

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 7

16.

FECHA	lunes, 25 de noviembre de 2019
--------------	--------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Soacha
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Del Deporte Y La Educación Física
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Ciencias del Deporte y La Educación Física.

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Pastor Hernández	Daniel Alejandro	1032475135
Zubieta Gamba	Oscar Andrés	1022394068

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 2 de 7

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Ardila Patiño	Fernando

TÍTULO DEL DOCUMENTO
Implementación de una plataforma web, para diseñar y personalizar ropa deportiva, dirigida a la empresa tejideportes

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Profesional en ciencias del deporte y la educación física

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÀGINAS
19/11/2019	49

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1.Implementacion	Implemetation
2.Diseño	Design
3.Personalizacion	Personalitazion
4.Plataforma	Platform
5.Empresa	Company
6.Vestuario	Locker Room

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 3 de 7

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen: Este documento corresponde a un proyecto construido por dos estudiantes de la Universidad Cundinamarca, el cual pretende mostrar las diferentes facilidades que presentara una página web llamada Tejideportes, la cual permita a los clientes crear y modificar sus propios diseños para que sea satisfactorio el proceso y queden augustos con los resultados que se lograran obtener. Este proyecto pretende, en primer lugar, contextualizar como ha surgido la tecnología y que función se le está dando a nivel social, en segundo lugar, aportara elementos para continuar con la creación de páginas web que permitir la facilidad de los clientes, la comodidad de los mismos y generar nuevos procesos que sean de calidad.

Abstrac: This paper corresponds to a project designed by two students at Cundinamarca University, which focus to show the different facilities that a web page named Tejideportes, which allows clients to create and modify their own designs for getting a satisfactory process. And they really like the results that will be achieved. This project intends, in the first place, to contextualize how the technology has emerged and what function is being given to it at the social level, secondly, it will provide elements to continue with the creation of web pages that allow the ease of the clients, the comfort of the same and generate new processes that are of quality.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	x	



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 4 de 7

3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 5 de 7

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO _x_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 7 de 7

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 7 de 7

1. Implementación de una plataforma web, para diseñar y personalizar ropa deportiva, dirigida a la empresa tejideportes.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Pastor Hernández Daniel Alejandro	<i>Daniel Hernández</i>
Zubieta Gamba Oscar Andrés	<i>OSCAR ZUBIETA</i>

12.1-14.1



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

**“IMPLEMENTACION DE UNA PLATAFORMA WEB, PARA DISEÑAR Y
PERSONALIZAR ROPA DEPORTIVA DIJIGIDA A LA EMPRESA TEJIDEPORTES
DE BOGOTA”**

DANIEL ALEJANDRO PASTOR HERNANDEZ

OSCAR ANDRES ZUBIETA GAMBA

CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA EDUCACIÓN FISICA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

EXTENSION SOACHA

BOGOTÁ, D.C. NOV DEL 2019



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

**“IMPLEMENTACION DE UNA PLATAFORMA WEB, PARA DISEÑAR Y
PERSONALIZAR ROPA DEPORTIVA DIGIRIDA A LA EMPRESA TEJIDEPORTES
DE BOGOTA”**

DANIEL ALEJANDRO PASTOR HERNANDEZ
OSCAR ANDRES ZUBIETA GAMBA

Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de:

Profesional en ciencias del deporte la educación física

Director de Trabajo de grado:

FERNANDO ARDILA

CIENCIAS DEL DEPORTE Y LA EDUCACIÓN FISICA
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
EXTENSIÓN SOACHA
BOGOTÁ, D.C. NOV DEL 2019

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado principalmente lo dedicamos a dios, por darnos la fuerza e inspiración, para obtener uno de los anhelos mas deseados de nuestras vidas. A nuestros padres por su amor, cariño y sacrificios por todos estos años. Gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Estamos muy orgullosos de ser sus hijos, son los mejores padres.

A nuestros hermanos que siempre nos apoyaron desde un principio para lograr obtener título de profesional. A todas las personas que siempre nos apoyaron de una u otra forma, para que fuera posible realizar este proyecto, gracias por abrirnos las puertas y compartirnos sus conocimientos.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a dios por bendecirnos todo este camino, que siempre a estado fortaleciéndonos y brindándonos apoyo en aquellos momentos de dificultad.

Gracias a nuestro padres, José Pastor y, Diana Hernández y Blanca Gamba y Libardo Zubieta, por ser los principales de nuestros sueños. Gracias por los consejos y valores que siempre nos inculcaron.

Agradecemos a todos los docentes de la universidad de Cundinamarca, que estuvieron compartiéndonos sus conocimientos a lo largo de nuestra preparación, de manera especial al director del programa Fernando Ardila quien fue nuestro asesor de nuestro trabajo, gracias por tenernos paciencia y compartir tan excelentes conocimientos.

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS	4
TABLA DE CONTENIDO.....	5
RESUMEN.....	7
ABSTRAC	8
INTRODUCCIÓN.....	9
JUSTIFICACIÓN.....	11
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
OBJETIVO GENERAL.....	16
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
MARCO TEÓRICO	23
METODOLOGIA.....	27
PROCEDIMIENTO.....	27
METODOLOGIA CUANTITATIVA.....	28

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

ANALISIS DE RESULTADOS	33
ESTRATEGIAS	40
Discusión.....	44
CONCLUSION	45
REFERENCIAS	47

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

RESUMEN

Este documento corresponde a un proyecto construido por dos estudiantes de la Universidad Cundinamarca, el cual pretende mostrar las diferentes facilidades que presentara una página web llamada Tejideportes, la cual permita a los clientes crear y modificar sus propios diseños para que sea satisfactorio el proceso y queden orgullosos con los resultados que se lograran obtener. Este proyecto pretende, en primer lugar, contextualizar como ha surgido la tecnología y que función se le está dando a nivel social, en segundo lugar, aportara elementos para continuar con la creación de páginas web que permitan la facilidad de los clientes, la comodidad de los mismos y generar nuevos procesos que sean de calidad.

Palabras claves: Internet, cliente, calidad, página web, innovación.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

ABSTRAC

This paper corresponds to a project designed by two students at Cundinamarca University, which focus to show the different facilities that a web page named Tejideportes, which allows clients to create and modify their own designs for getting a satisfactory process. And they really like the results that will be achieved. This project intends, in the first place, to contextualize how the technology has emerged and what function is being given to it at the social level, secondly, it will provide elements to continue with the creation of web pages that allow the ease of the clients, the comfort of the same and generate new processes that are of quality.

Keywords: Internet, customer, quality, website, innovation.

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto analiza la factibilidad que generara una página web, en donde los clientes puedan generar sus propios diseños; de tal forma que sea un trabajo autónomo y sea propio a las necesidades que presenta cada cliente. Por lo cual se manejará en el presente proyecto un diseño metodológico cuantitativo que permite reconocer de forma espontánea las necesidades y las aspiraciones de cada cliente que implementará esta página web en su forma laboral.

Este trabajo es la propuesta que queremos ofrecer a la empresa tejideportes de Bogotá. Para nosotros es importante que una empresa, cuente con una plataforma web, ya que esto hará que tome un buen posicionamiento en el mercado deportivo.

Para nuestra investigación encontramos que la mayoría de empresas que confeccionan uniformes deportivos cuentan con plataformas virtuales, tales como, Saeta, Attle y Tusa. Esto les facilita sus productos. Es un procedimiento extenso pero de manera profesional y organizada se reflejara tener un mayor reconocimiento dentro del mercado deportivo, como las empresas anteriormente mencionadas.

De este modo, en la primera parte, se realiza la descripción de la problemática que se vive en el diario vivir con los medios tecnológicos y la implementación que se le da al mismo. Por otra parte, se encuentran los antecedentes, que se han obtenido a lo largo del proyecto mostrando el impacto que ha tenido internet en la creación de páginas web para beneficio de la población.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

En la segunda parte, se encuentra la propuesta de la plataforma web, que se implementara para ofrecerle a la comunidad nuevos procesos que generen mayor calidad del producto y sea pertinente para acceder al tiempo disponible de la comunidad, para lograr lo anteriormente mencionado se presenta la estructura y resultados de la encuesta como medio de recolección de información. La última parte del proyecto se presentan los resultados obtenidos por medio de la propuesta planteada anteriormente, en donde se resaltan los beneficios de la página web y la utilidad que le daría a población a sus actividades.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

JUSTIFICACIÓN

Vemos el desarrollo que ha tenido en los últimos años el E-commerce donde evoluciono y se volvió un método de compra y venta de bienes, productos y/o servicios a través del internet. Las personas emprendedores utilizan este método para comercializar online por su popularidad, accesibilidad, reducción de costos y tiempo.

El consumidor está cambiando sus hábitos de compra, por ello es impredecible adaptarse a las necesidades del cliente, generando un cambio para expandirse en el mercado.

La empresa tejideportes es una empresa familiar que se dedica a la confección de ropa deportiva y venta de artículos deportivos desde hace aproximadamente 15 años, actualmente no cuenta con una plataforma web y su medio de producción y venta es por medio de una tienda física.

El objetivo de esta propuesta es que la empresa tenga mejor y mayor posicionamiento en las actividades comerciales deportivas. Supliendo la necesidad del consumidor, desde la comodidad de su hogar ofreciendo gran variedad de opciones, productos, servicios y diseños personalizados.

La plataforma web le ofrece al usuario la posibilidad de acceder a una gran variedad de prendas deportivas, de manera fácil y rápida, garantizando la calidad del producto y la

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

satisfacción del cliente.

El propósito de la página web, es fidelizar un porcentaje de los compradores teniendo en cuenta sus preferencias y las tendencias del momento.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tejideportes es una empresa familiar que se dedica a la confección de ropa y artículos deportivos desde hace más de 15 años. Desde ese entonces no cuenta con una plataforma virtual que le permita una mayor demanda a nivel local. Lo cual no le permite darse a conocer con sus productos a nivel Bogotá.

La empresa tejideportes se encuentra ubicada en la localidad de Bosa (Bogotá), allí se encuentra la fabrica donde se realiza la producción de ropa deportiva, y el punto de venta directo.

La localidad de bosa es una de las más importantes en tema de futbol de salón y futbol sala, allí es practicado este deporte por la mayoría de personas que habitan esta localidad, por ende hay una alta demanda por ellos en cuanto a ropa deportiva.

Por otro lado en el mercado colombiano se presenta una falencia a nivel tecnológico que al mismo tiempo impacta a lo económico y social, generando desempleo y una desinformación de nuevos métodos de empresas y emprendimiento. En las últimas dos décadas pocas empresas han brindado servicios a través de una plataforma virtual que brinde al consumidor crear su propio estilo y al momento de adquirir algún producto el consumidor destina gran parte del tiempo buscando ese diseño que le llame la atención.

Por otra parte, en el año 1998 se da una inversión a nivel nacional de como el internet se

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

puede dar como un método de comunicación ante el mundo y de investigación hacia nuevas tecnologías, pero hasta el año 2009 es donde encontramos por parte del mandatario Álvaro Uribe Vélez, el cual implemento las TICS (tecnologías de la información y las comunicaciones) como un método de aprendizaje e innovación hacia nuevas empresas).

De acuerdo a lo anterior, han surgido demasiadas empresas tecnológicas y de servicio al cliente por medio de una plataforma web, lo que genera es que, al no existir unas oficinas físicas, el emprendedor o gerente de la empresa logre reducir tiempos y costos manejando esto aun enfoque de mejorar la empresa y lograr tener un amplio mercado por la fácil distribución de la publicidad. A pesar de tantos beneficios que genera la creación de una empresa tecnológica, o con enfoque a un público específicamente hallado en internet, muy pocas organizaciones prestan un servicio de estampado personalizado o de creación de diseños en las prendas de vestir, generando esto un mercado nuevo en el cual nos podemos adentrar mejorando el servicio y dando al cliente la importancia que este se merece.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

PREGUNTA PROBLEMA:

¿ La empresa tejideportes a través de una plataforma web de diseño personalizado de ropa deportiva, puede tener un mayor posicionamiento en el mercado deportivo?

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar una plataforma web en la empresa tejideportes de Bogotá, que permita adquirir, crear y personalizar prendas deportivas, para obtener un mejor posicionamiento en el mercado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reducir el tiempo de compra, con el objetivo de que los clientes no tengan necesidad de acercarse a la tienda física.
- Economizar costos, proponiendo ofertas, descuentos y promociones en la plataforma para los clientes frecuentes.
- Elaborar una encuesta para obtener diferentes datos, y a partir de ellos, evaluar las preferencias y necesidades de los clientes.

ESTADO DEL ARTE

Durante el proceso de investigación del proyecto generar un mayor impacto con la empresa TEJI DEPORTES, a nivel local en la venta de diferentes artículos deportivos satisfacer a los clientes con la innovación tecnología el manejo de una plataforma web.

Pero aprovechar las TIC no significa seguir utilizando el método de enseñanza tradicional y emplear un computador para su transmisión, o como afirmó Ferreiro (2000) “No se trata de insertar lo nuevo en lo viejo, o de seguir haciendo lo mismo, con los nuevos recursos tecnológicos. Es innovar, haciendo uso de los aciertos de la pedagogía y la psicología contemporáneas y por supuesto de las nuevas tecnologías”

(BOLOGNA & WALSH, 1997), establece que la Tecnología de la Información (TI) se entiende como "aquellas herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular o distribuir información". La 27 Tecnología de la Información se encuentra generalmente asociada con las computadoras y las tecnologías afines aplicadas a la toma de decisiones, (GUATRI & VICARI, 1992), en esta dinámica, la capacidad de aprendizaje se vuelve crucial sobre todo en empresas de alto contenido tecnológico o en las de servicios para asegurar la generación de valor a partir del desarrollo del conocimiento.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

La empresa de prendas deportivas y confecciones realizamos una entrevista uno de los dueños de la empresa TEJI DEPORTES, que lleva 14 años, nos cuenta el proceso y evolución que lleva durante estos años.

La empresa de implementos deportivos TEJIDEPORTES cuenta con 15 años de antigüedad realizamos una entrevista a CARLOS PERILLA, la evolución de los productos en la localidad de bosa.

CARLOS PERRILLA, relata como comienza la empresa TEJI DEPORTES, comenzamos con un local muy pequeño ubicado en la localidad de bosa en el año 2005 con sociedad de mi hermano ANDRES PERILLA, comenzamos haciendo uniformes tenis, distribuyendo en diferentes localidades.

El desarrollo de la empresa y confecciones de diferentes prendas, implementos deportivos ha evolucionado durante todos estos años por la competencia que en la localidad ahí, mi CARLOS PERRILLA y mi hermano somos personas empíricas, durante el 2010 modificamos todos los uniformes, la tela, los diseños, los estampados, implementamos lo que eran medias, petos, esqueletos.

ANDRES PERILLA comenzó a realizar uniformes sacos, sudaderas, nos ampliamos con todo lo textil, la competencia en uniformes deportivos eran muy grande decidimos, realizar esa innovación para el negocio, fue lo mejor que hicimos con mi hermano ahorita trabajamos los uniformes de muchos colegios en la localidad de bosa.

Pasa el tiempo la empresa ha crecido mucho gracias a las nuevas tecnologías que nos brinda la parte textil. La empresa ahorita se encuentra ubicada en bosa villa suitea donde se amplio un

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

poco... tenemos 4 trabajadores, donde competimos en calidad y no con precios.

“El mundo ha evolucionado, su sorprendente competitividad y la rapidez para hacer negocios ha impulsado el crecimiento del comercio electrónico. Adquiriendo dicha ventaja de adquirir productos desde cualquier lugar del mundo sin salir de casa.” (Tavera, 2018)

“El progreso del comercio electrónico ha variado la manera de hacer negocios en todo el mundo, teniendo un impacto en el crecimiento económico y generando nuevos empleos a nivel internacional. Esto sucede gracias a la rápida evolución en las tecnologías de la comunicación ya que se emplea en todas las empresas, no importando el tipo, tamaño o distancia entre países. Los recientemente modelos de negocios electrónicos generan oportunidades para los proveedores, y aportan satisfacción para los clientes, minimizando costos y distancias surgiendo nuevos mercados y organizaciones electrónicas.” (Quintero, 2015)

El mercado electrónico es un refuerzo universal que como se muestran los datos de intercambios nacionales están ganando una alta intensidad, es por ello que uno de los principales obstáculos para el desarrollo de servicios de comunicaciones, que se encuentran en la base de la economía, tiene un elevado costo en las telecomunicaciones (Rodríguez, 2013)

Para la empresa tejideportes obtener las últimas actualizaciones tecnológicas para satisfacer al cliente, que ahorre tiempo, dinero, para tener un prenda deportiva rápido eficiente.

“Para los autores (Romero Rosales & Ribadeneira Molestina, 2013) definen el comercio electrónico como diferentes formas de comercializar por intercambio o contacto físico directo y formas de resolución de conflictos. El comercio electrónico no es un sueño a futuro, caso contrario tiene una gran acogida de consumidores que día a día crecen como ola gigante ya que es un fenómeno que ha ido globalizándose y crecerá sin límites.”

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

MARCO CONCEPTUAL

A continuación vamos a resaltar los conceptos más importantes que van relacionados con la empresa tejí deportes.

“El mercado electrónico es un refuerzo universal que como se muestran los datos de intercambios nacionales están ganando una alta intensidad, es por ello que uno de los principales obstáculos para el desarrollo de servicios de comunicaciones, que se encuentran en la base de la economía, tiene un elevado costo en las telecomunicaciones” (Rodriguez, 2013).

El primer lugar para la empresa es el cliente que adquiere un producto Cliente: “Termino que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como en el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante para la compañía”. (bruno, 1999)

En segundo lugar un cliente que compra el producto por la plataforma, y distribuye, Comerciante: “Intermediario en el canal de distribución, que se dedica a realizar transacciones de compraventa a nivel individual, o en representación de una sociedad”. (Berkowitz, 2004)

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

En tercer lugar para la empresa, debe estar actualizando sus productos para vender por la plataforma, así generar más competencia para la empresa tejideportes Competencia: “Consiste en otras empresas que podrían ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de un mercado específico. Son varias las formas de competencia y cada compañía debe considerar a sus competidores actuales y potenciales en el diseño de su estrategia de marketing”. (Kerin, Berkowitz, Hartley, & Rudelius, 2004).

Consumidor: “Es la persona que el marketing toma como su objetivo central, en la medida en que se busca satisfacer sus necesidades y deseos a través de un intercambio, en el que se generan unas satisfacciones que el consumidor valora y por los que está dispuesto a pagar”. (Pujol & Bruno, 1999).

(Kodama, 1993), y del modelo de desarrollo interactivo definido por Kline y Rosenberg (1986), que resaltan la importancia de dos tipos de interacciones, el primero interno a un grupo de empresas estrechamente relacionadas, y el segundo entre las empresas y el sistema científico y tecnológico existente en el entorno, el binomio territorio e innovación se intenta analizar observando las conexiones entre la investigación, la actividad industrial, los agentes de innovación y las redes de transferencia tecnológicas existentes

En el presente marco, se resaltaron los conceptos más importantes que se manejan durante el presente proyecto; en primera instancia se encuentra el termino *cliente*, en donde Pujol & Bruno (1999) lo definen como la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como en el caso de los artículos infantiles. Por otra parte, se retoma el concepto de *Comerciante*

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

el cual se interpreta como el “Intermediario en el canal de distribución, que se dedica a realizar transacciones de compraventa a nivel individual, o en representación de una sociedad”. (Kerin, Berkowitz, Hartley, & Rudelius, 2004).

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, se puede destacar que el cliente y el comerciante son de vital importancia en el proceso de creación y ejecución del presente proyecto, puesto que el cliente es la base principal para dar funcionamiento y crecimiento que se lleva a cabo con el producto que se quiere implementar para generar innovación, de igual forma el comerciante cumple un papel fundamental en el proceso. Por otra parte, se retoma el concepto de competencia, en donde se define como otras empresas que podrían ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de un mercado específico. Son varias las formas de competencia y cada compañía debe considerar a sus competidores actuales y potenciales en el diseño de su estrategia de marketing”. (Kerin, Berkowitz, Hartley, & Rudelius, 2004).

Articulando el concepto anterior, se retoma el concepto de **Control**: en donde se retoma a Kotler & Philip (2004) en donde lo definen como el proceso en el cual se detecta y se corrigen los errores que se generan a lo largo de la ejecución del proceso que se está generando. Por último, y menos importante se retoma el concepto de **estrategia** en donde lo definen como un plan de acción amplio por el cual una organización trata de alcanzar sus objetivos”. (Stanton, William, Etxel, Michael, Walker, & Bruce, 1991. De tal forma que los conceptos que se implementaron en el proyecto son de vital importancia, puesto que son los términos que se manejan frecuentemente en nuestro proyecto y son las redes que manejaremos para dar una satisfacción absoluta al cliente y a la empresa.

MARCO TEÓRICO

((ECHAVARRIA, 2009) nos muestra la importancia del internet como canal de ventas en la actualidad y su poder para cambiarlo todo y todos sus recursos digitales, y que también es usado para brindar servicios es decir que no solo sirve para comercializar bienes tangibles si no también intangibles, la importancia de que las compañías se movilen hacia el mundo virtual en todos los aspectos de las actividades del marketing. El marketing digital es un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de marketing de la empresa que utiliza los sistemas de información telemáticos para conseguir el objetivo general que marca cualquier actividad de mercadeo. Conseguir una respuesta medible ante un producto o una transacción comercial en el libro marketing digital nos hablan sobre las herramientas que el internet pone para realizar transacciones electrónicas que ya no es necesario coincidir en un espacio físico para compra o vender algún bien o servicio que ya es posible estar en lugares diferentes apartados para la realización de una transacción comercial y en esta hay características como :

- Ausencia de un establecimiento físico y real
- Contacto a distancia entre proveedor y comprador
- No se limita a comprar o vender el producto también a buscar información de este

Por consiguiente para la empresa tejideportes es de gran importancia contar con recursos digitales, en esta caso una plataforma web, esto hará que la empresa tenga un mejor

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

posicionamiento en la localidad de bosa (Bogotá).

Según (VALLINA, 2014) dice que el momento actual es de grandes cambios y transformaciones en el sector del marketing. Las actuales novedades tecnológicas son las grandes responsables de estos cambios y han obligado a las empresas a transformar sus estrategias de marketing y adaptarlas a las tecnologías digitales diseñando estrategias específicas para los medios interactivos en línea. Prácticamente todas las empresas han desarrollado herramientas y adaptado su comunicación a los diferentes soportes, medios y entornos que han ido emergiendo, es el caso de internet y el desarrollo de páginas web como elemento de marketing. Cuando se empezó a vislumbrar que era una herramienta que a largo plazo sería de gran impacto para las estrategias de marketing, casi todas las empresas irrumpieron en este espacio virtual, con mayor o menor fortuna en sus inicios. Actualmente es un elemento indispensable de comunicación con sus clientes.

La empresa tejideportes contara con una plataforma web, esta sería una estrategia que le permitirá tener una indispensable comunicación con sus clientes.

La entrevista (VILLAVICENCIO, 2015) nos muestra Las herramientas del marketing y las tics: su uso en las Pymes para el desarrollo empresarial. Nos muestran como el internet y los departamentos de marketing son importantes para el desarrollo empresarial y social de una compañía como las empresas están enlazadas al internet y como este genera grandes cambios administrativos y económicos, como expande los productos las plazas y las promociones, demostrando que le mundo del mercadeo ha cambiado circunstancialmente en los últimos años

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

debido a la globalización y que el internet ya es utilizado como una herramienta de investigación y búsqueda. Sea cual sea la acepción preferida, el proceso actual de globalización requiere de una profunda reflexión sobre la nueva realidad empresarial y sus elementos constitutivos, sobre nuestras «tradicionales» empresas y sus actuales estrategias, teniendo en cuenta que los mercados, los sectores de actividad, los clientes, los proveedores y las administraciones también han cambiado. En este contexto, la estrategias potenciales de cada empresa se multiplican y la gestión empresarial internacional posibilita comportamientos y actuaciones que, prácticamente, especifican a cada organización, haciendo más compleja su Caracterización y generando un altísimo grado de heterogeneidad entre las empresas internacionales

El marketing y el internet es importante para el desarrollo empresarial, es por eso que la empresa tejideportes contara con una plataforma web, que tendrá mayores cambios tales como administrativos y económicos.

Según (CABALLERO, 2014) menciona la teoría de posicionamiento e identifica que “El posicionamiento puede estar enfocado en una característica o elemento para así, conseguir la diferencia deseada. Por tanto, podemos hablar de una tipología de posicionamiento.” En este orden de ideas, se divide en cinco.

- Posicionamiento por solución a una necesidad, en donde se determina la diferenciación como un aporte o como solución a una necesidad en específico.
- Posicionamiento por relación calidad/precio debido a que es un aspecto sobrevalorado por el consumidor.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

- Posicionamiento por uso, de acuerdo a la aplicación que el producto posee.
- Posicionamiento por competidos, en donde se hace un énfasis en la comparación con la competencia.
- Posicionamiento por clasificación, allí el producto se identifica de acuerdo a categorías.

Para generar un mejor posicionamiento de la empresa tejideportes en la localidad de Bosa debe tener en cuenta estos anteriores aspectos, y generar una planificación estratégica como lo será la plataforma web para diseñar ropa deportiva personalizada.

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

METODOLOGIA

El siguiente marco metodológico se desarrollara a partir de un procedimiento específico dividido en cuatro partes. La primera, es identificar cual es el tipo de investigación que se está realizando y su orientación. La segunda es el desarrollo de la encuesta en Google form que será aplicada para los clientes de tejideportes. La tercera es el análisis de resultados a partir de las respuestas de los consumidores de la empresa. Y por ultimo las estrategias que se realizaran para los clientes que no estén de acuerdo con la plataforma web.

Por ende el tipo de investigación a utilizar es la metodología cuantitativa, ya que se aplicara una encuesta de forma virtual a los consumidores de la empresa tejideportes de Bogotá.

A continuación se vera descrito que es la metodología cuantitativa y cuáles son sus técnicas para la recolección de información. El análisis de resultados con sus respectivas preguntas y las estrategias que se aplicaran para los clientes de tejideportes.

PROCEDIMIENTO

Se realizo el diseño de encuesta de acuerdo a las características de la plataforma web y necesidades de los clientes de tejideportes. Según (Asignaturas, sf) "...el propio encuestado lee el Ouestionario y anota las respuestas una vez recibido, de ahí que con frecuencia se denomine como "encuesta auto administrada". En esta modalidad la carta de presentación desempeña un

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

papel prioritario en la medida en la que opera como medio de comunicación entre entrevistado y entrevistador.” A partir del método postal.

La población a impactar, son los clientes de la empresa tejideportes, siendo hombres y mujeres de 17 a 50 años con un nivel socioeconómico de estrato de 2 en la localidad de bosa (Bogotá)

En su totalidad fueron encuestados 58 personas, consumidores de la empresa tejideportes. Por consiguiente la encuesta se aplica en Google form, siendo un mecanismo digital, que sirve para arrojar datos cuantificados por medio de graficas

Google form según (Modalidad a distancia, s.f.) “es una herramienta que nos será de mayor ayuda en el proceso de tomar encuestas para nuestras diversas asignaturas, el cual nos permite crear un simple formulario dependiendo de las necesidades que tengamos a su vez nos facilita el trabajo de tabulación ya que al realizar estas encuestas de manera online los datos que se ingresan son almacenados en una hoja de cálculo lo cual no ayuda con el trabajo con los datos obtenidos”. A partir de esta recopilación de datos se puede iniciar con el análisis de resultados.

METODOLOGIA CUANTITATIVA

El método a utilizar será la Investigación Cuantitativa, la cual, según Ramos, citando a Cuenya & Ruetti (2010), “busca comprender los fenómenos dentro de su contexto usual, se basa en las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, comportamientos observados, documentos y demás fuentes que persiguen el fin de pretender no generalizar los resultados” (p.16). La investigación cualitativa según Monje (2011) se interesa por captar la percepción que tiene el sujeto frente a su propio contexto, es decir, es una inducción analítica

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

basada en la observación de la realidad. El autor también plantea que desde la investigación cuantitativa se realiza una indagación basada en valores, actitudes, opiniones y percepciones con el fin de analizar el sentido que los sujetos dan a sus conceptos y actos comunicativos.

Por otro lado, Según la Universidad Jaén, el objetivo de la investigación cuantitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984). Las características básicas de los estudios cualitativos se pueden resumir en que son investigaciones centradas en los sujetos, que adoptan la perspectiva del interior del fenómeno a estudiar de manera integral o completa. Las afirmaciones no son respaldadas por universidades a menos que sean documentos institucionales.

El proceso de indagación es inductivo y el investigador interactúa con los participantes y con los datos, busca respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, cómo se crea y cómo da significado a la vida humana.

Siguiendo con la idea anteriormente expuesta, la Universidad Autónoma (2000) anterior, expone que la investigación cualitativa posee un enfoque multimetódico en el que se incluye un acercamiento interpretativo y naturalista al sujeto de estudio, lo cual significa que el investigador cualitativo estudia las cosas en sus ambientes naturales, pretendiendo darle sentido o interpretar los fenómenos en base a los significados que las personas les otorgan. La investigación cualitativa es un campo interdisciplinario, transdisciplinario y en ocasiones contra disciplinario, atraviesa las humanidades y las ciencias sociales y físicas. En este caso, este método

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

investigativo es el apropiado debido a que permite identificar e interpretar significados de situaciones o fenómenos. Desde esta investigación es importante conocer y comprender las transformaciones motivacionales y emocionales en procesos de rehabilitación de habitantes de calle lo que hace necesario la escucha y la observación para permitir realizar una comprensión eficiente.

- **Técnicas de recolección de información**

En este proyecto se manejará la técnica de encuesta:

La encuesta según García, Ferrado como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (1993). Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

De igual forma, plantea 4 razones por las cuales es importante manejar las encuestas en investigaciones sociales:

1. Las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias motivos. Hay estudios experimentales en que no se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevista hacen posible determinar las variables de estudio.
2. Las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información a cualquier población.
3. Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

entrevistados. 4. Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniéndose gran cantidad de datos a un precio bajo y en un periodo de tiempo corto

Por otra parte, como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo (1998) destaca:

1. La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
2. Es un método preparado para la investigación.
3. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
4. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Complementando lo anterior, se encuentra Thompson, (S.f) quien plantea que la encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias, por lo cual plantea la siguiente tabla en donde se plasman los pasos que se deben seguir a la hora de realizar una encuesta.

Tabla 1. Los interrogantes en el proceso de una investigación.	
OBJETIVO	TIPOS DE PREGUNTAS
Identificación	¿Cuál es el fenómeno? ¿Cómo se llama?

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

Descripción	¿Cuáles son las dimensiones del fenómeno? ¿Qué variaciones existen? ¿Qué es importante acerca del fenómeno?
Exploración	¿Cuáles son todas las características del fenómeno? ¿Qué está ocurriendo realmente? ¿Cuál es el proceso por el que surge o se experimenta el fenómeno?
Explicación	¿Cómo actúa el fenómeno? ¿Por qué existe? ¿Cuál es su significado? ¿Cómo se originó el fenómeno?

ANÁLISIS DE RESULTADOS

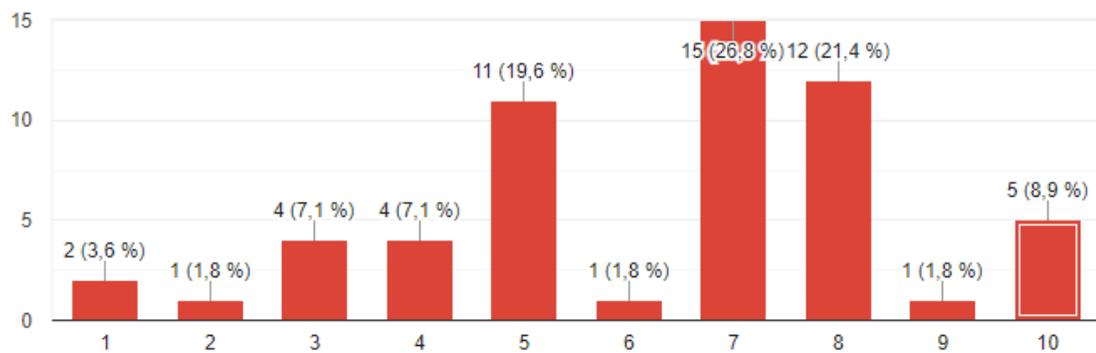
ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES MAS CERCANOS DE LA EMPRESA TEJIDEPORTES

1.

¿Que tanto confía usted a la hora de comprar por Internet?



56 respuestas



Análisis

Se puede interpretar que las personas que hacen compras por internet, nunca estarán del todos seguras a la hora de comprar a través de una plataforma digital, siempre abra un motivo que genere desconfianza, ya sea porque no llegue el producto, llegue con daños o haya una mala

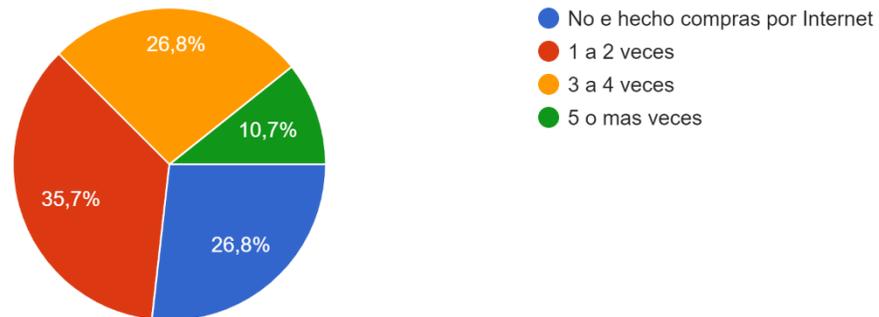
PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

comunicación y simplemente no sea el producto acordado.

2.

¿Cuántas veces ha tenido la posibilidad de comprar ropa deportiva por Internet?

56 respuestas



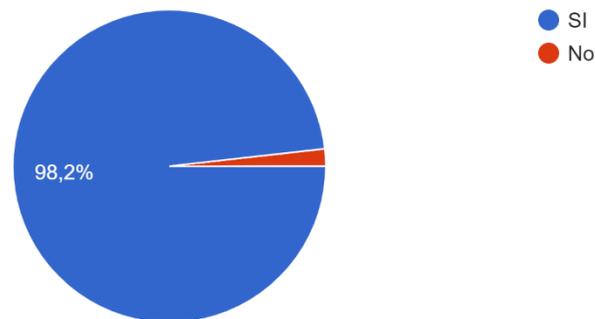
Análisis

A partir de esto podemos concluir que menos del 30% de los clientes de tejideportes, han tenido la posibilidad de realizar compras por internet, por lo anterior decimos que son personas que no conocen del todo la tecnología pero sobre todo el Ecommerce que están manejando las nuevas empresas. Se buscara varias estrategias para que estas personas, conozcan y puedan vivir la experiencia de comprar a través de una plataforma digital.

3.

Para las prendas deportivas ¿Le gustaría tener una pre visualización de diseños antes de la compra?

56 respuestas



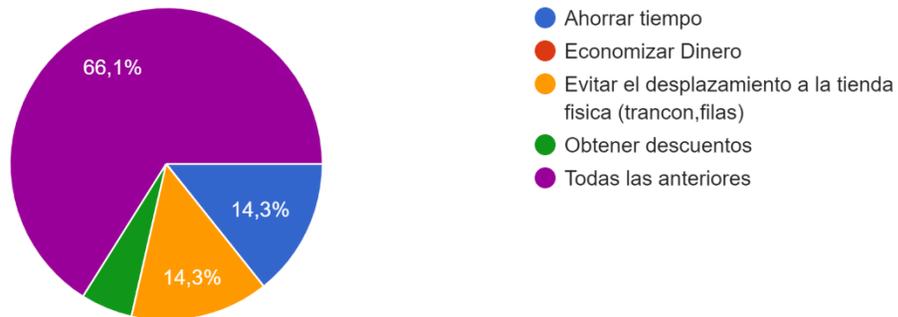
Análisis

En la pregunta número tres, se identifica que la mayoría de los clientes si les gustaría ver variaciones de diseños, para que a la hora de personalizar cualquier prenda deportiva, tengan de dónde escoger, ya sean colores, tipo de material y en este caso diseños. Por ende es una buena estrategia para ayudar a los clientes y así queden satisfechos con su producto personalizado

4.

Escoja la mejor opción, a la hora de Comprar prendas deportivas por Internet le ayuda a

56 respuestas



Analisis

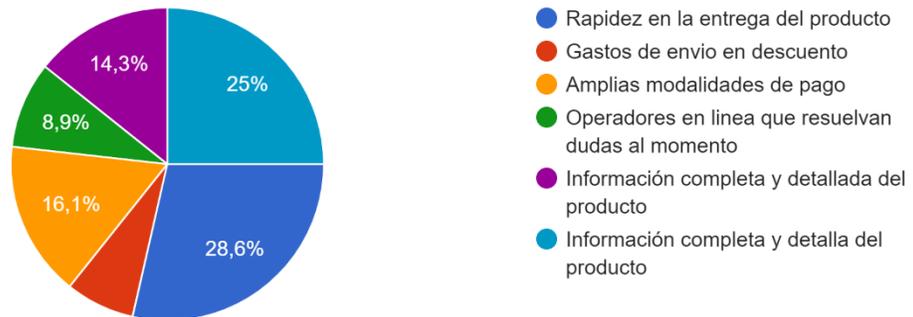
En la pregunta numero cuatro nos muestra que más del 60% de los clientes a la hora de realizar una compra por internet les ayuda a, ahorrar tiempo, economizar dinero, etc.

Concluimos que estas pequeñas características son muy importantes y haría que la empresa tejideportes tenga un buen posicionamiento en el mercado.

5.

De las siguientes opciones escoja, lo que mas valoraría a la hora de comprar y personalizar en una plataforma web

56 respuestas



Análisis

La pregunta número cinco se interpreta con el fin de saber, cual es la mejor opción o característica que prefiere el cliente a la hora de comprar y personalizar por internet,

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

hubo diferentes respuestas que los clientes eligieron, pero con la que mayor se identificaron los clientes fue la de rapidez en la entrega del producto con un 28,6%.

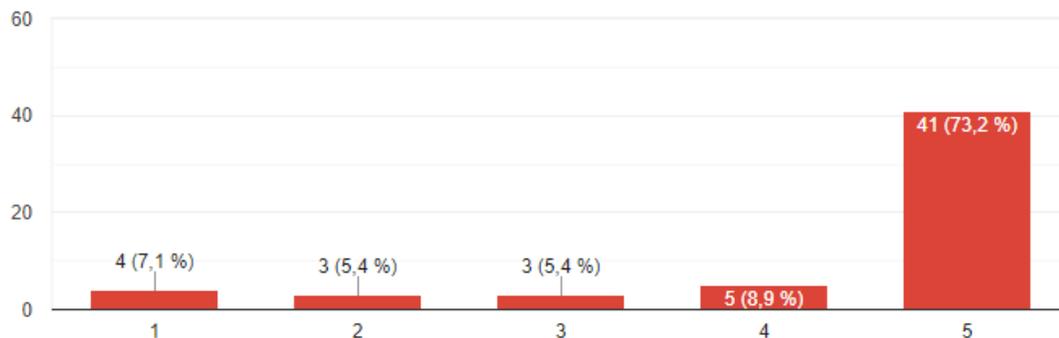
La siguiente opción con mayor votos fue la de recibir información completa y detallada del producto con un 25%.

Nos lleva a la conclusión que estás dos características u opciones, son muy importantes para que las personas hagan su compra por internet, seria un valor agregado, para satisfacer las necesidades de los clientes.

6.

Después de haber confirmado la compra del producto, le gustaría recibir información (correo, llamada), que su transacción ha sido exitosa? 

56 respuestas



Análisis

En la pregunta numero seis se identifica que el 73,2% de los clientes, si estarían de acuerdo, que después de haber hecho la compra y recibido el producto, reciban una llamada o correo electrónico, confirmando que el producto ya ha sido entregado exitosamente. Se utilizaría esta estrategia para estar mas cerca del cliente y así poder fidelizar a las personas que realicen

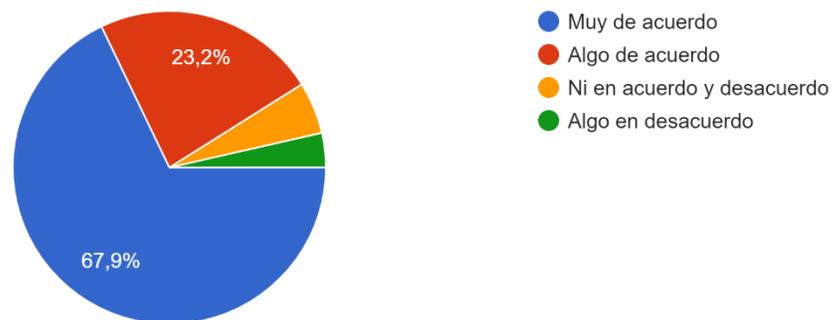
PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

compras por internet.

7.

Como cliente, estaría de acuerdo, que la empresa tejideportes, le brinde la posibilidad de hacer compras personalizadas a través de una plataforma web?

56 respuestas



Análisis

Como vemos en la pregunta numero siete, el mayor porcentaje de los clientes 67,9% si están de acuerdo que la empresa tejideportes utilice una nueva estrategia de venta en esta caso una plataforma web, los clientes se identifican con esta nueva estrategia de venta, por que como anteriormente mencionado ayuda a economizar y ahorrar tiempo y dinero.

Para los clientes que no están en un total de acuerdo, se buscaría estrategias para que utilicen

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

esta forma de compra a través del internet.

ESTRATEGIAS

En el análisis de resultados vimos que mas del 60% de los clientes mas cercanos a la empresa tejideportes, están de acuerdo y les gustaría tener una plataforma web, en la cual puedan comprar sus productos de manera personalizada y a su gusto.

Buscaremos plantear y realizar estrategias para que el resto de clientes, en este caso los que no conocen las plataformas virtuales, los que no han realizado compras a través del internet y las que no se sienten seguras de hacer pedidos por internet, estén totalmente seguros de que si se puede comprar por internet y que los productos que adquieran estén totalmente adecuados y satisfagan las necesidades de los clientes.

PREGUNTAS	ESTRATEGIA
¿Qué tanto confía usted a la hora de comprar por Internet?	Como vimos en las respuestas de la pregunta número uno, solo el 30% aproximadamente confía en realizar una compra por internet. Estrategias: <ul style="list-style-type: none">• Realizaremos una descripción bien

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

	<p>detallada de los productos, de que material esta hecho, de donde se fabrican, que personas son las que hacen manipulación del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar garantías por si el producto tiene un pequeño defecto, por si la entrega del producto se demora mas de lo acordado o si el producto pedido no es el mismo que compro, Con un bono de descuento por la compra o con un obsequio dependiendo de lo pedido por el cliente.
<p>¿Cuántas veces ha tenido la posibilidad de comprar ropa deportiva por Internet?</p>	<p>En la pregunta numero dos, el 26,6% de los clientes de la empresa tejideportes no a vivido ni ha tenido la posibilidad de comprar ropa deportiva por internet.</p> <p>Estrategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muchas veces los clientes no se enteran de las promociones que hace la tienda física, por falta de comunicación. En este caso la plataforma servirá para que todos los clientes estén informados de que días se darán bonos de descuentos y grandes promociones de los productos de la empresa tejideportes,. <p>Al ver varias promociones los clientes accederán a comprar el producto por internet.</p>
<p>Para las prendas deportivas ¿Le gustaría tener</p>	<p>Ante esta pregunta los clientes no dudaron en</p>

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

<p>una pre visualización de diseños antes de la compra?</p>	<p>responder que si les gustaría tener una pre visualización de varios diseños, teniendo en cuenta una gran ayuda para que puedan tener una referencia mas detallada para los productos personalizados.</p> <p>Estrategia: Exhibir todos los diseños posibles, teniendo en cuenta que es lo que busca el cliente.</p>
<p>Escoja la mejor opción, a la hora de Comprar prendas deportivas por Internet le ayuda a</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahorrar tiempo • Economizar dinero • Evitar desplazamiento a la tienda física (trancón, filas) • Obtener descuentos • Todas las anteriores 	<p>En la pregunta número cuatro, las respuestas son todas favorables para el cliente, estas pequeñas estrategias son para atraer al cliente y así, saber que si será viable la plataforma web.</p>
<p>De las siguientes opciones escoja, lo que más valoraría a la hora de comprar y personalizar en una plataforma web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapidez en la entrega del producto • Gastos de envío en descuento • Amplias modalidades de pago • Operadores en línea que resuelvan dudas al momento • Información completa y detallada del producto 	<p>En la pregunta numero cinco la respuesta menos votada, fue la numero cuatro, no quiere decir que no sea una buena estrategia para fidelizar los clientes, al contrario fue tan parejo los resultados de las opciones de respuesta que llegamos a una conclusión que todas serian muy importantes para la creación de la página web, y así todas las personas estén en un cien porciento de acuerdo con la creación de la plataforma.</p> <p>Estrategia:</p> <p>Al hacer entrega del producto al cliente, se le hará una llamada telefónica para realizar preguntas sobre el producto. Si llego en buen</p>

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

	<p>estado, el material que se hablo es el acordado, los colores y estampados son los mismos que pidió, entre otras características.</p>
<p>Después de haber confirmado la compra del producto, le gustaría recibir información (correo, llamada), que su transacción ha sido exitosa?</p>	<p>La pregunta numero seis, un poco menos de la mitad de los clientes si esta de acuerdo, con recibir una llamada o correo, para confirmar que la compra ha sido exitosa</p> <p>Estrategia: Esta estrategia se realizara con el fin de que el cliente se sienta importante para la empresa, y así en otra oportunidad nuevamente realice compras a la empresa tejideportes.</p>
<p>Como cliente, estaría de acuerdo, que la empresa tejideportes, le brinde la posibilidad de hacer compras personalizadas a través de una plataforma web?</p>	<p>En la ultima pregunta de la encuesta llegamos a la conclusión, que mas del 60% de clientes son personas que saben y conocen como se está manejando últimamente las ventas por internet. El resto de porcentaje concluimos que son personas que no tienen conocimiento y no saben del beneficio que les puede brindar, hacer compras a través de internet.</p> <p>Estrategia: A través del correo electrónico o redes sociales que maneje el cliente o número telefónico enviar publicidad, de los beneficios que puede brindar la plataforma web.</p>

Discusión

En la implementación de la página web para la empresa TEJIDEPORTES se analizaron los diferentes vacíos y necesidades respecto al posicionamiento de la página para su creación y que utilidades se obtienen para los clientes. Como respuesta a esta búsqueda obtuvimos un resultado positivo, no existía una estructura de una red para la empresa, (una encuesta que demuestra que estrategias podemos tener para la pagina) esto nos llevo a realizar un estudio mucho mas profundo, ayudando a tener mas claridad sobre el tema.

CONCLUSION

Existen empresas con poca visión, que no se proyectan una meta a largo plazo, sabemos que el mundo está en constante cambio y es nuestro deber actualizar la forma en que nos dirigimos hacia él, en algunas ocasiones continuamos usando la misma estrategia con la que un día se empezó a construir un objetivo, sesgando nuevas ideas y la posibilidad de ampliar los clientes y el posicionamiento en el mercado, es necesario elaborar estrategias novedosa y atractivas obteniendo la fidelización del usuario.

Es preciso implementar una plataforma web dirigida a una empresa encargada de fabricar ropa deportiva, donde se desarrollen varias herramientas, para que el cliente de una manera fácil y sencilla pueda elegir y crear su propio estilo con la ropa deportiva ofrecida por la empresa tejideportes.

En la encuesta aplicada a los clientes de tejideportes, se evidencia, que más del 60% de los consumidores está de acuerdo y les gustaría tener una página web que facilite varios aspectos al momento de realizar la compra, como reducir el tiempo de compra, traslado, reducción de gastos

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

y lo más importante que el cliente obtenga lo que realmente desea.

Una de las dificultades que se presentaron en el trascurso del proyecto fue encontrar información detallada de las pocas, pero exitosas plataformas web de diferentes empresas importantes en el medio deportivo, nos enriquece toda la información captada de grandes industrias que son predilectas por millones de consumidores.

Es agradable y satisfactorio elaborar este proyecto donde estructuramos una plataforma web enfocada en personalizar ropa deportiva, donde cualquier tipo de empresa pueda aplicar fácilmente, es una experiencia que nos deja muchos conocimientos y una gran enseñanza, con responsabilidad y objetivos claros estableceremos orden a todas las actividades que realicemos en la vida, será de gran orgullo que nuestro trabajo sirva a futuro para los estudiantes que se encaminan a crear una página web.

REFERENCIAS

alvear, m. c. (abril de 2019). Obtenido de

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29730/1/550%20O.E..pdf>

bravo, s. (12 de enero de 1998). *tecnicas de investigacion social*. Obtenido de

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/37235_138444.pdf

carasila, m. c. (20 de julio de 2007). Obtenido de

<http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>

charrez, l. o. (enero de 2014). *xikua*. Obtenido de

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>

cruzado, l. (2010). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=372036932008>

keller, k. (2012). Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182->

<direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf>

ley1341. (12 de septiembre de 2015). Obtenido de <https://www.enticconfio.gov.co/ley-1341-de->

2009

octavio, i. (abril- mayo de 2009). *internet 2008*. Obtenido de

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520725021>

pla, i. l. (2000). Obtenido de [oa?id=16007207](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16007207)

portafolio. (21 de febrero de 2017). aumentan las compras en línea entre los colombianos.

aumentan las compras en línea entre los colombianos, pág. 6.

pujol bengoechea, b. (1999). *diccionario de marketing*. madrid:

<https://www.iberlibro.com/DICCIONARIO-MARKETING-Pujol-Bengoechea-Bruno-Coord/13246698254/bd>.

senado, s. (30 de julio de 2009). Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html

thompson, i. (2010). la encuesta. *promonegocios.net*, 1.

torres barzabal, l. (25 de enero de 2005). *elementos que deben contener las paginas web*

educativos. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36802508>

yolanda puyana, j. b. (28 de febrero de 2000). *La historia de vida: recurso en la investigación*

cualitativa. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/18451/2/14265-48104-1-PB.pdf>

PLATAFORMA WEB TEJIDEPORTES