



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**LA ADAPTACIÓN AL E-COMMERCE COMO DESAFÍO PARA LOS
EMPREDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN ASUNCIÓN, AÑO 2025.**

María Laura Mereles Ruiz

Asunción, Paraguay

2025



RESUMEN

La presente investigación examina de forma crítica los desafíos que enfrentan los emprendimientos gastronómicos de Asunción en su proceso de adaptación al comercio electrónico con proyección al año 2025, con especial atención a su posicionamiento competitivo frente a cadenas internacionales. Mediante un enfoque metodológico mixto, que combinó encuestas estructuradas a 200 negocios formalmente registrados y entrevistas semiestructuradas a sus propietarios, se identificó que, aunque el 80 % de los establecimientos utiliza herramientas digitales, persiste una marcada dependencia de plataformas externas: el 75 % gestiona pedidos a través de redes sociales y el 45 % opera mediante aplicaciones de entrega. En contraposición, solo el 15 % ha desarrollado soluciones propias, como sitios web con carritos de compra integrados. Entre las principales barreras detectadas se encuentran los costos asociados a la implementación tecnológica (35 %), el desconocimiento técnico (30 %), la percepción de un entorno regulatorio poco favorable (55 %) y una resistencia cultural relacionada con la pérdida del trato personalizado. A pesar de estas limitaciones, un 62 % de los actores manifiesta interés en acceder a procesos de formación digital, mientras que un 82 % valora la importancia estratégica de las alianzas colaborativas. El estudio concluye que la transformación digital en el sector gastronómico local sigue siendo parcial, centrada en el área de ventas más que en una gestión integral del negocio, lo que debilita su competitividad frente a cadenas globales que ya controlan el 45 % del mercado de delivery. En este contexto, resulta fundamental el impulso de políticas públicas que subsidien el acceso a tecnologías y simplifiquen las exigencias normativas. Asimismo, se requiere fomentar modelos de negocio que integren canales digitales sin perder la identidad local, junto con la creación de ecosistemas colaborativos orientados al intercambio de recursos logísticos y saberes técnicos.

Palabras clave: comercio, gastronomía, digitalización, competitividad, políticas.

