia en medios digitales y estrategias de promoción utilizadas.
- Caracterizar tecnologías emergentes aplicables en el negocio Delicias Mimi que puedan contribuir a mejorar la interacción con los clientes, la promoción de productos y la adaptación a las nuevas tendencias del mercado.
- Establecer las oportunidades que brindan las herramientas digitales y las tecnologías emergentes para fortalecer la competitividad y el posicionamiento del negocio Delicias Mimi.

3. Metodología

Tipo de investigación: El proyecto fue realizado mediante una combinación de metodologías cualitativa y cuantitativa. De acuerdo al enfoque cualitativo, se efectuó la observación del funcionamiento de la empresa Delicias Mimi para analizar su nivel de digitalización, los procedimientos de atención al cliente, las estrategias de promoción, el empleo de herramientas tecnológicas y otros. En cuanto a los métodos cuantitativos, los datos relacionados con el comportamiento de redes sociales fueron recolectados y analizados. Entre estos, se contó con información sobre alcance de las publicaciones, interacción, cantidad de seguidores y participación de los usuarios. Este objetivo era determinar oportunidades de mejora y evaluar el valor de tecnologías emergentes para la modernización digital del negocio.

La investigación se desarrolló entre los meses de mayo y junio del 2026, momento en que se diagnosticó la situación actual, se analizó la presencia digital de la empresa y se formuló recomendaciones tecnológicas para incrementar su competitividad.

Técnicas e instrumentos: Para la recolección de información se emplearon las siguientes técnicas e instrumentos:

1. **Observación directa:** Se utilizó una guía de observación estructurada que permitió registrar aspectos relacionados con la atención al cliente, el proceso de recepción de pedidos, el servicio a domicilio, el uso de herramientas digitales y la interacción con los clientes tanto en el punto físico como en medios digitales.

2. **Registro y análisis de información interna:** Se diseñó un formato de registro para recopilar información relacionada con el número de pedidos, tiempos de atención, canales de comunicación utilizados por los clientes y comportamiento general del servicio. Esta información permitió identificar necesidades, limitaciones y oportunidades de mejora en los procesos del negocio.
3. **Análisis de redes sociales:** Se realizó el análisis del comportamiento en las redes sociales utilizadas por Delicias Mimi, considerando indicadores como alcance de publicaciones, interacciones, crecimiento de seguidores y nivel de participación de los usuarios. Este análisis permitió valorar el aporte del marketing digital al fortalecimiento de la presencia digital del negocio.
4. **Revisión de herramientas digitales a implementar:** Se efectuó una revisión de herramientas tecnológicas aplicables al contexto de Delicias Mimi, analizando sus funcionalidades, beneficios y posibilidades de implementación. Entre las tecnologías estudiadas se incluyeron los chatbots para WhatsApp, los menús digitales mediante códigos QR, los pagos por transferencia con QR y las herramientas de inteligencia artificial para la gestión de contenido en redes sociales.

Estas técnicas permiten diagnosticar la situación actual del negocio y analizar cómo las tecnologías emergentes pueden contribuir a su transformación digital y fortalecimiento competitivo.

Método o fases: El proceso metodológico se desarrolló en varias fases:

- 1. Diagnóstico inicial:** Se realizó un análisis del estado actual del negocio, identificando su nivel de digitalización, presencia en medios digitales, estrategias de promoción utilizadas y procesos de atención al cliente. Esta fase permitió establecer una línea base para identificar necesidades y oportunidades de mejora.
- 2. Fortalecimiento del marketing digital:** Durante esta fase se desarrollaron acciones orientadas al fortalecimiento de la presencia digital de Delicias Mimi mediante la utilización de redes sociales y herramientas de inteligencia artificial para la creación de contenido. Esta actividad constituyó la intervención práctica desarrollada dentro del estudio.
- 3. Caracterización de tecnologías emergentes:** A partir de las necesidades identificadas en el diagnóstico, se formularon propuestas tecnológicas orientadas a la transformación digital del negocio. Entre ellas se planteó la implementación de:
 - Un chatbot en WhatsApp para la automatización de pedidos y atención al cliente.
 - Un menú digital mediante código QR para facilitar la consulta de productos y promociones.
 - Un sistema de pagos mediante transferencias con código QR para agilizar las transacciones.

- Herramientas de inteligencia artificial para fortalecer las estrategias de marketing digital.

Estas herramientas fueron analizadas como propuestas de mejora para futuras etapas de implementación dentro del negocio.

- 4. Análisis de oportunidades y beneficios:** Finalmente, se analizaron las oportunidades que brindan las tecnologías emergentes para fortalecer la competitividad, mejorar la experiencia del cliente, optimizar procesos operativos y favorecer la adaptación de Delicias Mimi a un entorno cada vez más digitalizado.

La metodología diseñada posibilita la conjunción de una intervención auténtica vinculada al fortalecimiento del marketing digital y a la formulación de sugerencias tecnológicas enfocadas en la transformación digital del negocio, lo que brindó una perspectiva completa de las oportunidades que ofrecen las tecnologías emergentes para las pequeñas compañías dentro del sector gastronómico.

4. Resultados.

1.1. Diagnóstico de la situación actual de Delicias Mimi

En el entorno digitalmente competitivo del sector gastronómico moderno, estrategias tecnológicas tales como el uso de redes sociales y la automatización de procesos han adquirido gran importancia en el desarrollo y éxito de pequeños negocios. Por ejemplo, el sector comestible ha experimentado cambios vertiginosos y una intensificación competitiva que impacta en la rentabilidad general, como ocurre en el sector de las comidas rápidas (Ortiz, 2025).

A partir del año en curso, el establecimiento gastronómico Delicias Mimi tiene entre cinco y seis meses de vida. Ofrece alimentos como los perros calientes, las pizzas, las salchichas y los suizos destacándose en el catálogo de sus opciones y precios económicos. Además, la organización es conocida por contar con productos únicos, sin embargo, el negocio ha experimentado una problemática claramente vinculada al bajo grado de digitalización. Así lo ha demostrado el escaso uso de plataformas tecnológicas que faciliten los procesos y operaciones comerciales.

Por otra parte, la eficiencia y el desempeño en términos de servicio al cliente son fundamentalmente limitados. Los clientes deben ponerse en contacto con el empresario mediante llamadas telefónicas, chats o ventas personales, lo cual genera ocasionalmente tiempos de respuesta largos, complicaciones para coordinar pedidos y la dependencia de la disponibilidad del personal. Afrontando la ausencia de herramientas de automatización que respalden las interacciones con los clientes o mejoren la gestión de pedidos.

Tabla 1

Guía de observación estructurada aplicada al negocio Delicias Mimi

Categoría	Aspecto observado	Valora- ción	Observaciones
Presencia digital	Cuenta con perfiles activos en redes sociales	Sí	Se evidenció presencia en Facebook e Instagram.
Presencia digital	Publica contenido de manera constante	Sí	Se realizan publicaciones promocionales periódicas.
Atención al cliente	Utiliza herramientas automatizadas de atención	No	La atención se realiza manualmente mediante llamadas y mensajes de WhatsApp.
Atención al cliente	Dispone de chatbot para recepción de pedidos	No	No se identificó ninguna herramienta de automatización.
Gestión de pedidos	Existe un sistema digital para organizar pedidos	No	Los pedidos son gestionados manualmente.
Digitalización de productos	Cuenta con menú digital	No	La información de productos se comparte mediante imágenes y mensajes.
Digitalización de productos	Utiliza códigos QR para acceso al menú	No	No se evidenció la implementación de esta tecnología.
Métodos de pago	Acepta pagos digitales mediante transferencias	Sí	Los clientes pueden realizar transferencias bancarias.
Métodos de pago	Utiliza pagos mediante código QR	No	No dispone de códigos QR para pagos digitales.
Marketing digital	Utiliza herramientas de inteligencia artificial para creación de contenido	No	No se evidenció el uso de herramientas de IA.
Marketing digital	Implementa estrategias de promoción digital	Sí	Se utilizan publicaciones promocionales en redes sociales.

Nota. Instrumento diseñado para identificar el nivel de digitalización, el uso de tecnologías emergentes y las estrategias de promoción implementadas en el negocio Delicias Mimi. Fuente: Elaboración propia (2026).

Usando una guía de observación, Delicias Mimi muestra sus primeros logros en presencia digital mediante el uso de las redes sociales; Sin embargo, existe una clara falta de herramientas de automatización de pedidos, menús digitales, pagos QR y aplicaciones de

IA para la gestión de contenidos. De los 11 aspectos evaluados, sólo 4 cumplieron los criterios establecidos, lo que representa una tasa de digitalización inicial del 36,4%, lo que indica importantes oportunidades para introducir nuevas tecnologías.

Con base en lo anterior, Delicias Mimi genera importantes oportunidades en la implementación de las últimas tecnologías para la transformación digital. La falta de automatización, inteligencia artificial y digitalización de las herramientas de servicio crea oportunidades para desarrollar estrategias que aumenten la competitividad, optimicen las relaciones con los clientes y mejoren la capacidad de la empresa para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial actual.

- **Registro de información interna**

Con el fin de entender cómo opera Delicias Mimi y hallar oportunidades para mejorar en cuanto a la transformación digital, se creó un formato de registro para recoger datos sobre la cantidad de pedidos, los tiempos de atención, los canales de comunicación que utilizan los clientes y las características vinculadas al servicio brindado.

La información fue obtenida a través de la observación directa y el monitoreo de las actividades cotidianas del negocio durante la duración del estudio, lo que posibilitó la identificación de los procedimientos empleados para recibir y gestionar pedidos, así como las dinámicas de atención al cliente.

Tabla 2

Formato de registro de información interna aplicado en Delicias Mimi

Variable observada	Resultado registrado
Promedio de pedidos diarios	18 pedidos
Tiempo promedio de atención por pedido	8 minutos
Canal más utilizado para realizar pedidos	WhatsApp
Pedidos recibidos por WhatsApp	65 %
Pedidos realizados de forma presencial	25 %
Pedidos realizados mediante llamadas telefónicas	10 %
Uso de herramientas automatizadas	No se evidenció utilización
Existencia de menú digital	No
Existencia de pagos mediante QR	No
Existencia de chatbot para pedidos	No
Principal dificultad identificada	Demoras en la atención durante horas de mayor demanda
Principal oportunidad de mejora	Automatización de pedidos y digitalización de la atención

Nota. Información recopilada mediante observación directa y registro interno de las actividades del negocio Delicias Mimi. Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados mostraron que WhatsApp es el canal de comunicación más usado por los clientes para hacer pedidos, pues representa cerca del 65 % de las solicitudes contabilizadas. Este comportamiento evidencia el valor de reforzar este canal de atención

a través de instrumentos tecnológicos que faciliten la optimización del manejo de pedidos y el perfeccionamiento de la experiencia del usuario.

Además, se detectó que los procesos de atención siguen realizándose manualmente, lo cual produce una fuerte dependencia de la disponibilidad del personal para contestar preguntas y anotar pedidos. En los horarios de mayor demanda, esta situación se vuelve más evidente, lo que puede generar retrasos en la atención y problemas para manejar varias solicitudes a la vez.

Por otra parte, el registro permitió evidenciar la ausencia de herramientas de automatización, menús digitales y sistemas de pago mediante códigos QR, aspectos que limitan el nivel de digitalización del negocio y que representan oportunidades para la incorporación de tecnologías emergentes. En este sentido, los hallazgos obtenidos fundamentan la propuesta de implementar un chatbot en WhatsApp para la automatización de pedidos, un menú digital mediante código QR y transferencias por QR, tecnologías que podrían contribuir a optimizar los procesos de atención, reducir los tiempos de respuesta y fortalecer la competitividad de Delicias Mimi en un entorno comercial cada vez más digitalizado.

- **Tecnologías implementadas:**

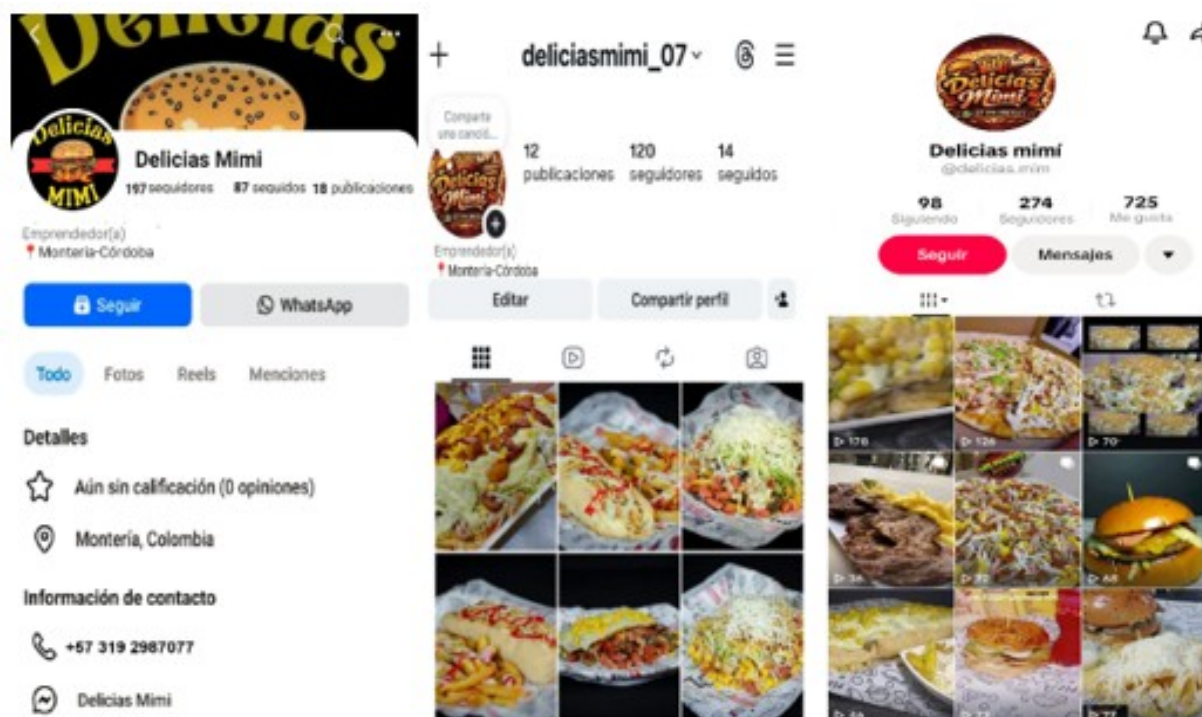
A través de la guía de observación estructurada y el registro de información interna, se pudieron detectar varias necesidades vinculadas con digitalizar la atención al cliente, automatizar procesos y consolidar la presencia en línea. Con base en estos descubrimientos, se evaluaron varias tecnologías emergentes que tienen el potencial de ayudar a Delicias Mimi con la transformación digital.

✓ Marketing digital apoyado por inteligencia artificial

Mediante la creación y el fortalecimiento de la presencia digital del negocio “Delicias Mimi” es posible evidenciar un avance integral significativo, al considerar que no contaba previamente con perfiles en redes sociales. Y a partir de la implementación de estrategias de marketing digital, se crearon y gestionaron cuentas en las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok, que han permitido mejorar la visibilidad y el posicionamiento del negocio en el entorno digital.

Figura 1

Perfiles de las redes sociales de Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar los Perfiles de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok de Delicias Mimi. Fuente: Propia

Con tan solo un mes de creación de las múltiples páginas en redes sociales como se muestra en (figura 1), observamos los siguientes resultados. La página de Facebook ha

acumulado un total de 197 seguidores con 18 posts emitidos, evidenciando un crecimiento gradual en la comunidad digital. En paralelo, el perfil en TikTok ha ganado 274 seguidores, con 18 publicaciones y 725 'me gusta', lo que destaca un alto grado de aprobación y interacción por parte de los usuarios en esa plataforma.

Además, en lo que respecta a Instagram, se han logrado 120 seguidores con 12 posts, fortaleciendo así el canal como medio adicional para la difusión de contenido visual relacionado con la empresa. También en cuanto al alcance, las publicaciones han obtenido un promedio de entre 30 y 80 visualizaciones, facilitando el reconocimiento local de “Delicias Mimi”.

En relación con la interacción con los usuarios, se detectó un aumento en la participación del público, lo cual se evidencia a través de reacciones y mensajes directos. Las publicaciones, de manera promedio, produjeron entre 5 y 15 interacciones, lo cual señala un nivel de compromiso positivo para una empresa en sus primeras etapas. Esta interacción posibilitó una comunicación más directa con los clientes y favoreció una promoción más eficaz de los productos.

Lo anterior sustenta que, a pesar de ser un emprendimiento en sus comienzos y sin presencia digital previa, el despliegue de estrategias de contenido y publicación constante posibilitó la creación de una base de seguidores en poco tiempo. Esto aumentó la visibilidad del negocio y propició oportunidades para interactuar con clientes potenciales.

Figura 2

Diseños con IA publicados en las redes sociales de Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar el contenido de algunas publicaciones realizadas con IA compartida en redes sociales. Fuente: Propia

En base a la (figura 2) las estrategias de contenido que se implementan utilizan publicaciones constantes tanto en el feed como en las historias de las diferentes redes sociales con el fin de mantener activa la interacción con los usuarios y mejorar la visibilidad de la empresa. La finalidad principal es hacer que la atención de los clientes sea captada de forma inmediata para difundir ofertas, descuentos e información sobre la disponibilidad de productos.

Además, dado que se prioriza destacar los productos y su diversidad, esto puede resultar en mayor atracción y simplificar el proceso de toma de decisiones entre los compradores. Considerando esto, estas estrategias de contenido son cruciales para incrementar la interacción con los clientes y la reputación de la marca. También han contribuido enormemente al crecimiento del negocio a través de la administración continua y eficiente de las redes sociales.

✓ **Marketing digital en el incremento de ventas**

Con respecto al crecimiento comercial, se evidencia un aumento del 35% en las ventas durante el período de implementación de las estrategias digitales, una cifra que está asociada fundamentalmente al avance de los descuentos, la publicidad regular y la recomendación de los usuarios por medio de redes sociales; estas son las estrategias consideradas las más eficaces, ya que la producción de material gráfico de calidad, la repetición de contenido (al menos tres veces por semana), el uso de descuentos y la participación activa con los seguidores ayudaron notablemente a fortalecer la operación y aumentar el rendimiento.

La difusión en las plataformas digitales también permitió observar nuevas exigencias de los clientes. Como resultado de la conversación recurrente mantenida con el público, resultó claro que el consumidor preguntaba habitualmente sobre la disponibilidad de adicionales, combinaciones y nuevos productos presentes en el menú. Cuando el servicio “Delicias Mimi” ofrecía sólo un menú básico compuesto por perro caliente, pizza, salchipapa y suizo, las solicitudes indicaron la conveniencia de la ampliación del catálogo con la integración de hamburguesas y arepas y la variedad de opciones en cada categoría

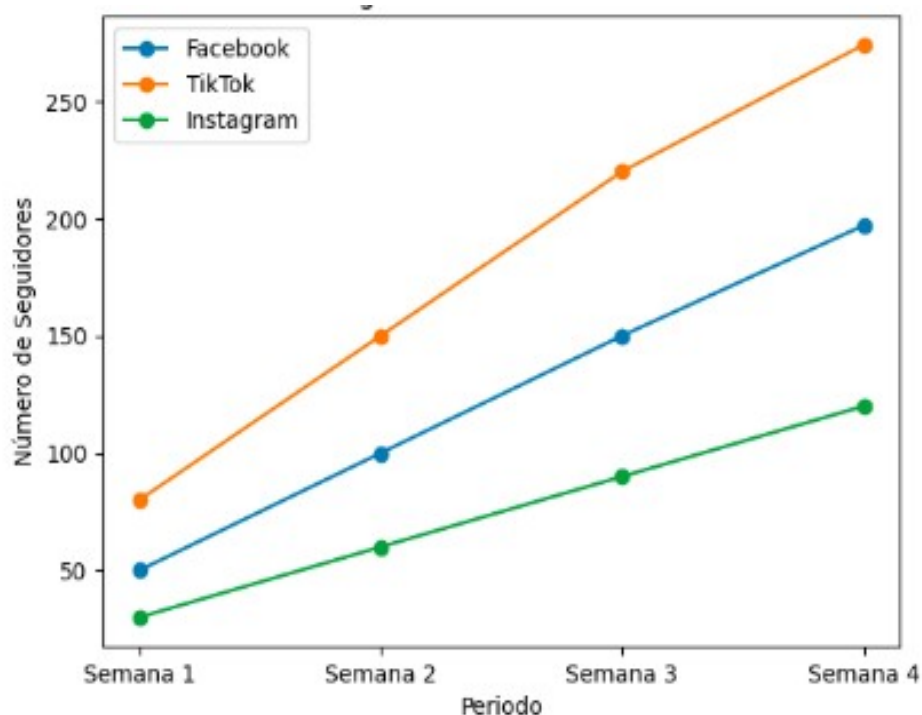
mediante la adopción de modificaciones o variaciones en los componentes. Este cambio fue posible porque “Delicias Mimi” dispone de los equipos necesarios para su preparación, lo que facilitó la expansión del menú sin requerir inversiones significativas.

Sin embargo, en lo que respecta a los canales de venta, la dinámica comercial del negocio experimenta un cambio notable. Al principio, la actividad solo se llevaba a cabo bajo el formato de consumo en el local o para llevar, sin ofrecer servicio a domicilio. Sin embargo, este canal se estableció para que los clientes pudieran pedir el servicio por medio de las redes sociales, en las cuales también se proporciona información sobre la ubicación y el contacto.

El servicio a domicilio, que antes no existía, se ha convertido en una vía significativa de ingresos. Desde su creación, este servicio ha experimentado un crecimiento sostenido, logrando llegar a una media de 20 pedidos durante los fines de semana y las festividades. Este aumento está vinculado a un incremento en la presencia en redes sociales y a cómo es el contenido que se publica. Dado que ha suscitado un interés y una demanda más altos de los clientes.

Figura 3

Crecimiento en seguidores de las redes sociales de Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar el crecimiento de las redes sociales. Fuente: Propia

Vale la pena analizar el comportamiento del número de seguidores en las redes sociales, durante el periodo de cuatro semanas (figura 3). Esto hace posible que haya un aumento continuo en todas las plataformas empleadas. TikTok es la red social que más crece, ya que en la primera semana tiene 80 seguidores y en la cuarta alcanza a 274. Esto demuestra una gran habilidad para atraer y alcanzar a las personas, lo cual está relacionado con el uso de contenido audiovisual y dinámico.

Por su parte, el balance de Facebook muestra un aumento progresivo y estable, ascendiendo desde 50 hasta 197 seguidores, sirviendo como una plataforma significativa para mantener el contacto con los clientes. En relación a Instagram, aunque registra el número menor de seguidores, su tendencia hacia un crecimiento constante en

comparación con TikTok y Facebook resulta particularmente valiosa. De esta manera, logra 30 a 120 seguidores, evidenciando su contribución relevante como canal visual.

Por lo tanto, los indicadores generados por las tres redes sociales demuestran un progreso continuado en la comunidad digital del negocio; y TikTok se posiciona como el medio con mayor alcance en el panorama digital, mientras que Facebook y Instagram se consolidan en el ámbito interno, enmarcándose en el diseño de contenidos locales.

✓ **Tecnologías propuestas:**

✓ **Automatización de pedidos mediante Chatbot en WhatsApp**

Se detectó que la automatización de pedidos a través de un chatbot en WhatsApp es una de las tecnologías emergentes con más posibilidades de ser implementadas, como parte del proceso de transformación digital planteado para el negocio Delicias Mimi, dedicado a comidas rápidas. Esta herramienta facilita la interacción con los clientes, acelera el proceso de recibir pedidos y mejora la atención al cliente gracias a las respuestas automatizadas que están disponibles inmediatamente.

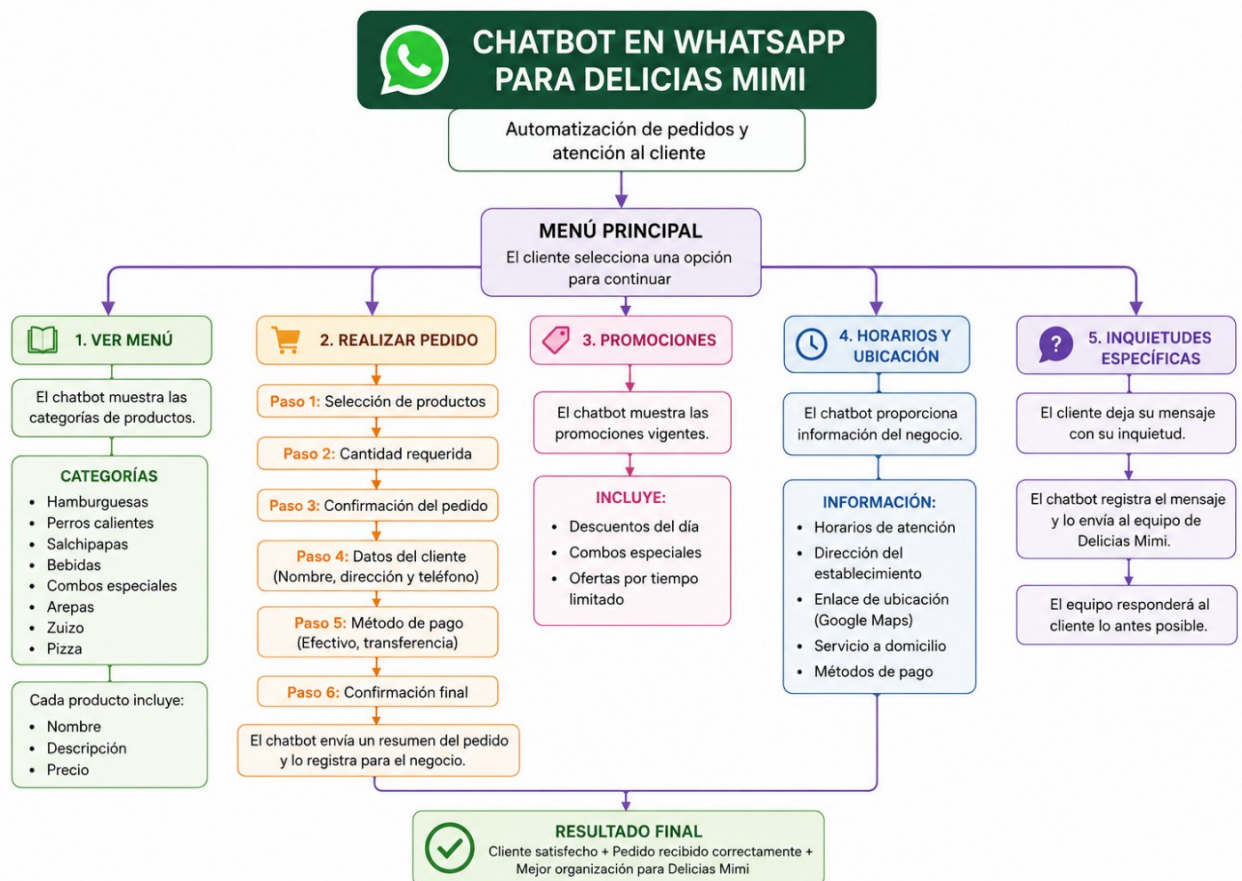
Las delicias de Mimi realizaron la gestión de pedidos utilizando una metodología manual mediante llamadas telefónicas, mensajes directos y servicio presencial. Aunque este procedimiento ofrece oportunidad de hacer contacto directo con los clientes, también conlleva dificultades en cuanto a respuesta en tiempo real, planificación de pedidos y dependencia en la disposición del personal para asistir de forma eficiente.

A fin de abordar estos problemas, es sugerida la instalación de un bot de chat mediante WhatsApp Business, considerando que esta es una plataforma de comunicación preferente por parte de los clientes. Dicho bot operaría mediante una secuencia de respuestas automáticas creadas para guiar al consumidor al largo proceso de pedido,

proporcionándole acceso fácil a datos sobre productos, ofertas, franjas horarias de atención y alternativas de pedido.

Figura 4

Estructura del chatbot propuesto para Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar la estructura del chatbot propuesto para Delicias Mimi.

Fuente: Propia

La estructura inicial del chatbot está dirigida a proporcionar opciones de navegación básicas, como el horario de atención, la ubicación del establecimiento, los domicilios y métodos de pago, el menú de productos, las promociones vigentes y la realización de pedidos. Así, el sistema podrá responder de forma automática y guiar al cliente hasta que

su solicitud esté completa cuando este inicie una conversación con la empresa. Esto disminuirá los tiempos de espera y hará más fácil la administración de la información.

La puesta en marcha de esta herramienta es una oportunidad para incluir procedimientos automatizados en la empresa sin necesidad de hacer grandes inversiones tecnológicas, dado que se puede crear con las funcionalidades de WhatsApp Business y herramientas adicionales de automatización. Asimismo, al brindar respuestas estandarizadas y rápidas, mejora la percepción del servicio y potencia la capacidad de respuesta de la empresa, lo que refuerza la atención al cliente.

Desde el enfoque de la transformación digital, el chatbot es una tecnología que contribuye a renovar la comunicación con los clientes, optimizar las operaciones y facilitar que la empresa se acomode a las nuevas corrientes del consumo en línea. Asimismo, su uso puede generar beneficios asociados con la organización de pedidos, la reducción de errores al recibir solicitudes y el aumento de la competitividad contra otras empresas del mismo sector.

La implementación de pedidos automatizados mediante un chatbot demuestra ser una elección adecuada e inmediata para Delicias Mimi. La iniciativa se alinea con los objetivos de modernización empresarial y con la utilización de nuevas tecnologías que son apropiadas en negocios de tamaño reducido del mercado similar.

✓ **Herramienta de código QR**

Por medio de la implementación de un menú digital y del pago mediante código QR, resulta posible hacer más moderno el trato con los clientes, reducir las gestiones de adquisición y adaptarse a las recientes tendencias de consumo digital.

Este estudio revela que la búsqueda de productos y procesos de pago están dominados principalmente por una forma no digital, demandando una comunicación directa con los empleados para acceder al menú, el precio de los artículos y los métodos de pago disponibles. Este fenómeno produce expectativas prolongadas, limitaciones en la actualización del contenido de una atención menos eficiente al cliente.

Para enfrentar esta situación, se sugiere la incorporación de un menú electrónico mediante un código QR, con el fin de que los consumidores puedan navegar fácilmente en las opciones de productos de la empresa. El código QR estará disponible en diferentes medios publicitarios y locales como en el propio negocio o en la página web, con lo que podrán ingresar a la lista de productos a través de un móvil. Al escanearlo, el usuario podrá observar información actualizada sobre el inventario, precios, descuentos y ofertas especiales del negocio.

El menú digital para el negocio Delicias Mimi se encuentra clasificado en diversas categorías de productos, que incluyen hamburguesas, perros calientes, papas fritas, arepas, tostadas, pizzas, bebidas y combos especiales. El formato facilitará al cliente la navegación a lo largo de toda la oferta alimentaria sin dificultad alguna, ofreciéndoles una amplia selección. Cada categoría tendrá los siguientes detalles: nombre del plato,

descripción detallada de los alimentos y su costo correspondiente; para facilitar el proceso de elección.

Figura 5

QR de menú de Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar el QR de menú de Delicias Mimi. Fuente: Propia

En la (figura 5) se presenta el código QR desarrollado para Delicias Mimi, el cual direcciona a los clientes hacia el menú digital del local. Esta herramienta posibilita que los clientes obtengan datos recientes sobre productos disponibles, precios, promociones y otros contenidos relacionados con la oferta comercial, sin tener que solicitar un menú físico o realizar preguntas adicionales al personal.

Este recurso facilita la mejora de la experiencia del usuario al permitirle obtener rápidamente la información desde cualquier pantalla móvil compatible con escanear códigos QR. También permite mantener los contenidos actualizados para que productos,

precios u ofertas sean ajustados convenientemente sin necesidad de gastar en impresión física.

Por otra parte, también aboga por la implementación de pago mediante códigos QR, lo que apoya el sistema de pagos electrónicos y reduce la dependencia del efectivo. Los compradores pueden hacer sus pagos en tiempo real y con confianza a través de aplicaciones de banca móvil u otras aplicaciones de criptomoneda utilizando el escaneo de un código QR vinculado con las cuentas de Delicias Mimi.

Figura 6

Diseño de implementación de código QR en Delicias Mimi



Nota. La figura permite observar el crecimiento de las redes sociales. Fuente: Propia

La anterior (figura 6) ilustra la propuesta de digitalización de los procesos de consulta de productos y pagos en Delicias Mimi mediante la implementación de códigos QR. Por una

parte, el menú digital permite a los clientes acceder de manera inmediata a la oferta gastronómica del negocio, incluyendo productos, precios y promociones actualizadas. La incorporación de este método de pago acelerará las transacciones comerciales, mejorará la comodidad para los clientes y minimizará los riesgos inherentes al manejo del dinero en efectivo. Además, contribuye a disminuir posibles malentendidos en el cobro de pagos y reforzará la visión moderna e innovadora de Delicias Mimi al posicionarse con las últimas tendencias de digitalización y transformación tecnológica en el trato y atención al cliente.

Desde el punto de vista de la transformación digital, los dos instrumentos ayudan a optimizar la experiencia del cliente mediante procesos más rápidos, accesibles y que se encuentran en sintonía con las recientes dinámicas tecnológicas. Asimismo, posibilitan que se optimice la administración operativa del negocio al hacer más simple el acceso a la información y las transacciones comerciales.

1.2. Análisis de oportunidades y beneficios de la transformación digital

La introducción de nuevas tecnologías en Delicias Mimi ofrece la oportunidad de fortalecer la transformación digital y mejorar la adaptabilidad a las nuevas dinámicas del mercado. Herramientas como la automatización de pedidos a través de chatbots de WhatsApp, menús digitales con códigos QR, traducciones de QR y estrategias de marketing digital impulsadas por inteligencia artificial pueden modernizar procesos que tradicionalmente se han desarrollado manualmente, generando beneficios tanto para las empresas como para los clientes.

Cuando se trata de automatizar pedidos mediante los chatbots de WhatsApp, las personas ven una oportunidad de mejorar el servicio al cliente a través de respuestas automáticas e inmediatas, lo que permitirá una gestión más organizada de consultas y pedidos. La herramienta ayuda a reducir los tiempos de respuesta, mejorar la disponibilidad del servicio y facilitar las solicitudes, aspectos que pueden impactar positivamente la satisfacción del cliente y el desempeño de la empresa.

La implementación de un menú digital por medio de códigos QR, por su parte, es una opción que hace más fácil acceder a la información sobre productos, precios y promociones a través de dispositivos móviles. Esta tecnología posibilita que la información esté siempre actualizada, disminuye la necesidad de materiales impresos y brinda a los clientes una experiencia de consulta más ágil y cómoda. Además, ayuda a proyectar una imagen más innovadora y en línea con las tendencias contemporáneas de digitalización en el sector de la gastronomía.

La integración de transferencias mediante código QR representa un modo de actualizar los métodos de pago, otorgando alternativas más rápidas, seguras y convenientes a los consumidores. La aplicación de métodos de pago digitales reduce el empleo del dinero físico, acelera las transacciones y incrementa la calidad de la experiencia de compra, beneficios que benefician tanto a la organización como a su imagen dentro de la sociedad.

Respecto al marketing alimentado por plataformas de IA, se tiene en cuenta como un canal que fortalece la presencia digital de Delicias Mimi mediante la producción de contenido atrayente, el diseño de planes publicitarios y el estímulo eficaz de bienes y

servicios. Esos elementos hacen posible la optimización de las redes sociales y el aumento de la percepción del negocio, mejorando el contacto con posibles clientes y, por tanto, la presencia de la marca en la economía digital.

Al incorporar estas tecnologías emergentes, se logra una mejora en la atención al cliente, una optimización de los procesos operativos, una ampliación de las oportunidades de promoción y un fomento en la adopción de prácticas que están alineadas con la transformación digital. Todo esto contribuye a que Delicias Mimi sea más competitiva. Asimismo, posibilitan que la empresa responda de forma más eficiente a las recientes solicitudes de los clientes, que cada vez requieren servicios más accesibles y veloces, basados en herramientas tecnológicas.

En esta línea, es razonable afirmar que la transformación digital, respaldada por tecnologías emergentes de bajo costo y fácil implementación, representa una oportunidad clave para fomentar el desarrollo, la modernización y el posicionamiento de Delicias Mimi. Esto contribuye a su sostenibilidad y adaptación en un contexto empresarial que se vuelve cada vez más competitivo y digital.

5. Conclusiones.

El desarrollo del trabajo posibilitó la evaluación de las oportunidades que brindan las tecnologías emergentes para llevar a cabo la transformación digital del negocio de comidas rápidas Delicias Mimi. Se identificaron tanto los puntos fuertes como las áreas que necesitan mejora en lo que respecta al uso de herramientas tecnológicas. El diagnóstico mostró que el negocio tiene un nivel inicial de digitalización, que se manifiesta en la restricción del uso de tecnologías en los procesos de atención al cliente, gestión de pedidos y medios de pago. Esto crea grandes oportunidades para mejorar su competitividad y su capacidad para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.

Para reforzar la presencia digital, el uso de estrategias de marketing digital respaldadas por instrumentos de inteligencia artificial permitió fortalecer la visibilidad de Delicias Mimi en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. El desarrollo de contenido, la interacción con los usuarios y la publicación continua contribuyeron a que aumentara la comunidad digital, lo que amplió el alcance de la marca y creó nuevos canales para promocionar y vender los productos que ofrece la empresa.

Asimismo, investigación facilitó el reconocimiento de tecnologías emergentes que tienen potencial para aportar de manera importante al proceso de digitalización de Delicias Mimi. Se incluyen, entre otras cosas, la incorporación de pagos mediante transferencias QR, el uso de un menú digital accesible a través de código QR y la automatización de pedidos con un chatbot en WhatsApp. Estas herramientas constituyen opciones tecnológicas disponibles que tienen el potencial de optimizar los procesos operativos,

hacer más eficiente la gestión de la información y las transacciones comerciales, y mejorar la experiencia del cliente.

El estudio efectuado también permitió determinar que la transformación digital es una táctica clave para robustecer la competitividad de las empresas pequeñas en un ambiente cada vez más marcado por la tecnología. La integración gradual de herramientas digitales no solo ayuda a modernizar los procedimientos internos, sino que además facilita una respuesta más eficaz a las expectativas de los clientes, que exigen servicios accesibles, rápidos y ajustados a los canales digitales.

Para concluir, se reconoce como las tecnologías emergentes han constituido una oportunidad estratégica para fomentar la expansión y el posicionamiento de Delicias Mimi. La suma de acciones puestas en marcha y sugerencias para la transformación digital demuestra que la innovación tecnológica tiene el potencial de ser un elemento esencial para optimizar las relaciones con los clientes, consolidar la presencia en el mercado y asegurar una mejor sustentabilidad del negocio ante los retos y posibilidades que definen el contexto empresarial actual.

6. Referencias

- Arellano, S. G. P., & Rodríguez, L. D. P. (2024). Marketing digital y la personalización basada en inteligencia artificial. *Revista Científica Kosmos*, 3(2), 187-208.
<https://editorialinnova.com/index.php/rck/article/view/134>
- Bormane, S., & Blaus, E. (2024). Artificial intelligence in the context of digital marketing communication. *Frontiers in Communication*, 9, 1411226.
<https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2024.1411226/full>
- Brooklyn, P., Olukemi, A., & Bell, C. (2024). Ai-driven personalization in digital marketing: Effectiveness and ethical considerations. *Available at SSRN 4906214*.
<https://ssrn.com/abstract=4906214>
- Guerra, V. Y. (2025). *Marketing en redes sociales e influencers para restaurantes*. *Gestión Gastronomía*. <https://gestiongastronomia.com/la-receta-del-exito-digital-marketing-en-redes-sociales-e-influencers-para-restaurantes>
- Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B. (2018). Importancia de las técnicas del marketing digital. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732914>
- Marín Cardona, P. F., y Cuartas Torres, C. A. (2022). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. *Revista Universidad y Empresa*, 43, 1-38. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187276393010/html/>

Ortiz Sánchez A. T. (2025). Estrategias de marketing digital en redes sociales para el posicionamiento en el mercado local de empresas de comidas rápidas en el Municipio de Sincelejo. <https://repositorio.cecar.edu.co/handle/cecar/11575>

Anexos

Anexo 1

Menú diseñado con IA para el negocio Delicias Mimi



Anexo 2

Árbol de problema de Delicias Mimi



Anexo 3

Gráfico de mapa de empatía de Delicias Mimi

