

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(85)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	SULWEY PATRICIA SANCHEZ ARDILA
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIRECTOR	ALEX MAURICIO RODRÍGUEZ SUÁREZ
TÍTULO DE LA TESIS	CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL PARA LA VENTA DE OBRAS DE ARTE Y ARTESANIAS DE ARTISTAS DEL MUNICIPIO DE OCAÑA Y SU PROVINCIA, NORTE DE SANTANDER, CON LA METODOLOGIA DE LEAN STARTUP.

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PROYECTO SE DESARROLLA A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL , QUE TIENE COMO NOMBRE DE DOMINIO VOSOSARTE.COM PARA LA VENTA DE OBRAS DE ARTE Y ARTESANÍAS A NIVEL INTERNACIONAL, DONDE CADA UNO DE LOS OBJETIVOS SE GENERAN DE ACUERDO A LA METODOLOGÍA DE LEAN STARTUP. PARA LA FUNCIONALIDAD DE LA PÁGINA WEB, SE EJECUTA UNAS FASES QUE AYUDAN A QUE EL PROCESO DE DESARROLLO, DISEÑO, Y PLANTEAMIENTO SE REALICE DE MANERA SATISFACTORIA, DONDE HAY PARTICIPACIÓN DE ARTISTAS DEL MUNICIPIO DE OCAÑA- NORTE DE SANTANDER Y LA EXPOSICIÓN DE SUS PRODUCTOS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 86	PLANOS:	ILUSTRACIONES:37	CD-ROM:1
-------------	---------	------------------	----------



CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL PARA LA VENTA DE OBRAS DE ARTE Y
ARTESANIAS DE ARTISTAS DEL MUNICIPIO DE OCAÑA Y SU PROVINCIA, NORTE
DE SANTANDER, CON LA METODOLOGIA DE LEAN STARTUP

Autor

SULWEY PATRICIA SÁNCHEZ ARDILA

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director

ALEX MAURICIO RODRÍGUEZ SUÁREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Octubre de 2019

Índice

Capítulo 1. Creación de una tienda virtual para la venta de obras de artes y artesanías de artistas del municipio de Ocaña y su provincia, Norte de Santander, con la metodología de lean startup.....	7
1.1 Planteamiento del problema	9
1.2 Formulación del problema.....	10
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo general.	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
1.4 Justificación.....	11
1.5 Delimitaciones.....	13
1.5.1 Operativa	13
1.5.3 Geográfica	13
1.5.4 Temporal.....	13
Capítulo 2. Marco referencial.....	14
2.1 Marco histórico.....	14
2.1.1 Nivel internacional.	14
2.1.2 Nivel nacional.....	16
2.1.3 Marco histórico a nivel local.	17
2.2 Marco contextual.....	17

	vi
2.3 Marco conceptual	18
2.4 Marco teórico.....	18
2.4.1 Sistema e-commerce.....	19
2.4.2 CMS (Sistema de gestión de contenido)	19
2.4.3 Word Press.....	19
2.4.4 Plugin.....	19
2.4.5 Woocommerce.....	19
2.4.6 Hosting	20
2.4.7 Dominio.....	20
2.4.8 Usuario.	20
2.4.9 Administrador.....	20
2.5 Marco legal	20
2.5.1 Constitución Política de Colombia.....	20
2.5.2 Ley 527 de 1999.	21
Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	25
3.1 Tipo de investigación	25
3.2 Población	26
3.3 Muestra	26
3.4 Técnicas instrumentos de recolección de información.....	26
3.5 Análisis de la información.....	26

	vii
Capítulo 4. Administración del proyecto.....	27
4.1 Recursos humanos	27
4.2 Recursos financieros.....	27
4.3 Recursos institucionales	27
4.4 Cronograma de actividades	28
Capítulo 5. Resultados.....	29
5.1 Resultados de los objetivos específicos.....	29
5.1.1 Caracterizar y especificar las obras de arte que estarán incluidos en la tienda virtual, donde habrá participación de los Ocañeros y su provincia	29
5.1.1.1 Artistas.....	31
5.1.1.2 Estilo artístico.....	32
5.1.1.3 Artículos artísticos.....	33
5.1.2 Diseño y creación de la tienda virtual vososarte.com (Producto mínimo viable PMV) al menor coste posible; de este modo sea práctica y dinámica, que refleje de una manera sencilla cada uno de los prospectos a realizar.	40
5.1.2.1 Identidad corporativa.....	41
5.1.2.2 Filosofía organizacional.	47
5.1.2.3 Desarrollo.	49
5.1.2.4 Productos.	62
5.1.2.5 Vender en vososarte	63
5.1.2.6 Blog	67

5.1.3 Desarrollar estrategias de marketing digital para el posicionamiento, administración y optimización, que permitan en corto tiempo la incorporación de la marca VOSOSARTE en el tráfico web.	70
5.1.3.1 Estrategia de marketing de contenido.....	70
5.1.3.2 Estrategia de marketing de relación.....	71
5.1.4 Evaluar el progreso del producto mínimo viable (PMV) con los datos reales que provee la tienda virtual, al distinguir cuántas visitas y ventas, estableciendo las características de nuestros clientes potenciales que permitan definir una segmentación del mercado.	74
5.1.5 Aprender de los resultados que se dieron en cada uno de los procesos y funcionalidades de la tienda virtual, y de esta manera poder definir si se pivotea, o se hacen mejoras en el desarrollo.	78
Capítulo 6. Conclusiones.....	80
Referencias.	81

Lista de tablas

Tabla 1 Presupuesto promocional	72
---------------------------------------	----

Lista de figuras

Figura 1 Fotografía De Autoría Propia.....	33
Figura 2 Fotografía De Autoría Propia.....	33
Figura 3 Fotografía De Autoría Propia.....	34
Figura 4 Fotografía De Autoría Propia.....	34
Figura 5 Fotografía De Autoría Propia.....	34
Figura 6. Fotografía De Autoría Propia.....	35
Figura 7 . Fotografía De Autoría Propia.....	35
Figura 8. Fotografía De Autoría Propia.....	35
Figura 9. Fotografía De Autoría Propia.....	36
Figura 10 Fotografía De Autoría Propia.....	36
Figura 11 Fotografía De Autoría Propia.....	37
Figura 12. Fotografía De Autoría Propia.....	37
Figura 13. Fotografía De Autoría Propia.....	38
Figura 14. Fotografía De Autoría Propia.....	38
Figura 15. Fotografía De Autoría Propia.....	38
Figura 16. Fotografía De Autoría Propia.....	39
Figura 17. Presentación oficial del logo VOSOSARTE.....	43
Figura 18. Logo de VOSOSARTE con fondo complementario para diferentes presentaciones.....	45
Figura 19. . Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 1.....	47
Figura 20. Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 2.....	48
Figura 21. . Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 3.....	48

Figura 22. Diseño inicial del tema a personalizar de la tienda online	50
Figura 23. Imagen del diseño del encabezado.....	54
Figura 24. . Cuenta del cliente.....	55
Figura 25. . Seguimiento del envío.....	56
Figura 26. Carrito de compra.....	57
Figura 27. Banner publicitario principal.	59
Figura 28. Banner publicitario principal.	60
Figura 29. Footer/pie de página.....	61
Figura 30. Productos.....	62
Figura 31. Producto descripto.....	63
Figura 32. Prototipo de diseño de la página vender en Vososarte.....	65
Figura 33. Prototipo de diseño de la página vender en Vososarte.....	66
Figura 34. Enlace de página BLOG	69
Figura 35. . Promociones a realizar en los canales sociales.	72
Figura 36. Gráfico Analítico.....	74
Figura 37. Estadísticas de los datos del sitio web Vososarte.com.....	75

Capítulo 1. Creación de una tienda virtual para la venta de obras de artes y artesanías de artistas del municipio de Ocaña y su provincia, Norte de Santander, con la metodología de lean startup

1.1 Planteamiento del problema

Ocaña y su provincia de Norte de Santander cuentan con una comunidad de emprendedores, donde realizan una serie de productos innovadores y creativos, los cuales son hechos totalmente a mano, exclusivos y de calidad, al observar esto, se analizó y se observó que la distribución de venta es muy limitada y con baja productividad, la falta de información administrativa, técnica, operativa, y contable hacen que estas personas no tomen decisiones para aumentar sus ventas.

Las obras de arte son una muestra de la creatividad y ingenio de los artistas ; Pero su limitación del conocimiento del producto hace que solo su demanda potencial sean las mismas personas de la región, sin poder extenderse y cruzar barreras con una mayor oferta, que podría generarse a nivel nacional e internacional, entonces el problema que se observa es que estos emprendedores artesanos y artistas, que quieren mostrarle al mundo su trabajo hecho con las manos, no tiene el alcance de manera fácil de vender sus productos, es decir no se encuentran en la vanguardia actual, que son los cambios tecnológicos, los cuales dan una mayor cobertura de ofrecer cualquier clase de producto y extender su demanda en cualquier lugar del país o del mundo entero por medio de una plataforma virtual, para esto se requiere una disciplina en cada uno de los procesos que se generarían en el funcionamiento de una página web, que sea eficaz y eficiente para cualquier tipo de usuario que ingrese; Todo se encuentra hoy en día en internet, las

personas pueden buscar lo que deseen por este medio, todo se propaga de manera más fácil, por eso se puede creer que esto sería un paso más eficiente para los artesanos y artistas, y que estos emprendimientos como tal, crezcan a la misma medida; aunque tengamos toda la información oportuna y necesaria, se haya el problema principal ¿Qué trayectoria inicial se debe tomar, para impulsar las obras de arte al mercado nacional e internacional, que se encuentran en Ocaña y su provincia de Norte de Santander?

1.2 Formulación del problema

¿Qué viabilidad tendría la creación de una tienda virtual para la venta de obras de arte y artesanías de artistas del municipio de Ocaña y su provincia con la metodología de Lean Startup?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Desarrollar una tienda virtual para la venta de obras de arte de artistas del municipio de Ocaña y su provincia con la metodología de Lean Startup.

1.3.2 Objetivos específicos. Caracterizar y especificar las obras de arte que estarán incluidos en la tienda virtual, donde habrá participación de los Ocañeros y su provincia.

Diseño y creación de la tienda virtual vososarte.com (Producto mínimo viable PMV) al menor coste posible; de este modo sea práctica y dinámica, que refleje de una manera sencilla cada uno de los prospectos a realizar.

Desarrollar estrategias de marketing digital para el posicionamiento, administración y optimización, que permitan en corto tiempo la incorporación de la marca VOSOSARTE en el tráfico web.

Evaluar el progreso del producto mínimo viable (PMV) con los datos reales que provee la tienda virtual, al distinguir cuántas visitas y ventas, estableciendo las características de nuestros clientes potenciales que permitan definir una segmentación del mercado.

Aprender de los resultados que se dieron en cada uno de los procesos y funcionalidades de la tienda virtual, y de esta manera poder definir si se pivotea, o se hacen mejoras en el desarrollo.

1.4 Justificación

En Colombia el comercio electrónico está tomando fuerza, ya que los negocios hoy en día y las grandes empresas lo están viendo como una gran oportunidad de expansión comercial.

Falabella, Avianca, Alkosto, Norma, Éxito, Carrefour, entre otras son empresas que hoy en día en Colombia son pioneras en la comercialización de sus productos y servicios por medio del e-commerce, y que saben y tienen claro que esto es una oportunidad más para la expansión y mejor funcionamiento de estas organizaciones.

Las tiendas virtuales están trabajando las 24 horas del día, con los siete días de la semana, constantemente de acuerdo al trabajo que se realice para los espectadores web, esta manera de

compra y venta a facilitado a muchas personas del mercado colombiano y muchos países, a poder posicionarse de una mejor manera con sus productos u servicios.

El medio digital, es un elemento muy importante que se centraliza ahora en el siglo XXI, es la revolución tecnológica e informática que en el cual este proyecto, busca que la comercialización de productos artísticos y artesanos hagan parte de este mecanismo y de esta manera se pueda conocer la oferta, es decir los usuarios interesados en apoyar el arte, basándonos en las actividades cotidianas que se realizan a través de Internet, se da la idea de crear una empresa digital, primero se requiere mencionar que el cliente dispondrá de un buen servicio de la plataforma, se sentirá a gusto y agradable con la muestra de los productos artesanos y artísticos.

Esta Tienda Virtual (Vososarte.com) se realiza con el fin de ofrecer un servicio con mayor facilidad en la compra y venta de los artículos hecho con las manos, de manera rápida, eficiente y eficaz. En primera instancia el cliente se sentirá a gusto con el buen servicio y la agilidad con una agradable muestra de que se tratará la tienda virtual, y se mostrará todo lo referente al arte que le dará el espacio suficiente para tomar una decisión que cumpla con su gusto. Y segundo un ancla para el aumento de la productividad de los emperadores de Ocaña y su provincia de Norte de Santander con sus productos, creciendo con ventas y estabilidad de emprendimiento artístico, impulsando la página web por medio de la metodología de Lean Startup, que está diseñado para enseñar a conducir a un startup a través de la experimentación. En lugar de hacer planes complejos basados en muchas asunciones, se pueden hacer ajustes constantes con un volante llamado circuito de feedback de Crear-Medir-Aprender, que es el núcleo central de este método (Ries, 2011)

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa. En cuestión del surgimiento de inconvenientes para la realización de la investigación y florilegio de esta información, serán consultadas con el director del proyecto y notificadas al comité curricular de la Universidad.

1.5.2 Conceptual. En cuanto a su nivel de contenido, este proyecto intuye el estudio de factibilidad para la creación de una empresa virtual para la venta de productos tradicionales y artesanales de Ocaña y su provincia, con la metodología de Lean Startup, la cual nos dará el apoyo en diseñar planes ejecución, que dará resultados en tiempo de lapsos muy cortos, razón por la cual se acudirá a un esquema temático relacionado con: Plataforma, usuarios, enlaces, redes sociales, administrador, visitas, promoción, comunicación, inversión, costos y gastos, ventas, ingresos, población, servicio al cliente, gustos y preferencias, artículos artesanos y artísticos, sistema e-commerce, convenios y medios de pago, facturación, comunicación segura, seguridad en e-commerce, sistema de transporte.

1.5.3 Geográfica. Este trabajo se realizará en el municipio de Ocaña, Norte de Santander y su provincia, tomando los datos sobre la creación de la empresa digital para la venta de productos tradicionales y artesanales.

1.5.4 Temporal. Esta investigación se realizará en 8 semanas después de aprobado el anteproyecto

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Nivel internacional. El e-commerce o comercio electrónico ha ido creciendo en gran constancia por todo el mundo, consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet, la implementación de este nuevo método de ventas permite que los clientes, accedan de manera fácil y sencilla, y desde cualquier parte de mundo a los productos y servicios que una empresa ofrece.

El tipo de comercio electrónico el cual se va gestionar en el proyecto es e-commerce: B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general.

Las ventajas que permite en cuanto expandirse, entrando a un mercado más amplio, ya que el horario de atención se extiende de 24 horas a los 7 días de la semana y 365 días de año, dando el poder de crear muchas más estrategias de comercialización para las ventas, en un tiempo mucho más amplio, que mostrará resultados en un lapso de tiempo corto.

Y por consiguiente cabe destacar los productos artesanales, como han llegado a impulsarse en muchos mercados del mundo, a continuación, mencionare un listado de plataformas donde se compran y se vende productos artesanales por el todo el mundo, por ejemplo, tenemos a:

Etsy: Se puede mencionar que es la numero uno en marketplace de venta y compra de productos hechos a mano, es una plataforma muy completa que ha ayudado a muchos emprendedores a vender sus productos por todo el mundo, garantizando ventas precisas. Esta tienda online dio soporte para el proceso de construcción del sitio web a crear.

Artesanum Es una web creada por tiendas de manualidades y artesanos autónomos, son varias tiendas exhibiendo sus productos en solo sitio web de manera global para los visitantes, la

persona que quiera adquirir el producto puede ir directamente a la tienda web donde quiere hacer la compra.

eCrater Es un sitio web y su diseño es como un buscador Google, esta plataforma esta para visitantes y navegadores que solo hablen el idioma Ingles, es muy compleja, su diseño es muy informático, pero las personas puede abrir la tienda online de manera gratuita y su ventaja es que automáticamente la tienda se mostrara en el portal web.

Amazon Handmade es una plataforma muy amplia, de un comercio gigante ya que se encuentra en la web en muchos países del mundo, Amazon Handmade ayuda a que los artesanos pueda vender su productos, llegando al máximo número de personas.

Esto da un concepto amplio de cómo el comercio virtual ha logrado que pequeños artistas se extiendan en un superávit en ventas.

De igual manera cabe destacar el método lean startup que sería una de las estrategias para impulsar el mercado de arte en Ocaña y su provincia, que ha revolucionado esta clase de mercados, las ideas nacen en un contexto de gran incertidumbre, fundamentadas en hipótesis y percepciones. Entonces, lo que conseguimos con esta metodología es acelerar el proceso de aprendizaje para validar estas hipótesis. Eso se hace enfrentándose con la realidad antes de construir un producto completo que corra el riesgo de no encajar con el mercado o con las necesidades del usuario. (Ries, 2011)

En 2016, INNOVATION LEADER elaboró un estudio en el que entrevistó a 170 responsables de grandes empresas que ya están aplicando Lean Startup en sus procesos de innovación. Entre estas empresas, se encuentra Telefónica. Con sus más de 120.000 empleados y

90 años de historia a sus espaldas, Telefónica está muy lejos de considerarse un startup. Sin embargo, sus directivos se dieron cuenta de que el contexto en el que se encuentra un startup es muy parecido al de un equipo de innovación. Es así como Telefónica lleva utilizando la metodología Lean Startup desde 2011. Desde entonces, la empresa de telecomunicaciones ha visto cómo el número de proyectos de innovación se ha incrementado en un 45% con el mismo presupuesto. Incluso la velocidad de desarrollo de los proyectos se ha casi triplicado. (Cánovas, 2017)

2.1.2 Nivel nacional. El comercio electrónico en Colombia dentro de Latinoamérica se encuentra en un tercer nivel de sofisticación (después de Brasil y Argentina).

Las empresas a nivel nacional más grandes y fuertes en venta y compra de manera online, como primeros están lo de turismo como las aerolíneas y los hoteles, y por consiguiente le sigue el paso la moda, como la venta de ropa y calzado. También cabe mencionar que en los últimos años se ha tenido un crecimiento de las organizaciones de alimentos, como hacer mercado desde la casa, o comprar cualquier comida con tan solo un clic.

La compra fácil con tarjeta de crédito, ha tenido un incremento positivo de los usuarios, superando un 40% total en pago de efectivo.

La desconfianza e inseguridad en las transacciones por parte de los usuarios, hoy en día ha ido disminuyendo, las personas depositan la seguridad en cualquier compra, esto se debe a las garantías que ofrece las plataformas web, ya que son más eficientes, ofreciendo también el servicio “pago contra entrega” garantizando más confianza.

El comercio virtual resulta ideal para las pequeñas y medianas empresas, donde su demanda puede incrementar muy bien, De hecho, el Ministerio de Tecnologías de Información y

Comunicación ha diseñado un programa con el cual atiende a muchas MiPymes colombianas para apoyar sus iniciativas de e-Commerce.

Parten del concepto fundamental de que una Pyme que tiene presencia en internet puede convertirse en una empresa multinacional. En este sentido, los pequeños negocios pueden beneficiarse de Marketplaces y otras plataformas que les permiten instalar sus tiendas virtuales a costos realmente bajos.

2.1.3 Marco histórico a nivel local. Se observa que, en el municipio de Ocaña, no existe una plataforma digital que impulse los productos artesanales y obras artísticas de la región, de una manera ordenada, sistemáticamente y que genere valores agregados.

Por lo tanto, de acuerdo con las a las investigaciones realizadas no se encontró información sobre historia e inicio de una empresa digital para venta de productos tradicionales de Ocaña y su provincia.

2.2 Marco contextual

Ocaña es un municipio de Colombia, ubicado en la zona noroccidental del departamento Norte de Santander. La provincia de Ocaña posee una población con más de 100.000 habitantes, nombrándose como la segunda ciudad con más población después de Cúcuta. Cuenta con pueblos aledaños, como Abrego, La playa, El Carmen, Convección, Teorama, El tarra, entre otros.

Actualmente Ocaña no cuenta con una empresa que preste este tipo de servicios, lo que indica que esta empresa sería una idea innovadora en el mercado.

2.3 Marco conceptual

Representa la investigación para la creación de una tienda virtual (Vososarte.com) que preste el servicio de venta de artesanías de Ocaña y su provincia, basándonos en la metodología de Lean Startup, de manera práctica y sencilla se pueda dar el desarrollo de los objetivos proyectados a futuro.

Los productos que se ofrecerán serán de obras de arte y artesanías de Ocaña y su provincia, conociendo y aprendiendo de cada uno de los emprendedores que se unirán a este proyecto.

El desarrollo de la tienda virtual debe ser escalable y en el menor tiempo posible, es por eso que se dará uso de diferentes estrategias para la visibilidad de la marca por medio de redes sociales, atrayendo un mercado potencial.

Se dará un análisis de la información que arrojará la tienda virtual dentro de su proceso, y así de la misma manera poder identificar que toma de decisiones que se deben sugerir para el buen funcionamiento del mismo. Es necesario poder identificar con claridad los procedimientos del E-commerce para llevar el plan en marcha de buena manera.

Establecidos una serie de objetivos, se obtendrá una información que se analizará y se replanteará, para una nueva idea, modificarla o cambiarla del todo, es decir pivotar.

2.4 Marco teórico

Las teorías que se implementarán son las siguientes, se mencionan las más relevantes:

2.4.1 Sistema e-commerce. Un sistema de venta abierto, universal que permite consultar, comprar y pagar a través de un medio electrónico seguro y personalizado.

2.4.2 CMS (Sistema de gestión de contenido). Es un programa informático que permite construir y administrar un sitio web.

2.4.3 Word Press. Es la herramienta de sistema de gestión de contenido que se utiliza para la creación del sitio web que se requiere para el alcance de los objetivos.

2.4.4 Plugin. Los plugins son componentes de código, es decir, programas que se instalan en WordPress para ampliar su funcionalidad estándar; Funcionan de manera muy parecida a cómo lo hacen, por ejemplo, también las extensiones o complementos para los navegadores web y están hechos con las mismas tecnologías que WordPress, es decir, están programados en PHP, y usan HTML, hojas de estilo CSS y JavaScript para la parte de interfaz de usuario. (López, 2019)

2.4.5 Woocommerce. Es un plugin gratuito de eCommerce que permite vender cualquier cosa, con elegancia. Creado para que se integre sin problemas con WordPress.

2.4.6 Hosting. Un servicio de web hosting es la renta de un espacio dentro de un servidor que está en línea 24/7. Los servicios de hosting web tienen muchas variables, pueden ser gratuitos o de pago, dedicados, compartidos o virtuales. Cada servicio varía según sus recursos y sus precios, el servicio gratuito que nosotros ofrecemos es bueno. Pero si requieres más capacidad o funciones adicionales recomendamos el servicio de pago, no es nada caro. (Segarra, 2017)

2.4.7 Dominio. Es el nombre que identifica las páginas web una de las otras. Es el nombre que identifica el sitio web único, y fácil de recordar.

2.4.8 Usuario. Son aquellos futuros clientes potenciales o los visitantes que entraron a la tienda virtual

2.4.9 Administrador. Es la base principal de la plataforma, donde se podrá hacer los diferentes ajustes de edición y revisión de cada uno de los datos de los usuarios.

2.5 Marco legal

2.5.1 Constitución Política de Colombia. La Constitución Política, conceptualmente se relaciona con el tema, en los aspectos encontrados en el artículo 14, donde se refiere a que toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica. Además, en su artículo 333, dice que la actividad y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la Ley. (REPUBLICA DE COLOMBIA, 1991)

2.5.2 Ley 527 de 1999. ARTICULO 1o. AMBITO DE APLICACIÓN. La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en los siguientes casos:

a) En las obligaciones contraídas por el Estado colombiano en virtud de convenios o tratados internacionales;

b) En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

ARTICULO 2o. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;

b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de

construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;

c) Firma digital. Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación;

d) Entidad de Certificación. Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales;

e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto;

f) Sistema de Información. Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

ARTICULO 3o. INTERPRETACION. En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional, la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.

Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente ley y que no estén expresamente resueltas en ella, serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.

ARTICULO 4o. MODIFICACION MEDIANTE ACUERDO. Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre partes que generan, envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del Capítulo III, Parte I, podrán ser modificadas mediante acuerdo.

ARTICULO 5o. RECONOCIMIENTO JURIDICO DE LOS MENSAJES DE DATOS. No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a todo tipo de información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos. (Colombia, 1999)

2.5.3 Ley 633 de 2001. La cual establece en su artículo 91, la obligación de las páginas web que ofrezcan la venta de productos y/o la prestación de servicios en Colombia, de registrarse como establecimiento de comercio ante las cámaras de comercio.

2.5.4 Decreto 3466 de 1982. Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial de las facultades extraordinarias concedidas por la Ley 73 de 1981.

Artículo 1°. Definiciones para los efectos del presente decreto, entiéndase por:

a) **Productor:** Toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos o servicios destinados al consumo público. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

b) **Proveedor o expendedor:** Toda persona, natural o jurídica, que distribuya u ofrezca al público en general, o a una parte del él, a cambio de un precio, uno o más bienes o servicios producidos por ella misma o por terceros, destinados a la satisfacción de una o más necesidades de ese público.

c) **Consumidor:** Toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades.

d) **Propaganda comercial:** Todo anuncio que se haga al público para promover o inducir a la adquisición, utilización o disfrute de un bien o servicio, con o sin indicación de sus calidades,

características o usos, a través de cualquier medio de divulgación, tales como radio, televisión, prensa, afiches, pancartas, volantes, vallas y, en general, todo sistema de publicidad.

e) Idoneidad de un bien o servicio: Su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden a la norma y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

f) Calidad de un bien o servicio: El conjunto total de las propiedades, ingredientes o componentes que lo constituyen, determinan distinguen o individualizan. La calidad incluye la determinación de su nivel o índice de contaminación y de los efectos conocidos que ese nivel de contaminación puede producir (Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía de Bogotá D.C, 1989)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

Investigación aplicada: Se ejecutará la creación de la tienda virtual VOSOSARTE.COM la cual genera que se dé una investigación aplicada, ya que con el paso del tiempo se tienen experiencias, que ayuden al propósito de resolver o mejorar el método o modelo que se está aplicando de manera innovadora y creativa en la propuesta de este proyecto

3.2 Población

La población es extensa; el primer número de población que se obtendrán, serán los visitantes y clientes Colombianos que se darán en la tienda virtual.

3.3 Muestra

El subgrupo de sujetos que serán representativos de toda la población, será los visitantes y clientes Colombianos de la tienda virtual.

3.4 Técnicas instrumentos de recolección de información

Como instrumento se usará la herramienta de Google Analytics de análisis web, creada y de propiedad por la empresa Google, para su utilización se debe realizar un registro del sitio web para que los movimientos que se realicen por el tráfico web, se informen y se reporten de manera automáticamente en Google Analytics.

3.5 Análisis de la información

De acuerdo a la información que arroja Google analytics, se especificará por medio de cuadros y gráficas cada uno de los seguimientos de la tienda virtual, conociendo de manera exacta y específica, cuáles son los visitantes, las reacciones del mercado y la influencia e impacto de la marca.

Capítulo 4. Administración del proyecto

4.1 Recursos humanos

Investigadores: Sulwey Patricia Sánchez Ardila.

Director de grado: Especialista, Alex Mauricio Rodríguez Suarez.

4.2 Recursos financieros

Ítem	Ingresos	Egresos
Aporte del investigador	\$1.070.000	
Inversión de la tienda virtual		\$100.000
Inversión en marketing		\$350.000
Toma de fotografías		\$200.000
Acceso internet (Meses)		\$200.000
Trasporte		\$100.000
Impresiones		\$60.000
Varios		\$60.000
Total	\$1.070.000	\$1.070.000

4.3 Recursos institucionales

La proyecto aplicativo contará con el apoyo de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y del director del proyecto.

4.4 Cronograma de actividades

TIEMPO ACTIVIDADES	Meses						
	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Caracterización y toma de decisión de los productos artesanos que estarán incluidos en la tienda virtual.							
Creación de la tienda virtual.							
Desarrollo de estrategias de marketing							
Evaluación del progreso e impacto de la tienda virtual							
Recolección de los datos que arroja la tienda virtual.							
Revisión de los jurados.							
Sustentación del proyecto							
Entrega del informe final							

Capítulo 5. Resultados

5.1 Resultados de los objetivos específicos

5.1.1 Caracterizar y especificar las obras de arte que estarán incluidos en la tienda virtual, donde habrá participación de los Ocañeros y su provincia. El arte es un sector muy bueno que se mira desde el enfoque económico, ya que impulsa la cultura, la parte educativa, y social. De esta manera vale la pena destacar los artesanos y artistas colombianos, no solo por su arte, si no por lo que los identifica, que es una pasión. “Existen más de 350.000 artesanos directos según el censo, pero podría haber más y así crear cadenas productivas” (Muñoz, 2013), y sin mencionar aquí, de manera estadística, los artistas con sus obras propias; entonces se puede decir que se tiene un gran potencial, para el desarrollo de una plataforma virtual de compra y venta de artesanías y artículos artísticos.

Las personas creativas son cada vez más, esto es un aporte relevante para la búsqueda de los artesanos y artistas de la región en la cual se inicia el proyecto, que es en Ocaña-Norte de Santander.

Desde aquí se comienza a conocer la idea de crear una página web para la venta y compra de producto de arte hecho con las manos, a nivel nacional e internacional., para este proceso se hizo una búsqueda de manera rápida del mercado de arte en la zona de ubicación; Ocaña- Norte de Santander y la provincia a su alrededor, ese fue el primer propósito, la búsqueda de los artistas u artesanos de la zona que sorprendieron con un arte diferente, auténtico y con calidad.

La búsqueda se realizó de acuerdo a unas idealizaciones de cómo se quería reflejar la tienda virtual, teniendo como principal perspectiva el apoyo al arte, para ello, la idea principal

fue que los artículos que se iban a integrar en la página web, debían tener una autenticidad propia, exclusivo, no se aceptaran réplicas, es fundamental tener con claridad que los productos artísticos que se caracterizaron y harán parte de la tienda virtual, sean de mucho interés a los posibles clientes potenciales y al mercado específico, para así incluirlos en la plataforma, permitiendo vender de manera más asequible para el mercado consumidor del arte, ya que no se encontraran en cualquier lugar de tiendas artísticas u/o artesanas de Colombia y el mundo.

Para escoger con exactitud qué productos o artículos artísticos iban a ser incluidos en la tienda virtual se tuvieron en cuenta ciertas características como:

Diseño: Los diseños de los artículos debían tener una característica principal, que era la innovación, visualizando como un artículo poco común y diferente. La idea inicial en la búsqueda era de un artículo u producto que no fuera tan comercial, su proceso de producción debía ser tan detallado y valioso.

Material: El material utilizado para el proceso hecho a mano, debe ser de fácil manejo y movilidad, sin uso de alguna maquinaria para el proceso. “Y es que la base de los productos artesanales son productos naturales que se encuentran al alcance de la mano, como arcilla, bambú, cuero, fibras, fique, guadua, lana, madera, tagua, totumo, metales preciosos, etcétera. Pero igualmente son productos del saber popular y tradicional como el bordado y el tejido” (Muñoz, 2013), al igual que los productos que utilizan los artistas como la pinturas, pinceles, y artículos de muy fácil acceso.

Historia: Los artistas y artesanos tienen una historia que los identifique; un relato significativo del tiempo, dedicación, paciencia y perfeccionismo en las obras artísticas. Algunas pueden denotar historia de hace muchos años u ilustraciones de sus antepasados y algunos otros

de los materiales que utilizan para realización de los procesos, son hechos con materia prima que tiene que tiene su historia significativa la cual se tratará más adelante.

Tiempo: Este representa un gran valor en las obras o artesanías hechas a mano, el tiempo que genera la construcción de los mismos son de horas y días de trabajo extenso.

Estilo: Cada artista tiene un estilo que lo caracteriza de acuerdo a su arte, una singularidad es lo que los distingue de los demás artistas.

Cada una de estas características es un paso para la creación de la tienda online, de cómo será su proceso de construcción, su estilo, y la mejor manera de ejecutarla, con el propósito de captar la atención de futuros compradores.

Teniendo como base estas características se obtuvieron unos principales productos para la venta y compra en la tienda virtual.

5.1.1.1 Artistas. De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, se realizó una búsqueda minuciosa de los mejores artistas de la región, que en sus productos resaltan el espíritu creativo, único y exclusivo, que es el paso principal que se busca de los artistas. Se realiza la búsqueda en los diferentes eventos culturales que apoyan el arte, también por medio de la redes sociales como Facebook y instagram, se realiza una publicación donde se manifiesta la búsqueda, y se da una cadena de usuarios que navegan por las redes sociales e interactuar actuaron con la publicación recomendando a amigos artistas que conocían, facilitando la búsqueda.

Los artistas son los siguientes:

JORGE DE LA TIERRA Artista Ocañero, donde labora obras de técnica string art, elaborada con clavos e hilos tensados, se dedica a esta técnica desde hace dos años.

ONOFRE NAVARRO Artista Plástico, con 53 años, nació en la región de Ocaña - Norte de Santander, desde muy pequeño aprendió de la carpintería y el tallado, con la edad de 9 y 13 años de edad, se habla de una experiencia de más de 40 años, pero se dedica como tal a la talla de cuadros imaginarios en 3D desde hace 4 años, ilustrando su arte y su creatividad de manera muy exclusiva.

LIBAR VERGEL Artista Ocañero, comunicador social, con 27 años, realiza trajes de cosplay, y es dueño único de las plantillas de creación de los trajes que realiza, con detalle y perfeccionismo.

LUIS MANGA Artista Ocañero, su estilo y arte son obra en hilo crochet, donde realiza figuras de animales muy detalladamente.

5.1.1.2 Estilo artístico. Los estilos que se manejan se dan de acuerdo al artista. Por el momento se mencionan los primeros estilos artísticos que harán parte de la impulsación de la plataforma

Cuadros con hilos tensando.

Tallado de madera en cuadros 3D.

Trajes artísticos.

Figuras en crochet.

Pintura.

5.1.1.3 Artículos artísticos. Se mostrará solo las imágenes de las obras artísticas de manera sencilla, su descripción y nombre se darán a conocer más adelante, en el punto de PRODUCTOS, en la explicación del desarrollo de la creación de la plataforma web, que hace parte del segundo objetivo del proyecto.

Obras string art / JORGE DE LA TIERRA.

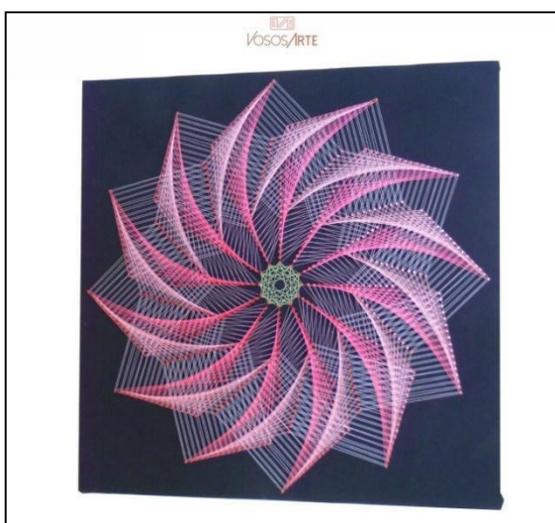


Figura 1 Fotografía De Autoría Propia.

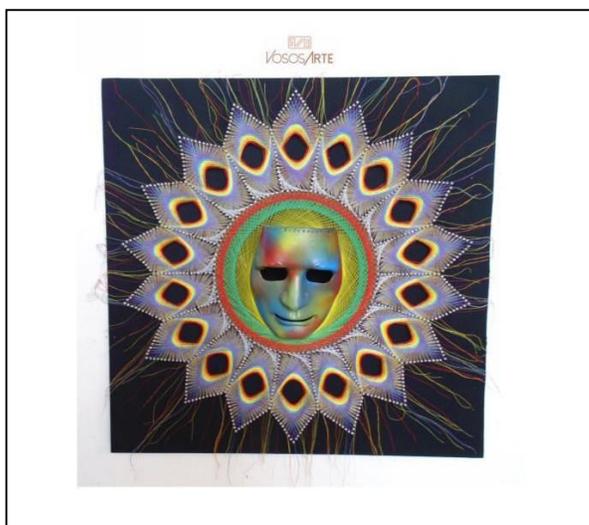


Figura 2 Fotografía De Autoría Propia.



Figura 3 Fotografía De Autoría Propia.

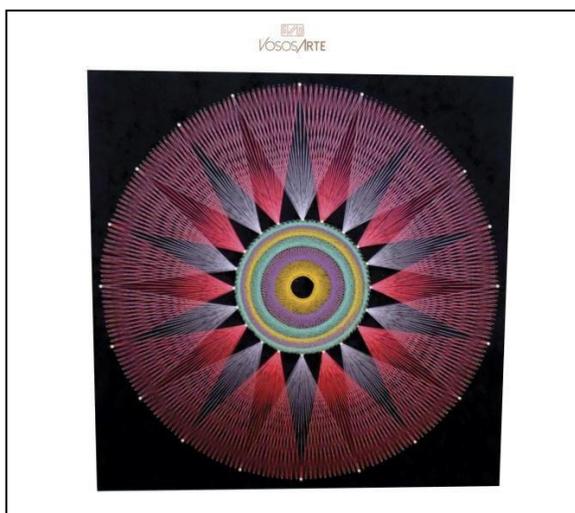


Figura 4 Fotografía De Autoría Propia.



Figura 5 Fotografía De Autoría Propia.

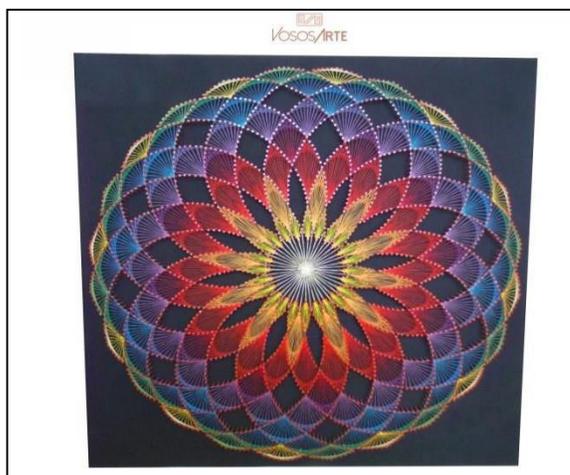


Figura 6. Fotografía De Autoría Propia.



Figura 7 . Fotografía De Autoría Propia.

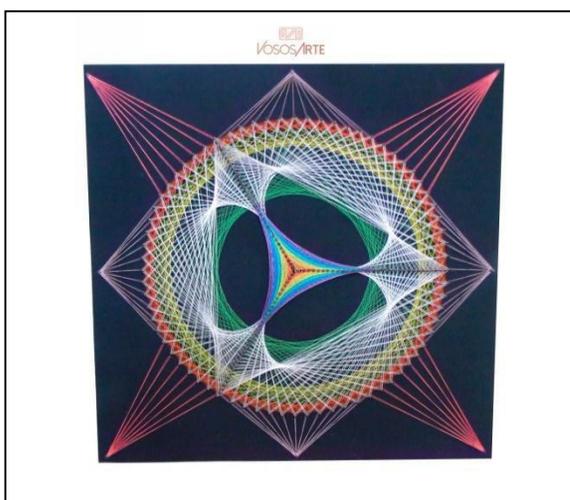


Figura 8. Fotografía De Autoría Propia.

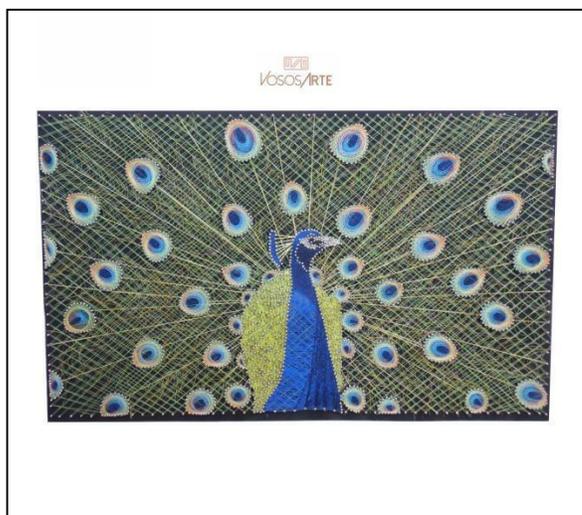


Figura 9. Fotografía De Autoría Propia.

Cuadros 3D/ ONOFRE



Figura 10 Fotografía De Autoría Propia.

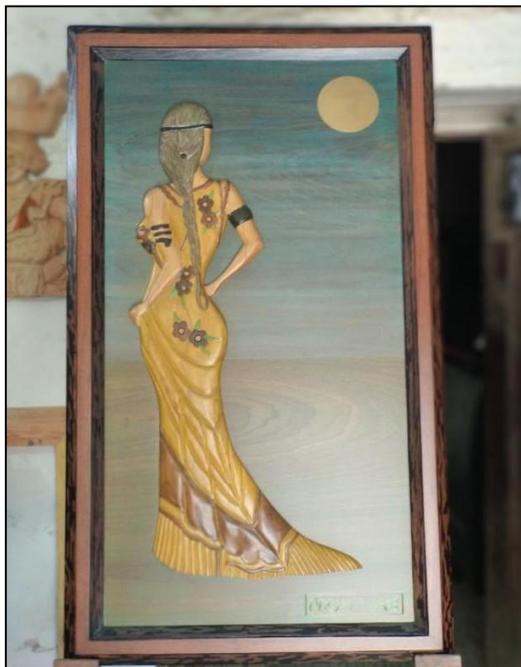


Figura 11 Fotografía De Autoría Propia.



Figura 12. Fotografía De Autoría Propia.

Figuras en crochet/LUIS MANGA



Figura 13. Fotografía De Autoría Propia.



Figura 14. Fotografía De Autoría Propia.



Figura 15. Fotografía De Autoría Propia.

Trajes/ LIBAR VERGEL



Figura 16. Fotografía De Autoría Propia.

5.1.2 Diseño y creación de la tienda virtual vososarte.com (Producto mínimo viable PMV) al menor coste posible; de este modo sea práctica y dinámica, que refleje de una manera sencilla cada uno de los prospectos a realizar. El propósito de crear una página web es conocer el mercado de las empresas digitales, llegando a cualquier persona con tan solo un clic, y conquistando nuevos mercados con una forma de trabajar diferente a lo tradicional, se caracteriza por un trabajo de un grupo pequeño, pero con ciclos rápidos, es decir que a medida que se da el desarrollo, se aprende y se experimenta, dando resultados rápidos y grandes que garantizan y dan a conocer que tan eficiente y eficaz ha sido el trabajo y esfuerzo expuesto en cada proceso, esto hace parte de la metodología lean startup, es crear un producto mínimo viable PMV, con el propósito de conocer al cliente, de manera rápida y económica, en este caso es la creación de la tienda virtual VOSOSARTE.COM visualizando el arte hecho con las manos, en un espacio totalmente nuevo y muy comercial.

Para la creación de la página web, se incorpora a WordPress que es un sistema de gestión de contenidos (CMS) que permite crear y modificar un sitio web a gusto, es una opción completamente eficaz para procesamiento del proyecto, ya que WordPress es fácil, entendible y práctico, aparte de que dispone con la opción de WooCommerce que es la más recomendable para la ejecución de la tienda online, con varios plugin que nos permite incorporar y hacerla más completa.

Para esta práctica y aprendizaje, se tuvo el asesoramiento del director de grado Alex Mauricio Rodríguez, profesor de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, economista, especialista en proyectos de desarrollo y quien tiene la experiencia en la creación y análisis de modelos de negocios por internet, y e-commerce, y como apoyo direccional también

a Daicy Echeverri Castillo, Comunicadora social, magister en comunicación corporativa, y cuenta con experiencia en el diseño y desarrollo en sitios web en Wordpress.

5.1.2.1 Identidad corporativa. Es la identidad de la organización que se está creando, que es una marca, un branding, con el objetivo inicial del ser y hacer, identificándose con un segmento de población. A continuación se explicará los elementos que lo conforman:

- **Dominio**

El nombre del dominio para la creación del sitio web

Nombre: VOSOSARTE

La palabra Vososarte, se transforma por el dialecto que tiene los ocañeros, donde es una ciudad que las personas hablan de manera coloquial con palabras como el (vos) (sos) (querés) (tenés) entre otras muy conocidas, su expresión al momento de decir quién es la persona, se refiere con la palabra (vos sos), esa manera de hablar de los ocañeros se escoge la forma de crear una marca y la palabra ARTE que hace parte del reflejo y la ilustración que se requiere para la estrategia de mercado de los artículos artísticos que se venderán en la tienda online.

Por consiguiente la compra de un dominio es un procedimiento muy fácil, donde se da la elección de un hostinger confiable, es decir un registrador de dominios confiable, se realiza la búsqueda del nombre que tendrá, y teniendo ese paso listo, se compra; pagando un monto de dinero de manera online, para así finalmente obtener el dominio, el cual queda de puntualizado como VOSOSARTE.COM.

Para la elección del nombre del dominio se tuvo en cuenta ciertos pasos:

Nicho de mercado. Como principal son todas aquellas personas que le gusta el arte, entonces se da a la búsqueda de una palabra clave que identifique el mercado, esta palabra clave debe ser un modelo de inicio en los buscadores de navegación y redes sociales.

Fácil y con identidad. El nombre del dominio, es un nombre que se apropia y tiene identidad de lo que es la Tienda virtual y para qué sirve. Y de manera que los usuarios la recuerden de manera exacta. .

Creación de marca. El dominio se establecerá como una marca, que resalte, y se apropie de la tienda virtual y de lo que se vende, para ello se tiene en cuenta la indagación en los buscadores de navegación si no está registrada en otro lugar o no ha sido usada en marketing comercial.

Con el dominio VOSOSARTE.COM y con Wordpress y el plugin WooCommerce se pudo conseguir un tema de un diseño diferente y único y, al gusto de cómo se quiere la modificación de la plantilla para la tienda online, ya que sus temas son variados, animalistas, y muy bonitos. Se da paso a la construcción de la tienda virtual.

- **Logo Vososarte**

Con el nombre del dominio escogido, se da la elaboración del logo VOSOSARTE, para la realización del mismo, se tuvo el apoyo de la entidad “ Vivelab digital lab- Ocaña, que es un Centro de Desarrollo e Innovación Tecnológica, adscrito a la División de Investigación y Extensión, de la UFPS Ocaña” (Gestión de las comunicaciones, 2017), el punto vive lab brinda el desarrollo de un logo creativo y que ilustre lo que significa para la tienda online, con el apoyo de Elkin Oswaldo Rojas Rincón especialista en auditoria de sistema, se elabora un plan de ideas, y una estructuración de la elaboración, como el color que identifica el arte, la letra, los colores

con los cuales se puede trabajar el marketing y la presentación, donde se llega a un logo final después de diferentes reuniones de aprendizaje e intercambios de ideas.

Los colores que se utilizaron para la realización del Logo oficial VOSOSARTE son:

E2C4BC/ BD8771/00263F/722421 los cuales se muestran en la siguiente imagen:



Figura 17. Presentación oficial del logo VOSOSARTE.

Esta es la representación del LOGO VOSOSARTE, en la parte superior se encuentra el logotipo que es el símbolo que representara el arte en la tienda online, el cual está hecho por un color rojo muy pálido E2C4BC, con apariencia de rosado; el cuadro y las líneas enlazadas de manera recta y diagonal, muestran una figura muy representativa hacia el arte colombiano, que hace y forma parte de lo que refleja la marca VOSOSARTE y los productos que se venderá en la tienda online. Por consiguiente encontramos la palabra VOSOSARTE escrito en letra .. de un color rosado oscuro BD8771 donde la letra (A) de la palabra ARTE, tiene la representación de

las líneas diagonales que tiene el logotipo de la marca, donde se trata de que haya una relación del ARTE COLOMBIANO con la palabra escrita ARTE en el logo.

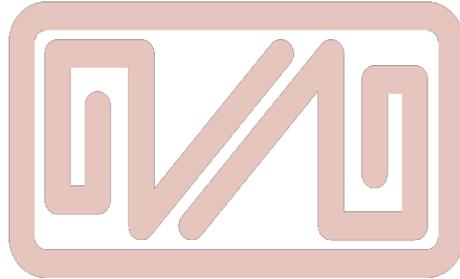


Figura 17. Logotipo de VOSOSARTE.

El logotipo es el símbolo que identificara a la marca, y el modelo se genera por la representación del arte colombiano; esta representación se puede encontrar en gran parte en ferias de arte, academias, eventos, artesanías, entre otros, de manera de líneas unidas en rectas o curvadas entre ellas, de esta forma el impacto visual se dará de manera que llame la atención y sea fácil de recordar por los usuarios que ingresen a la página web, pero con un diseño único que lo diferencia de la competencia.

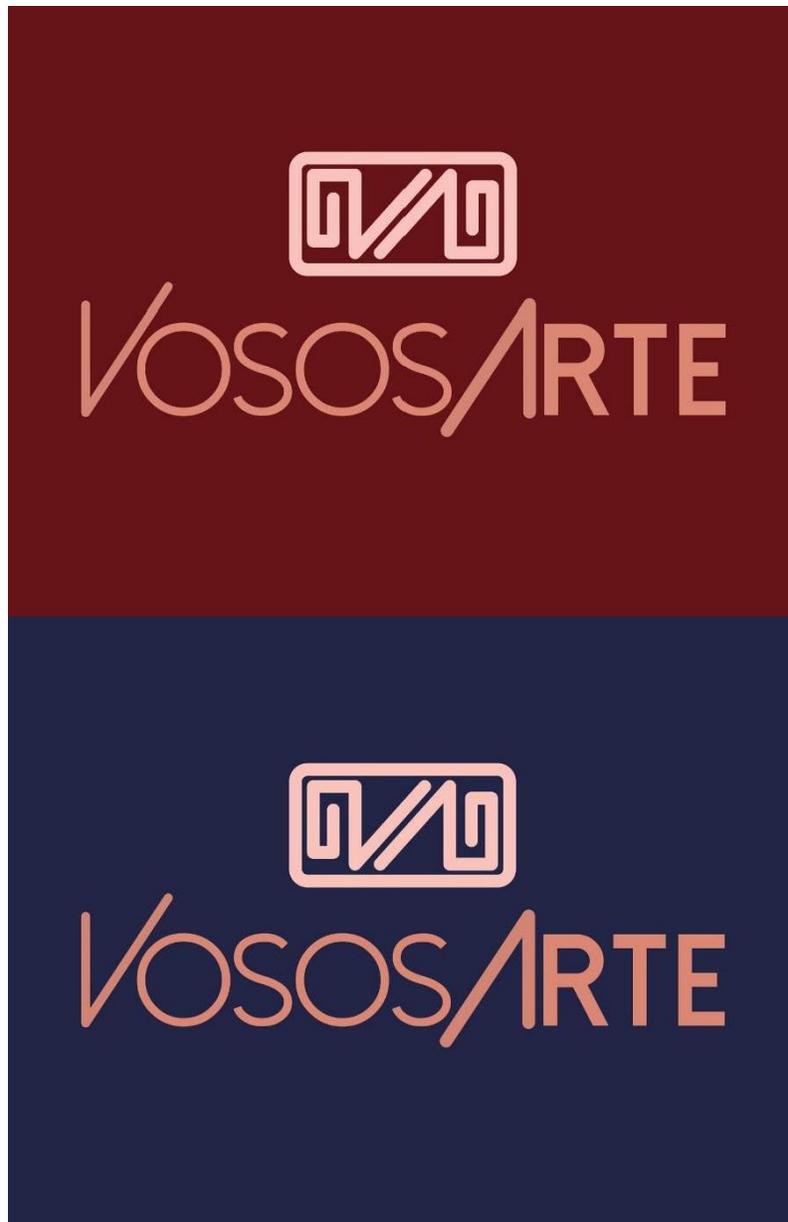


Figura 18. Logo de VOSOSARTE con fondo complementario para diferentes presentaciones.

El logo representa la marca que se quiere generar en la tienda online, su estilo y colores compacta de buena manera con el tema que se utilizara como presentación de la página web.

- **ESLOGAN**

El mensaje corto que se realizó para dar una explicación de lo que somos es (LA MAGIA DEL ARTE, ES NUESTRA EXCLUSIVIDAD) esta descripción es puntual, y caracteriza la

marca que se construye. Es un complemento que ayuda a comunicar la idea central de la tienda online.

- **CONTACTO**

La comunicación hacia los clientes es fundamental y hace parte de la identidad corporativa de la tienda online, de esta manera tiene su enlace de página en el sitio web para cualquier inquietud, u asesoramiento que necesiten los clientes, aparte de ser un proceso fundamental para la venta y compra de artículos artísticos; en este enlace de página se crea un formulario para el registro de los usuarios y así de esta manera obtener información fundamental para el análisis del nicho de mercado. Los contactos son los siguientes:

Dirección: Calle 2A N. 00-36

Website: vososarte.com

Email: Contacto@vososarte.com

Teléfono: +57 301420615

- **REDES SOCIALES**



Vososarte



Vososarte_



Vososarte

5.1.2.2 Filosofía organizacional. “La filosofía organizacional conlleva al desarrollo de un plan estratégico empresarial que expone el principal objetivo de la empresa y cómo espera cumplirlo” (Significados, 2019). Es generar un sentido de pertenencia con la tienda virtual entre el equipo de trabajo que la conforman, y la manera de identificarse y darse a conocer ante los usuarios, es por eso que en el sitio web, estará un enlace de página (CONOCENOS) donde se describe la razón de ser de VOSOSARTE.COM, y se menciona la MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS.

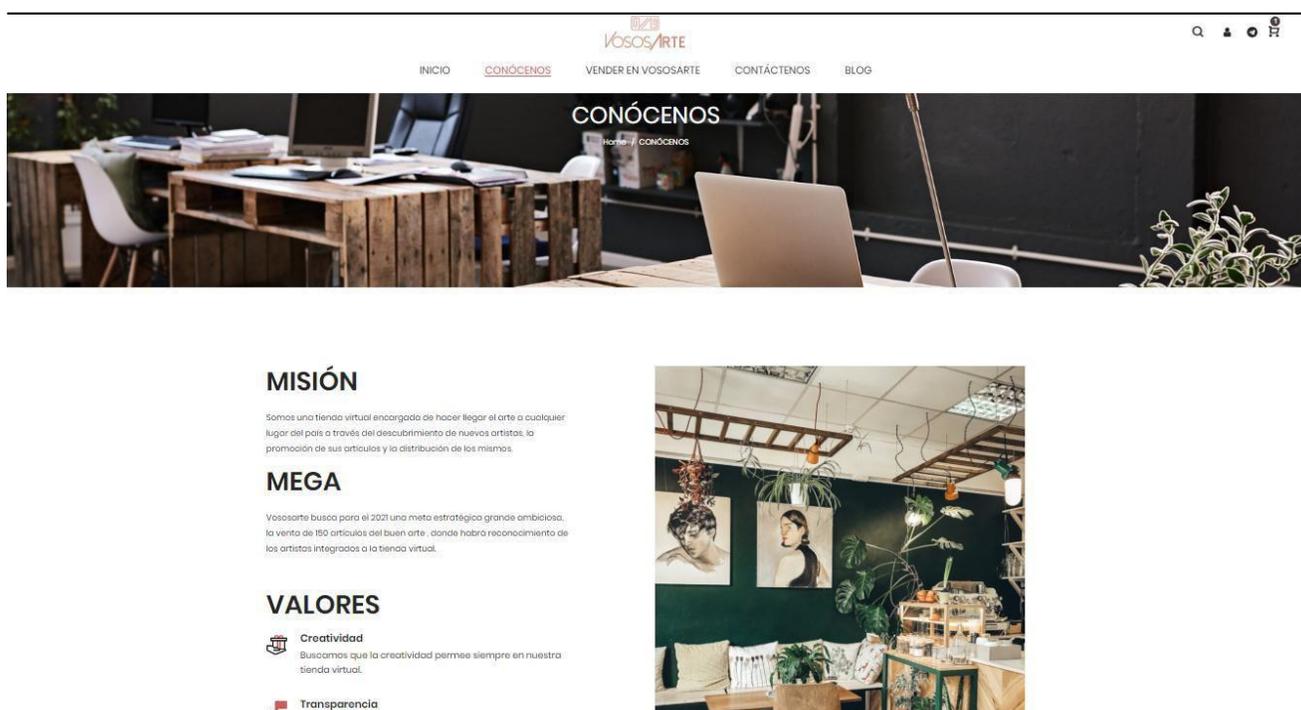


Figura 19. . Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 1.

MISIÓN

Somos una tienda virtual encargada de hacer llegar el arte a cualquier lugar del país o internacionalmente a través del descubrimiento de nuevos artistas, la promoción de sus artículos y la distribución de los mismos.

MEGA

Vososarte busca para el 2021 una meta estratégica grande ambiciosa, la venta de 150 artículos del buen arte, donde habrá reconocimiento de los artistas integrados a la tienda virtual.

Figura 20. Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 2.

VALORES



Creatividad

Buscamos que la creatividad permee siempre en nuestra tienda virtual.



Transparencia

Cada uno de los procesos en la tienda virtual, se den de manera sincera, confiable y segura.



Calidad

Los artículos promocionados en nuestra plataforma, están y se dan en el buen hacer de las cosas.



Pasión

Nos identificamos por una razón; la pasión al buen arte.

Figura 21. . Página conócenos del sitio web /Filosofía organizacional 3.

Lo puntualizado anteriormente es la importancia que tiene la filosofía organizacional en la tienda online, donde existe una planeación de lo que se quiere hacer y a dónde se quiere llegar con cada uno de los elementos expuestos para el cumplir las metas expuestas.

5.1.2.3 Desarrollo. En la estructuración y construcción de la página web no fue muy sencillo, primero que todo la preparación del equipo de trabajo del proyecto, el aprendizaje y manejo de wordpress es elemental, de esta manera se tiene en cuenta la inducción en un curso del manejo de wordpress, el cual no tiene ningún costo de dinero, ya que se encuentran de manera gratuita en tutoriales de YouTube; El curso que se visualiza es de Lievanosan que enseña cómo crear un sitio web exitoso por medio de wordpress, dando toda una formación de procesos básicos pero muy necesarios, para la eficiencia del funcionamiento del sitio web, contando de igual manera con tutoriales de tienda wordpress y Woocommerce.

- **PLANTILLA DE DISEÑO**

Para encontrar el tema que mejor se ajuste a la página web que se requería para la venta de productos de arte se adquiere un registro y una licencia en Envato market para obtener una plantilla que mejor se modifica con las ideas del proyecto; y se obtiene por medio del enlace envato elements que nos destaca una serie de temas que vinculan directamente con woocommerce y wordpress; se elabora una búsqueda minuciosa de la mejor plantilla que se adapte con las ideas para el diseño de la plataforma y después de encontrada se escoge en el administrador de wordpress como tema principal para empezar a personalizarla, el cual se encontró como opción una plantilla de boceto de comercio electrónico multipropósito llamada VEERA “es un diseño ideal para el comercio electrónico. El diseño es muy elegante y moderno;

también es muy fácil de personalizar, de gran apariencia y fácil de usar. Todas las páginas, pantallas, ventanas emergentes y estados están en un solo archivo. La plantilla se divide en páginas y casi todas las páginas se dividen en tableros de arte, que contienen diferentes estados o versiones de la página.

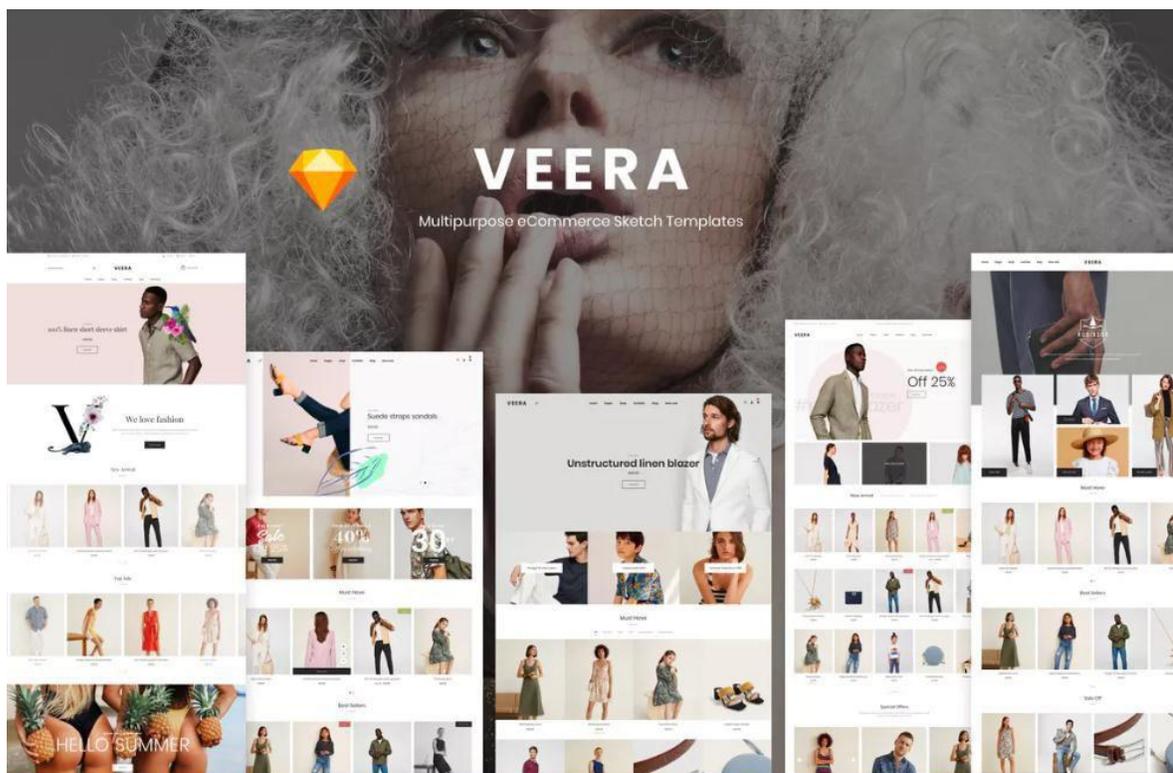


Figura 22. Diseño inicial del tema a personalizar de la tienda online.

Característica de plantilla

- 16+ páginas de inicio únicas
- Basado en 1170px Grid System.
- Ancho completo: 1920px.
- Opciones de diseño de blog
- Diseño súper claro y limpio
- Diseño profesional y creativo.

- Archivos de croquis fácilmente personalizables.
- Cada página está completamente organizada y organizada con nombres propios.
- Esta plantilla Sketch es perfecta para proyectos de sitios web de WooCommerce, Shopify, Magento, OpenCart, Creative Shop, Joomla y otros sistemas.
- Pixel perfecto.
- Totalmente personalizable
- Fuentes de Google gratuitas.
- Iconos basados en fuentes gratis.

Los primeros procesos básicos que se deben tener en cuenta, son los ajustes generales, como el título del sitio, (Vososarte.com) la descripción del mismo, (Tienda de productos de arte hecho con las manos) la escritura, que es el tipo de letra que se utilizará y sus colores, la lectura, que es el modo como se contextualizan los textos, dependiendo del enfoque que describa, los medios y enlaces, que son todas las redes sociales con los cuales darán un anexo de extensión de información del sitio web y de las promociones que se ejecutarán y la privacidad.

- **PLUGINS**

La configuración que genera en wordpress, brinda unas flexibilidades y unas mejores posibilidades de adaptar el diseño, es por eso que se instalaron en la administración de la plantilla, diferentes plugins, que son:

Aplicaciones o software que contienen un grupo de funciones o características, las cuales ayudan a mejorar WordPress en todos los aspectos. (Tagle, 2014)

Dependiendo de la necesidad de las páginas y lo que permite woocommerce ejecutar, que cabe mencionar que WOOCOMMERCE es también un plugin de Wordpress, pero todo se enlaza para el refuerzo de la misma; de esta manera se inicia una búsqueda de los diferentes plugin que ayuden a una mejor organización de la creación del sitio web en wordpress, por lo tanto uno de los principales y primarios que se instalaron fueron los siguientes:

1. **WPBakery Page Builder:** Crea diferentes páginas de acuerdo a la plantilla.
2. **WooCommerce:** Es un servicio que ayuda la venta de cualquier producto.
3. **UpdraftPlus - Backup/Restore:** Es un plugin de copias de seguridad.
4. **Under Construction:** Crea el sitio web en modo construcción.
5. **Slider Revolution:** Construcción visual con excelentes módulos de contenido profesional.
6. **Envato market:** Es un complemento de Wordpress que ayuda a la recibir actualizaciones de Temas y complementos premium comprados a través de Envato market
7. **Contact Form 7:** Formulario de contacto.
8. **All In One SEO Pack** SEO inmediato para el sitio WordPress. Incluye mapas del sitio XML, SEO para diferentes tipos de contenido, SEO para blogs o sitios corporativos, SEO para tiendas online y mucho más.
9. **Akismet Anti-Spam** Comprueba automáticamente todos los comentarios y filtra los que parecen spam.

Teniendo en cuenta esto, se empieza el proceso de crear el contexto que tendrá la página de inicio, que es la carta de presentación de la tienda, es por eso es importante la colocación de

palabras claves, que garantizan una visualización clara. Ahora bien, a continuación, se explicará cómo se crea el menú principal y la estructuración del inicio.

- **PÁGINA DE INICIO:**

El diseño del header se escoge de acuerdo al menú principal, por consiguiente se reconoce y se plantea que hay una necesidad de crear unas opciones que se requieren, para que los visitantes realicen y exploren la página; es por eso que se planifica los movimientos de los usuarios, que harán y verán en el momento de visitar el sitio web. Los enlaces que se mencionan harán parte del INICIO, es lo principal que verán los usuarios en el momento de ingresar al sitio web, es por eso que se detalla de manera individual la importancia de este menú, también se tuvo en cuenta otras opciones, las cuales se explicarían a continuación.

HEADER/ ENCABEZADO

El Header que significa en español, (Encabezado), se utiliza para referirse a la parte superior de la página, del sitio web. Se trata del primer punto que visualiza los visitantes de la plataforma web, por lo que este Header tiene una responsabilidad de contener la información necesaria, mostrando la identidad del sitio, y conectando con el usuario en el momento que ingresa a la página. Por lo general, este punto, además de mostrar la identidad de la web, muestra su logo y su eslogan, también están las secciones en las que se divide la página, permitiendo una mejor navegación para los usuarios.



Figura 23. Imagen del diseño del encabezado.

La presentación del encabezado es sencilla y elegante, en la parte superior izquierda está especificado el contacto del correo, (contacto@vososarte.com) este se detalla de manera que la información sea captada rápidamente en la mente de los usuarios, que existe un contacto sencillo y fácil, además de los horarios de atención al cliente, que es la disposición que se tiene para el asesoramiento y orientación ante cualquier solicitud presentada por los clientes; en el centro, el lema que representa a VOSOSARTE, que es (LA MAGIA DEL ARTE, ES NUESTRA EXCLUSIVIDAD), es el lema que hará parte del logotipo de la tienda virtual ante cualquier presentación, publicidad o estrategias de mercadeo, y su LOGO que muestra la identidad del sitio web, es por eso la importancia de que se precise en el encabezado/ header y en la parte derecha el idioma. esta entrada se tiene en cuenta para la internacionalización de la página, pero hasta el momento estará solo en idioma español.

LOS ICONOS:



BUSCADOR: El primer icono ayuda a la búsqueda de algún contenido específico que se requiera de manera rápida de la página, el usuario podrá disponer de una búsqueda completa con palabras claves, de productos o post de blog publicados, que le dan una especificación más clara del contenido de la tienda virtual.

CUENTA DEL CLIENTE: El segundo icono es el perfil que puede disponer los clientes del sitio web los cuales son todos aquellos usuarios que hacen una compra, podrán registrarse y tener su cuenta, gestionando el pedido de manera detallada, y así también de esta manera se obtiene la información de quienes son los clientes, lugar, sexo, edad, y gusto y preferencias, garantizando el análisis y evaluación del mercado.

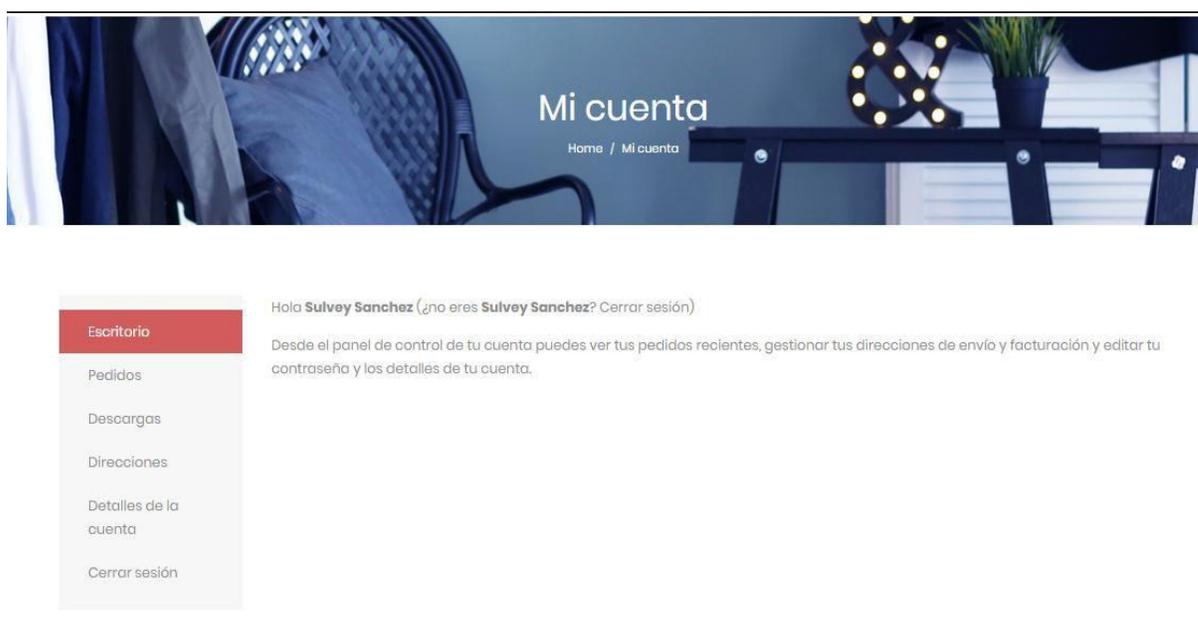


Figura 24. . Cuenta del cliente.

El tercer icono a darle clic es dirigido a un enlace de página de seguimiento del envío, donde el cliente podrá revisar su pedido, rastrear y conocer la ubicación de su compra.

Seguimiento del envío

Casa / Seguimiento del envío

Para rastrear su pedido, ingrese su ID de pedido en el cuadro a continuación y presione el botón «Rastrear». Esto se le entregó en su recibo y en el correo electrónico de confirmación que debería haber recibido.

ID de pedido

Se encuentra en tu correo electrónico de confirmación de pedido.

Correo electrónico de facturación

Correo electrónico que utilizó durante el pago.

Seguir

Figura 25. . Seguimiento del envío.

CARRITO DE COMPRA: El cuarto icono es el carrito de compra de VOSOSARTE, donde es añadido el producto que el usuario quiere comprar; El cliente puede elegir entre varios artículos de arte, añadirlos y visualizarlos en el carrito, y tomar la decisión de su compra; lo que se añade queda guardado automáticamente, es decir si el sitio web se cierra o dan clic a alguna opción diferente de la página, los artículos de arte añadidos al carrito estarán en modo stock, guardados y preparados para su pronta venta en la tienda virtual, solo dan clic nuevamente al icono de carrito y estarán los artículos escogidos para la realización de la compra; dentro del carrito se encuentra un enlace de (ver carrito), el usuario lo selecciona y lo envía a un enlace donde le muestra de manera más detallada la información de la compra, el producto, el precio, la cantidad, y el total.

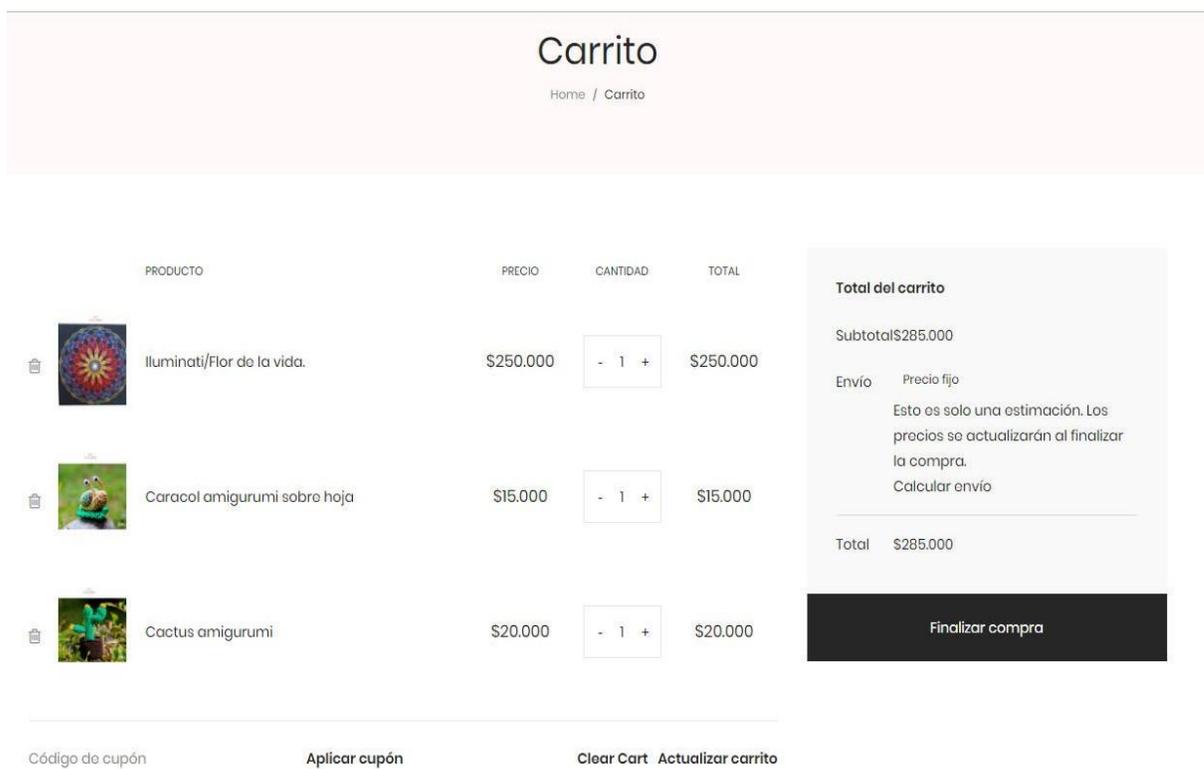


Figura 26. Carrito de compra.

Con la explicación de los iconos que se encuentran en la parte derecha del encabezado de la tienda virtual VOSOSARTE, se muestra con claridad lo significativo de ejecutar una estructura válida y eficaz para los usuarios, garantizando la eficiencia del sitio web, por consiguiente se explicara de manera breve el menú del inicio, reconocido como (Home), es la tarjeta de presentación digital para los usuarios, donde se expresa toda la información de la tienda online de manera organizada, para que se tenga en cuenta lo importante y el porqué de la creación de estas páginas, las cuales serán explicadas a su debido momento

- **MENÚ**

CONOCENOS: La información de ¿Quiénes somos?, se explica con claridad y certeza, la visión y los valores que le representa, los cuales fueron explicados anteriormente en 5.1.2.2 Filosofía organizacional de manera detallada.

VENDER CON VOSOSARTE: Es una opción que debe estar en el encabezado, se pretende dar la información de cómo los artistas de cualquier lugar del país puedan vender en VOSOSARTE, este enlace se explicará más adelante.

CONTACTENOS: Información suministrada al usuario donde se muestra los datos para comunicación, los cuales son el número telefónico, la dirección, ubicación, y email, por ende, el registro de los clientes a la plataforma, esta opción fue explicada anteriormente en 5.1.2.1 Identidad corporativa.

BLOG: Se trata de post de blog de un tema en concreto, para que los usuarios tengan mejor observación de más contenido, manteniéndose más tiempo en el sitio web de la tienda online, ya que se tratan de temas que puedan coincidir con gustos e intereses. A medida que se realice la explicación del proceso de la creación de la plataforma se dará a conocer el primer contenido del enlace BLOG.

Todo este proceso se da a la personalización de las páginas y los plugins que aseguran un excelente proceso en el diseño.

Con la explicación del encabezado de la página de Inicio, se prosigue a explicar la demás estructura de la misma, por lo tanto de esta manera va enlazado un banner publicitario, que es una pieza importante dentro del sitio web, donde contiene textos y imágenes gráficas para la visibilidad de la marca que se quiere aplicar, es un formato integrado, ya que tiene una posición fija en el comienzo de la página, brindando información exacta que garantiza un impacto al

mercado que se requiere llegar, que son todas las personas que le gusta el arte, todo el proceso se realizó de acuerdo a las ediciones que permite wordpress con el plugin de Slider revolution, se crea la fuente de contenido de la manera como se desee, también el ajuste del tamaño de la cuadrícula de la diapositiva, teniendo en cuenta el tamaño que se visualizará tanto en pantalla de computador, como en tablet, y móvil, lo mencionado anteriormente se valora para cualquier clase de ajuste del sitio web.

De acuerdo al Slider Revolution que se efectúa, cabe destacar que es un plugin de Wordpress, se puede anexar una serie de animaciones que le dan un aspecto más llamativo a la presentación de la diapositiva, es decir al banner publicitario que se quiere representar, con tiempos de entradas de textos, videos e imágenes. Estos se utilizarán en diferentes páginas de la tienda virtual.



Figura 27. Banner publicitario principal.

Como se había indicado en la página de inicio se encuentra toda la información de manera estructurada y organizada para la visualización y captación de los usuarios que ingresen al sitio web, es por eso que después del banner principal, se expone y se precisa los productos de arte que están impulsados al mercado, y también la invitación a cualquier persona del país, de poder vender a través del sitio web, aquí se realiza una maniobra publicitaria con un banner publicitario el cual se dará muestra a continuación, pero cabe destacar que estos dos puntos serán descritos más adelante de manera más concreta, con la muestra de cada uno de los artículos de arte y su descripción y precio, y de igual manera el enlace de página de cómo vender en vososarte.



Figura 28. Banner publicitario principal.

- **FOOTER/ PIE DE PÁGINA**

El footer conocido también como pie de página, es la parte inferior del sitio web donde está reflejada la información necesaria para los que navegan en la página. Generalmente se incluye la información para contacto, es un punto central para el futuro cliente tenga de manera accesible y fácil la manera de contactarse con la organización, un enlace de interés, botones a las redes sociales entre otras cosas

En cuanto al diseño y colores se escoge de acuerdo a la personalización que permite wordpress y el tema de plantilla escogido.

Se incluye el logo de VOSOSARTE, dando el reconocimiento de la marca que se requiere para el impacto hacia los visitantes, se menciona la razón de ser de la empresa, que es la Misión del ¿Cómo?, ¿por qué?, ¿para qué? de la creación del sitio web, y se incorpora el contacto, y los links de las redes sociales, incluyendo también los derechos reservados (copyright) a Vososarte.

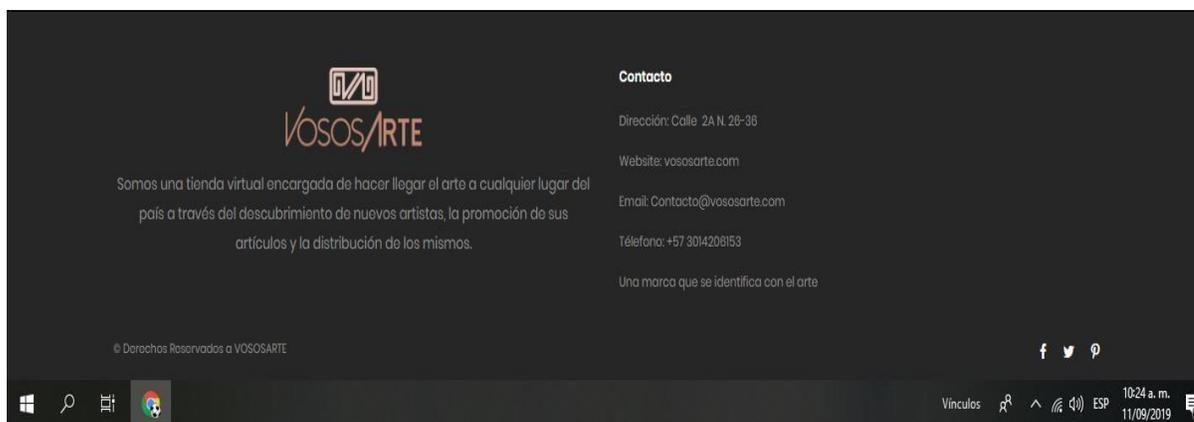


Figura 29. Footer/pie de página.

5.1.2.4 Productos. Los productos que estarán en venta dentro de la tienda virtual, fueron mencionados anteriormente en 6.1.1.3 Artículos artísticos, de acuerdo a cada artista, por lo tanto, con la certeza de cuáles son los productos que harán parte del lanzamiento al mercado, se da a conocer LA TIENDA DE LOS PRODUCTOS DE VOSOSARTE, su organización, precio y descripción y cuáles son los elementos incluidos en la selección del producto, que facilita una mejor navegación para los visitantes.

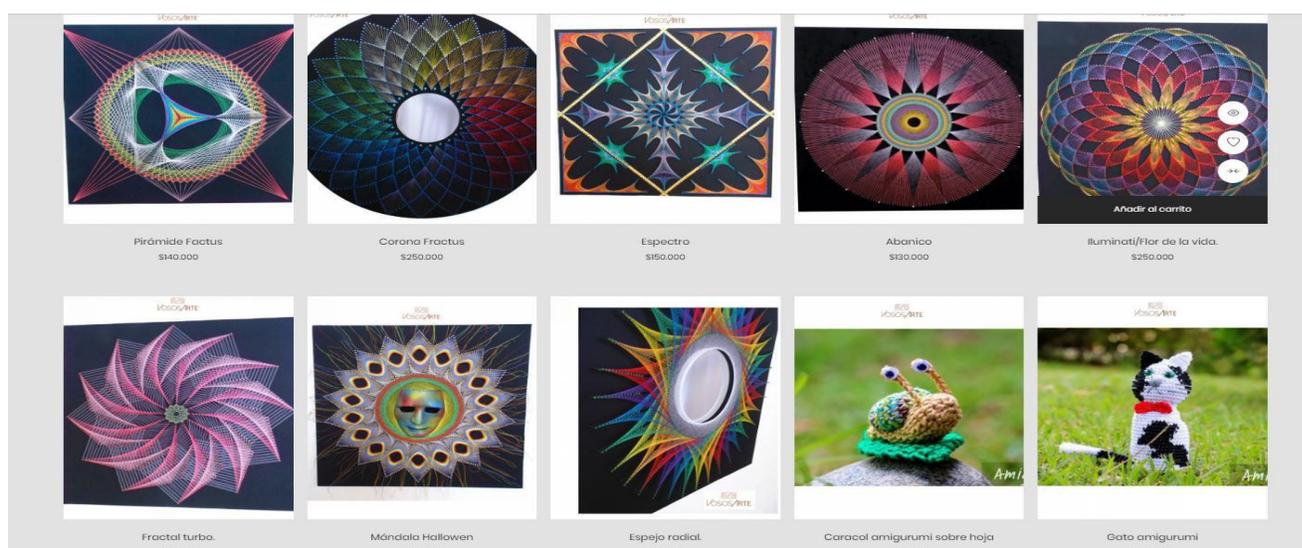
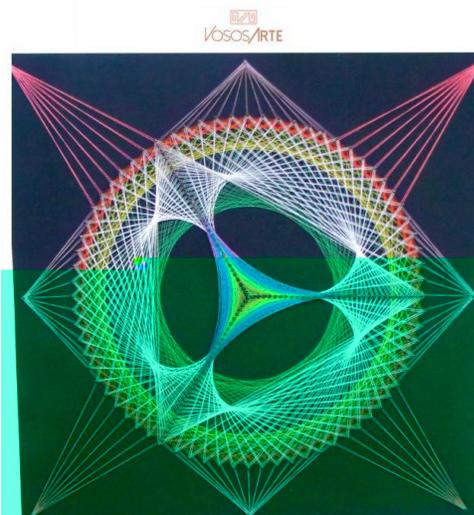


Figura 30. Productos.

A continuación solo se dará el ejemplo de un solo producto como es su estructura y descripción, para mejor visualización los usuarios podrán entrar directamente a Vososarte.com y encontrar toda una serie de productos que ofrece la tienda online.



Pirámide Factus

\$140.000

Obra de técnica string art, elaborada con clavos e hilos tensados.

Artista: Jorge de la tierra.



Añadir al carrito



📍 Find store near you 🚚 Delivery and return

Descripción

Valoraciones (0)

Dimensiones: 60 x 60 cm

Obra de técnica string art, elaborada con clavos e hilos tensados.

Mira el vídeo de su elaboración: <https://www.youtube.com/watch?v=SN8dFIDj3tQ>

Artista: Jorge de la tierra.

Categoría: Obras de arte

Share with



Figura 31. Producto descripto.

5.1.2.5 Vender en vososarte. Se construye un método de intermediación para la venta de trabajos que son únicos a nivel nacional, ya que su preparación es hecha totalmente a mano, donde se cree en el valor que tiene el tiempo, la dedicación, el esmero, la paciencia, el detalle y

la perfección, en cada uno de los artículos artísticos y se reconoce y se puntualiza la importancia en el aprecio por el arte. El objetivo es con el poder del e-commerce, se pueda vender a través tienda online cada exclusividad de arte de cualquier persona del país, que buscan la manera de extender su arte, y el reconocimiento de su nombre.

Es conectar con cada artista y artesano vendiendo sus productos hecho con las manos, en cualquier lugar del país y de manera internacional, llegando a una extensión de clientes por todo el mundo. La idea principal es invitar a estos artistas y artesanos a unirse y hacer parte de Vososarte.com, de esta manera se crea el enlace de la página (VENDER EN VOSOSARTE) que se encuentra en el menú principal del inicio, como una opción importante en la captación de la visualización de los visitantes. Es un punto importante, donde hay una responsabilidad grande de generar la mejor información a los usuarios que ingresen al sitio web, de manera que se pueda crear ese vínculo de conexión con la tienda virtual y los artistas u artesanos que se interesen en aprender a vender con vososarte.

En la creación de esta página, como principal se crea con el plugin de slider revolution que nos permite WordPress, que es una diapositiva de imagen fija, generando una invitación a los artistas u artesanos a unirse al mercado de vender por medio de la tienda de vososarte.

Por consiguiente se tiene unos puntos claros y precisos de quienes se pueden unir al sitio web, todo se enfoca a lo que se puede vender, es decir se mira la exclusividad de arte, no se aceptan replicas, o productos hecho con las manos que sean muy comunes, es fundamental tener con claridad que los artículos artísticos u artesanos que se proyectan a la promoción y estrategias de impulsación al mercado sean de mucho interés a los posibles clientes potenciales, de autoría propia, se reconoce la perspectiva de la creatividad que se tienen y que puedan proyectar y

generar excelentes ventas, obteniendo un crecimiento fortuito de parte en parte, tanto con el equipo de trabajo de vososarte.com, como los clientes vinculados con el sitio , obteniendo clientes satisfechos con el producto.

A continuación, se da muestra del prototipo del diseño de la página vender en vososarte:

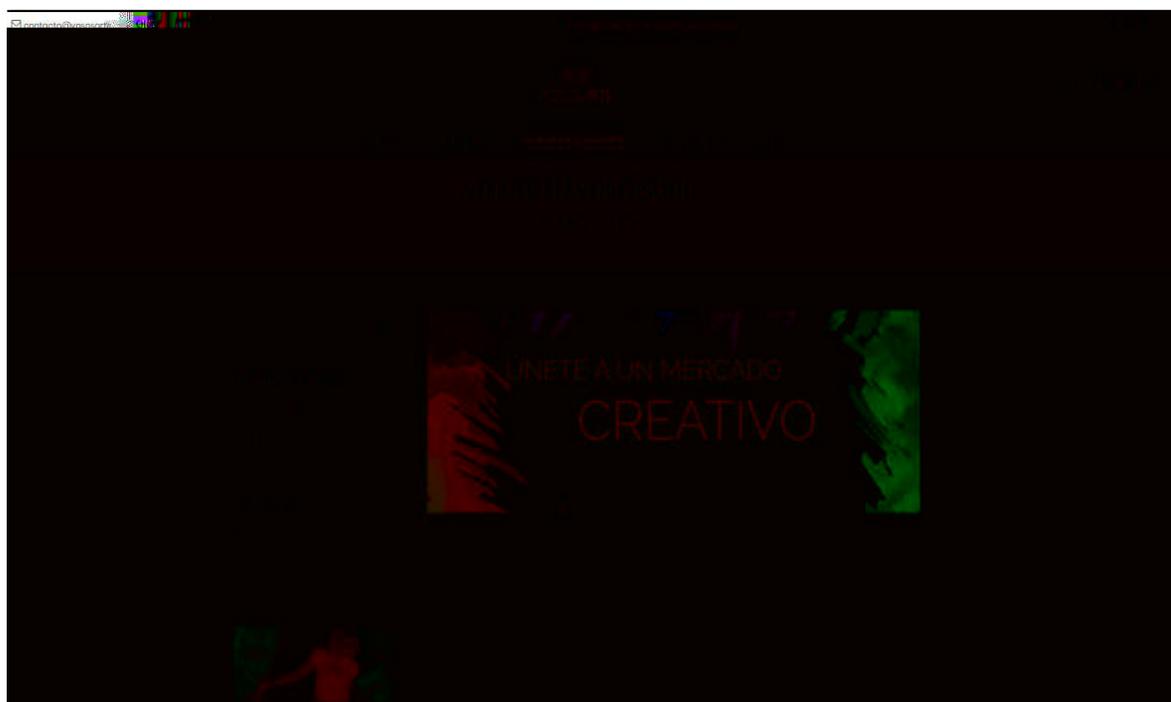


Figura 32. Prototipo de diseño de la página vender en Vososarte.

La información que se incorpora es creando un espacio de lectura estratégica, y como se había mencionado anteriormente la responsabilidad de este punto es crear una conexión con los artistas u artesanos visitantes, de esta manera se explica primero que se puede vender con Vososarte.com y después lo que le ofrece el sitio web a quienes quieren conectar y hace parte del proceso de trabajo. Esta es la descripción y los pasos a seguir:

¿Qué puedes vender?

Cosas hechas a mano

Todo producto totalmente artístico y artesano hecho a mano, que cuente con diseños únicos y exclusivos, con patrones de diseños propios y materiales de calidad.

si tienes una pasión para el arte, crees en tu talento y sabes que tienes ese algo que te diferencia de los demás, la tienda virtual VOSOSARTE está para ti, ofreciendo ser intermediario en la venta de cada producto artístico en cualquier lugar del mundo.

Cada artista es para nosotros una historia que puede identificar a muchos, por eso no simplemente se promociona la venta de productos artesanos y artísticos, si no que se venderá la esencia, y dedicación de cada artista.

¿Cómo pongo mi tienda en marcha?

1. Mandanos un correo a @vososarte, y cuéntanos un poco de tí.
2. Envía tus productos con una descripción detallada de su elaboración, color, materiales, valor y gastos de envío.
3. En 24 horas se dará respuesta de la bases de datos obtenida de tu información para respectiva venta en la página web.
4. Cuando se vende el artículo, hay que pagar una tarifa porcentual por la transacción y el procesamiento.
5. Compradores de cualquier parte del mundo encuentra tu obra de arte o artesanía, lo agregan a su carrito y pagan directamente a través de Payu.

Esto es lo que te ofrece VOSOSARTE



Comunicación

Puedes personalizar la promoción de tus artículos artísticos u artesanos, con plantillas de banners y con diferentes elecciones de anuncios destacados que harán que los artículos resplandezcan por si solos.



Visualización

A través de los diferente medios de comunicación online que maneja la Tienda virtual, se expondrá los artículos artísticos y artesanos, de manera que se pueda visualizar y llegar a cualquier persona que se caracterice con nosotros.



Herramientas

Nuestras herramientas, sencillas y potentes para cada proceso de administrar, promocionar y hacer crecer el valor de buen arte.



Pasión

Estamos comprometidos a ayudar a cada artista, con su emprendimiento artístico. Es por eso que con contenidos en la pagina (BLOG) se podrá describir de manera mas clara y certera, la importancia y el valor tan importante que tiene el arte.



Medios

La representación de la marca Vososarte.com, ayudara a que los artículos artísticos u artesanos, garanticen la venta de manera mas confiable y segura, con convenios de medio de pagos y envíos de calidad.



Representación

Cada artista y artesano son parte de la tienda virtual, todos somos un grupo de trabajo, es por ello que tendrán un representación de quien son y su proceso artístico, en nuestra pagina (NUESTROS ARTISTAS).

Figura 33. Prototipo de diseño de la página vender en Vososarte.

De esta manera se da a conocer el servicio que presta la tienda virtual, que es administrar, promocionar y que como primordial hacer crecer el valor del buen arte hecho con las manos, destacando a los artistas o artesanos de la más adecuada manera.

Vender con VOSOSARTE garantiza una venta exitosa en el país de Colombia o internacionalmente, ya que es más confiable y segura para el comprador, por los procesos de convenios de pago y envíos, además que cada día los usuarios se están adaptando a navegar y comprar con tan solo un clic, de manera rápida, confiable y segura. Este proceso es lo que se compromete la tienda online vosoarte.com a cumplir además de adecuar a que más artistas/artesanos se unan, construyendo una serie de novedades creativas de percibir para cualquier gusto y preferencia de los visitantes en el sitio web.

5.1.2.6 Blog. La creación de un blog dentro del sitio web, es una estrategia de marketing de contenido, y hace parte del tercer objetivo del proyecto, que son las estrategias a utilizar para el posicionamiento de la marca, entonces esta estrategia de marketing de contenido los visitantes podrán mantenerse más tiempo navegando en la página, obteniendo temas de interés, y de esta manera como paso importante es de que cualquier post que se publique aparecen en la búsquedas indexadas de los navegadores de internet, posicionándose en los buscadores, y llevando tráfico de visitantes al sitio de vososarte.com, de esta manera podrá reflejarse el alcance de posibles clientes potenciales, para obtener este alcance se debe publicar periódicamente un post de interés, de gusto o preferencias para los usuarios, publicarlos estratégicamente en la página y en las redes sociales vinculadas a la tienda virtual , logrando un mejor alcance hacia la audiencia.

En las creaciones de post, es ideal crearlos a largo plazo, que no desaparezca en el sitio web, ya que serán de gran ayuda en trabajar en el tráfico de visitantes mientras la tienda virtual esté en modo de espera a nuevos cambios de productos, es decir que no haya contenido nuevo

dentro de la tienda virtual, el enlace blog trabajara por sí solo por cada post publicado así sea nuevo o antiguo.

Según Hubspot, el 70% del tráfico que recibe ese sitio cada mes viene de posts de meses anteriores. Según esta misma fuente, solo 1 de cada 10 posts tiene esa característica, logrando atraer 6 veces la cantidad de tráfico que otros posts. De ahí, la importancia de escribir posts que tengan vigencia a largo plazo. (Obeso, 2017)

El contenido debe ser concreto, creíble y útil, y que pueda resolver dudas e inquietudes de los clientes, de esta manera con la configuración que brinda WordPress se da un ajuste en enlazar una cuadrícula de comentarios, para que los lectores del blog puedan preguntar cualquier inquietud y de esta forma tener una comunicación con los usuarios de forma más directa. Después de esta información podemos concluir que un blog mantiene el sitio web activo y es una excelente estrategia de marketing de contenido para la marca que se impulsa, VOSOSARTE. Por consiguiente, se procede a la muestra del diseño de la página (BLOG) de la tienda virtual vososarte.com.

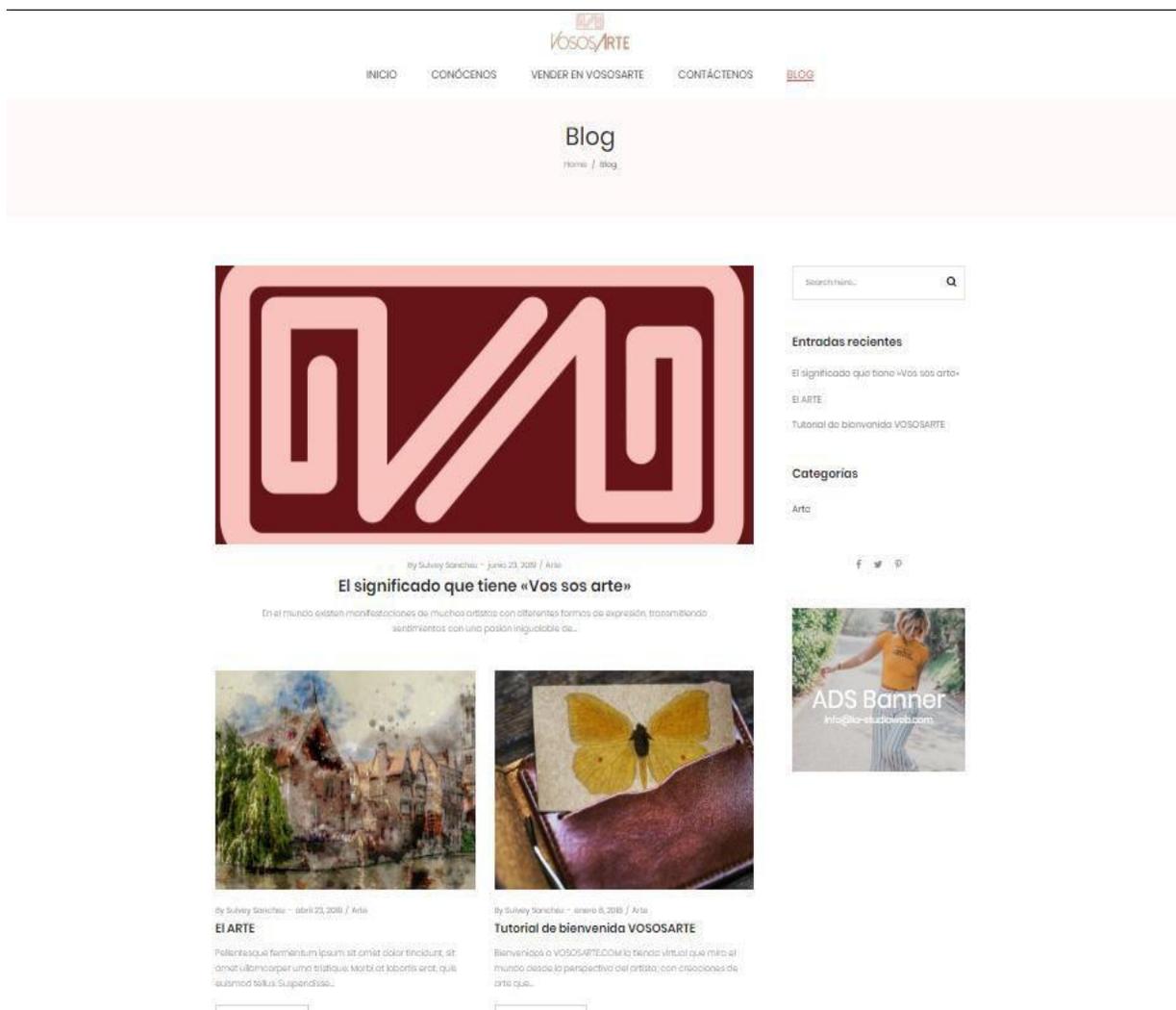


Figura 34. Enlace de página BLOG.

Por consiguiente, se dará muestra de dos posts publicados en la tienda virtual, que dan caracterización de la marca y la razón de ser de la misma, se describió para lo lectores de la siguiente manera, y se encuentra en Vososarte.com en el enlace blog,

5.1.3 Desarrollar estrategias de marketing digital para el posicionamiento, administración y optimización, que permitan en corto tiempo la incorporación de la marca VOSOSARTE en el tráfico web.

5.1.3.1 Estrategia de marketing de contenido. La primera estrategia que se efectúa fue mencionada en el anterior punto 6.1.2.6 BLOG que es la estrategia de marketing de contenido el cual realiza una excelente tarea en los buscadores indexadas, trabajando en cada momento las 24 (veinticuatro) horas por los 7 (siete) días de la semana, es una excelente estrategia para la navegación dentro de la tienda virtual. Este contenido se realiza para enseñar, comunicar, o entretener a los visitantes del sitio web, “La idea consiste en informar a las personas para hacer con que futuramente no sólo respeten la marca y la tengan como referencia, sino también se conviertan en clientes de la empresa” (RD Station, 2017).

Estas son las estadísticas que brindan para la tienda online, la creación y disciplina de un buen blog en el sitio web.

1. El 80% de las visitas diarias que llegan a un blog son nuevas.
2. Tener un blog aumenta en un 434% las probabilidades de alcanzar una buena posición en los buscadores
3. El 70% de los consumidores aprenden acerca de las compañías a través de artículos
4. El 47% de los compradores consume entre 3 y 5 piezas de contenido antes de tomar una decisión de compra.
5. El 94% de las personas comparte artículos porque piensa que pueden ser útiles para los demás.

Después de tener claro el manejo y diseño que se le dará a la página (BLOG) y la importancia de la misma, se puede acertar que la estrategia de marketing de contenido extenderá el sitio web a muy buenos resultados, pero cabe destacar que todo influye en la disciplina, innovación y responsabilidad que se le adopte a las propuestas y el trabajo que se le realice.

5.1.3.2 Estrategia de marketing de relación. Por consiguiente, la segunda propuesta de estrategia a utilizar es la utilización de medios que tenga la presencia de una significativa cantidad de usuarios; este canal de comunicación es el de las redes sociales, que resulta ser una herramienta muy eficiente en el marketing de relación, permitiendo promover la marca de manera fácil y sencilla, del contenido de la tienda virtual que son los productos artísticos, precios, publicidad, promociones, lecturas, el propósito y la razón de ser.

El canal social que se procederán a utilizar serán: Facebook, Instagram, y YouTube, donde se realizará diferentes clases de publicaciones, diseñadas especialmente para conseguir seguidores que se identifiquen con la marca y que puedan ser clientes potenciales; para el proceso se realizará imágenes publicitarias, texto creativos y llamativos en cada una de las publicaciones en las redes sociales, que con lleve al enlace de la plataforma vososarte.com, creando un tráfico de visitantes diferente al que se obtiene con el marketing de contenido, y de esta manera se maneja unas interacciones estadísticamente que podremos visualizar para el análisis del mercado que se está manejando.

De acuerdo a las diferentes publicaciones que se manejen en los canales sociales, se efectúa una promoción que brindan estas páginas digitales a los empresarios, brindando extensión de visualización de contenido de los productos de la tienda, de acuerdo al alcance de visualizaciones, seguidores u visitantes que se quiere llegar diaria y semanalmente tiene un

costo, a continuación se da muestra de la promociones que se escoge de acuerdo los objetivos que se quieren alcanzar y por supuesto y muy importante el presupuesto que tiene.

-INSTAGRAM./FACEBOOK

Revisar

 Vista previa de la promoción >

Destino <http://vososarte.com/>

Botón de llamada a la acción [Más información](#)

Público Automático

Presupuesto y duración \$ 24.000/6 días

 Saldo disponible (\$ 0 COP)
[Agregar dinero](#)

Puedes usar tu método de pago principal de Facebook. Si quieres elegir otro, ve a "Opciones".

Crear promoción

Al crear una promoción aceptas las [Condiciones](#) y las [Normas de publicidad](#) de Instagram.

Administrar promoción continua

= resumen

Duración Continua >

Presupuesto diario \$ 6.000 por día >

Sitio web <http://vososarte.com/> >

Promocionada por **Sulvey Sanchez Ardila**

Método de pago **Saldo disponible (\$0 COP)**

 **Público** Editar

Lugar - Viviendo en Colombia
Edad 18 - 65+

Con el tiempo, descubriremos quién visita tu sitio web a partir de tus anuncios y se los mostraremos a este tipo de personas con más frecuencia

Figura 35. . Promociones a realizar en los canales sociales.

Tabla 1
Presupuesto promocional

Redes sociales	Edad	Alcance de personas	Valor diario	Valor por 6 días	Alcance Mensual	Total Mensual	Alcance Anual	Total Anual
Instagram	18-64	1.100 a 3.000	\$4000	\$24000	4.400 a 12.000	\$96.000	52.800 a 144.000	\$1.152.000
Facebook	18-64	2900 a 7500	\$6000	\$36000	11.600 a 30.000	\$144.000	139.200 a 360.000	\$1.728.000
TOTAL			\$10000	\$60000		\$240000		\$2.880.000

Cabe destacar que para realización de estas pautas publicitarias primero se crea contenido, con la realización de imágenes que contengan textos publicitarios explícitos, u la realización de videos que impacten; la inversión mostrada en el cuadro anterior, en solo una parte mínima de lo que requiere la página web para el alcance nacional e internacional.

Las redes sociales es el gancho actual para trabajar la venta de productos web, por medio de estos canales se pueden encontrar diversidad de personas, que le guste e interese y puedan interactuar directamente y de manera rápida con la tienda virtual, todo es un proceso de aprendizaje, y experiencia de acuerdo a los resultados que se arrojan diariamente.

Existen variedades de estrategias de marketing muy útiles y sobresalientes para el posicionamiento de las marcas web, pero se debe tener en cuenta que cada optimización perfeccionada para cada impulsación al mercado que se realice tiene un costo de dinero, el cual el proyecto a ejecutar no cuenta con la capacidad de inversión tan alta, ya que hasta el momento todo lo que se ha descrito esta en modo muestra, para cambios y mejoras.

5.1.4 Evaluar el progreso del producto mínimo viable (PMV) con los datos reales que provee la tienda virtual, al distinguir cuántas visitas y ventas, estableciendo las características de nuestros clientes potenciales que permitan definir una segmentación del mercado.

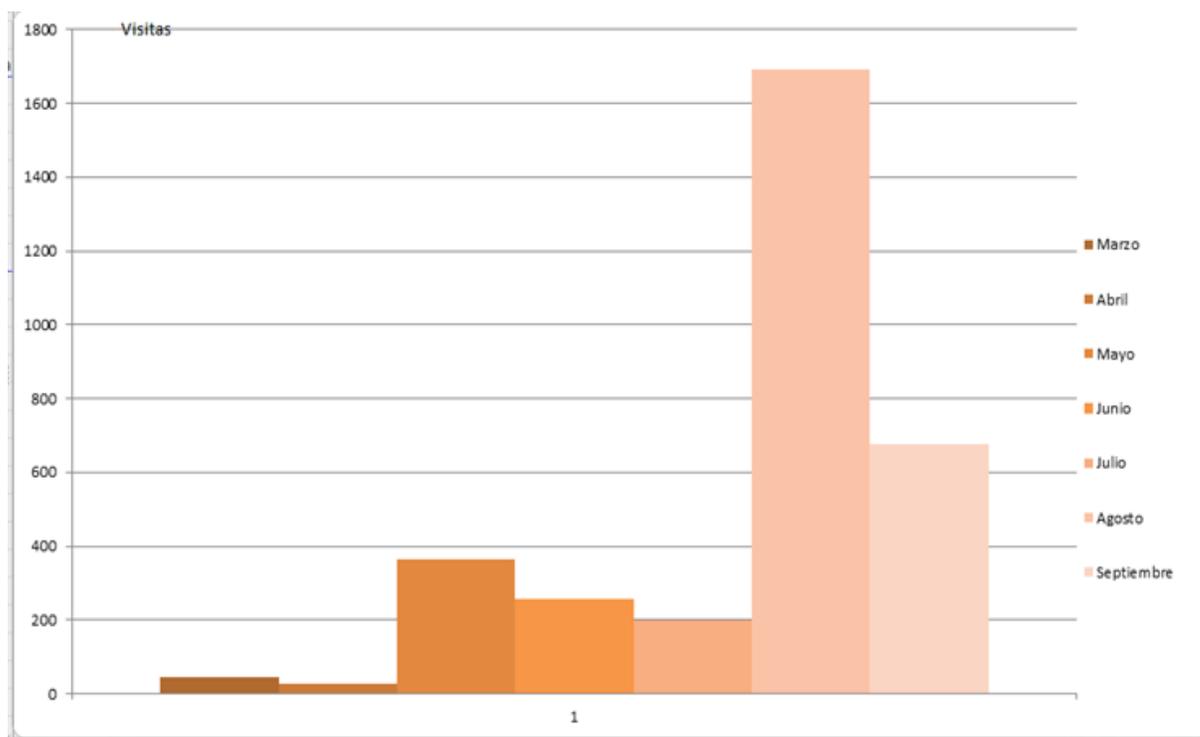


Figura 36. Gráfico Analítico.

Visión general de la audiencia

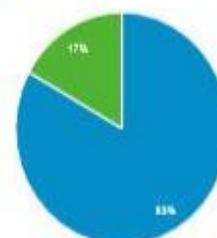
Todos los usuarios
100,00 % Usuarios

24 ene. 2019 - 8 sept. 2019

Visión general



■ New Visitor ■ Returning Visitor



Idioma	Usuarios	% Usuarios
1. en-us	40	42,85 %
2. es-es	35	37,23 %
3. es-us	9	9,57 %
4. es-419	5	5,32 %
5. es-co	2	2,13 %
6. es	1	1,06 %
7. es-la	1	1,06 %
8. es-ve	1	1,06 %

Figura 37. Estadísticas de los datos del sitio web Vososarte.com.

La primera aparición de la tienda virtual vososarte.com al público en general se dio en el mes de marzo de 2019, donde continuaba con ajustes de diseño de la plantilla.

Los datos expuestos en el anterior gráfico se exponen de manera vertical el número de usuarios que ingresaron al sitio web desde 0 visitas hasta 1800 visitas, y de manera horizontal los meses con sus respectivos resultados de tráfico web.

En los meses de Marzo y Abril se genera inconvenientes con la plantilla de WordPress, el cual el primer problema que se presenta, es en la página de inicio muestra un error en el momento de hacer alguna modificación y se convierte en blanco completamente, se pasa el reporte con el soporte del hostiguer que se hizo la compra de la plantilla de diseño de la tienda virtual, para su respectiva solución, después de arreglado el problema, se retoma la construcción nuevamente de la página de inicio, entre otras páginas que también se perjudicaron en el error del sistema.

Se presenta otro error por parte del plugin E Commerce que no deja incluir algunos ajustes para el buen desarrollo y diseño de la página; este error e inconveniente fue de gran perjudicación, ya que el plugin ecommerce es el punto de inicio y final en la creación de la tienda virtual, es un todo, es el comercio electrónico que permite la compra y venta de los productos expuestos en el sitio web, y sin un buen funcionamiento del mismo, la plataforma queda con errores en cada proceso de compra, siendo inservible completamente, al tratar de solucionarlo no se logra alguna solución con el soporte de hostiguer, ya que la plantilla de diseño que se había escogido para la tienda virtual Vososarte.com no era compatible con WordPress, es decir que todo el trabajo realizado tocaba desenvolverse en otra plantilla, hacer ajuste de diseño y estructuración y nuevamente el desarrollo del sitio web.

Estos inconvenientes se presentaron en los dos primeros meses después de su impulsación, luego de tener todo bajo control, la tienda online con excelentes funcionamientos, se procede a realizar en el mes de Mayo la primera estrategia de marketing de contenido, donde se comparte por medio de las redes sociales, el primer post del blog publicado el cual fue (Tutorial de bienvenida a Vososarte) que llegó a un alcance de 386 visitas al sitio web, este alcance se produce sin inversión de dinero alguna, demostrando la eficiencia y eficacia que tiene el marketing de contenido, pero cabe destacar que para mejores resultados y poder tener un mayor tráfico web se requiere de inversión promocional.

En el mes de Junio se expone el segundo post que es (El significado que tiene “Vososarte”) el cual tiene un alcance de 315 visitas a la página, inferior al anterior post publicado, pero con excelente respuesta del público sin inversión de dinero, pero un alcance mínimo para lo que se idealiza en el éxito de la tienda, por consiguiente en el mes de Julio se publica el post (El arte) e cual tuvo un alcance de tan solo 200 visitantes, a estos pasos, se llevaría años llegar a tener un tráfico web al alcance de obtener clientes potenciales y excelentes ventas.

Mes de Agosto se realiza la primera inversión publicitaria con la promoción expuestas anteriormente en el **6.1.3.2 Estrategia de marketing de relación**, donde se realizó las promociones por dos semanas, por un valor de \$120.000 Ciento veinte mil pesos y las respuestas que se obtiene es de un alcance de 1.700 visitantes al sitio web, por estas dos semanas. Obteniendo resultados que garantizaron, la interacción de los usuarios, conociendo el gusto que tienen por el arte, y los posibles clientes potenciales a nivel nacional., por consiguiente en el mes de Septiembre no se realiza ninguna promoción ya que como se había expuesto anteriormente el proyecto no cuenta con un capital de inversión continua mensual, para alcance superiores, pero

aun así después de la promoción realizada se llega a un alcance de visitas en el mes de Septiembre de 675 usuarios. Pero esto no justifica que se esté realizando avances por parte de las estrategias de marketing para posicionamiento, administración y optimización de la página.

5.1.5 Aprender de los resultados que se dieron en cada uno de los procesos y funcionalidades de la tienda virtual, y de esta manera poder definir si se pivotea, o se hacen mejoras en el desarrollo. Como primer punto se buscó y se encontró en la ciudad de Ocaña-Norte de Santander artista con obras de arte excelentes, y muy exclusivas, esto generó un impacto muy bueno, ya que se tiene material para trabajar y hacer un negocio rentable, pero la búsqueda de estos artistas no fue muy fácil, ya que primero se tenía una visión de que los productos que iban a ser incluidos al sitio web debía ser todos los productos que se hagan con las manos, pero esto inicialmente puso en duda que la tienda virtual fuera rentable y tuviera el impacto de tráfico web que se requería, ya que no se puede globalizar todos los productos hechos con la manos, productos como los que son muy comunes como la Bisutería, Ropa, bolsos entre otros, estas clases de productos son más de comercio común y se encuentran en cualquier lugar del país, entonces la exclusividad que se buscaba no se encontraba con estas clases de artículos. Es por eso que se busca más a fondo a Artistas con estilos únicos y de gran interés, con autoría propia en sus diseños y sin ninguna clase de copia por otra persona, al encontrar estos artistas se inicia la creación de la página web, la cual tuvo sus complicaciones en sus momentos, pero se obtuvo un diseño de sitio web elegante y muy sencillo para su respectiva navegación, lo que permite el sistema de gestión de contenido WordPress es muy completo, hace fácil la creación del diseño de la tienda online, con el poder de incluir aplicaciones para mejor funcionalidad, botones, diseños de personalización de páginas y diapositivas de presentación, el cuadro de woocommerce que es la inclusión de los productos, de manera muy descriptiva e ilustrativa para el

público en general, haciendo fácil la venta y compra de los artículos artísticos, entre otras muchas cosas, ahora cabe destacar que su desarrollo fue muy económico, solo fue cuestión de mucha paciencia, disciplina y aprendizaje. Aunque como resultado también se aclara que WordPress como creación tiene sus “contra” ya que el soporte del sistema de la plantilla, no es muy seguro puede tener sus dificultades, ante cualquier cambio, puede colapsar y tener una caída del sistema, aparte que las imágenes que deja subir el sistema de gestión de contenidos es de muy baja resolución haciendo que los productos no se puedan observar con alta calidad, y aun así pidiendo una resolución muy baja en las imágenes, puede presentarse lentitud en la carga del producto al abrir la página, de acuerdo al tráfico web que se esté presentando, haciendo que el posible cliente no le guste de mucho esperar; esto como segundo punto, entonces si la tienda virtual VOSOSARTE empieza a tener una excelente respuesta por parte de la demanda, se debe generar un plan B como iniciativa en un mejor sistema de gestión de contenidos más amplio y versátil es su desarrollo en cambios y mejoras, pero para ellos se debe tener un equipo de trabajo experto y profesionales en el tema, requiriendo una inversión no económica, de esta manera se puede concluir que no se pivoteara, la respuesta que nos ha dado el utilizar el método lean startup de CREAR-MEDIR-APRENDER a sido de gran interés y mucha experimentación, se tuvo errores y rápidamente se aprendió a solucionarlo, se tuvo un Producto mínimo viable (PMV) se analiza la respuesta que arroja la demanda y genera más ideas de creatividad en mejoras de un éxito visionario.

Capítulo 6. Conclusiones

El proyecto realizado tuvo como objetivo desarrollar una página web para la venta y compra de artículos artísticos donde se inició con artistas de la ciudad de Ocaña- Norte de Santander y por consiguiente después de creada y en funcionalidad la tienda virtual VOSOSARTE, se incluye artistas del país de Colombia en general.

Al desarrollar el sitio web se evidencio que cumple con el objetivo general del proyecto que es el desarrollo de una tienda virtual para la venta de obras de arte de artistas del municipio de Ocaña y su provincia con la metodología de Lean Startup.

El sitio web cuenta con la exposición de los productos de arte para su venta a nivel nacional e internacional, esta creación se desarrolla de acuerdo a la metodología de Lean startup, la cual facilito la gestión del proyecto, ya que sus procesos son útiles para la estructuración de los objetivos del proyecto se ejecutaran de la mejor manera.

Se implementaron diferentes clases de estrategias, como las de marketing de contenidos, de canales sociales y la implementación de inclusión de nuevos artistas por todo el país, creando un ámbito muy funcional para el sitio web, optimizando el proyecto en buenas respuestas.

Este sitio web presentado es un prototipo, su estilo de plantilla y diseño puede cambiar, de acuerdo al avance que pueda arrojar la ejecución de las fases de la tienda virtual VOSOSARTE.

Este caso práctico nos ha permitido tener una visión global de lo que representa llevar a cabo un proyecto web, en un entorno tecnológico de software libre. Brindando una experiencia y conociendo un tema tan amplio como es la funcionalidad de una organización web.

Además de tener el privilegio de ser el primer proyecto en crear un sitio web, complejo y funcional a través del método lean startup en la Universidad Francisco Fernández de Contreras de Ocaña.

Referencias.

- Cánovas, F. (19 de Octubre de 2017). *Lean Startup: el secreto de las grandes empresas para reinventarse*. Obtenido de <https://www.ohmybrand.es/que-es-lean-startup-empresas/>
- Colombia, R. d. (1999). *Ley 527 de 1999*.
- Gestión de las comunicaciones. (31 de Marzo de 2017). *ViveLab abre sus puertas a la comunidad*. Obtenido de https://ufpso.edu.co/new/ViveLab-abre-sus-puertas-a-la-comunidad_2186
- López, B. (7 de Abril de 2019). *¿Qué es un plugin WordPress y para qué sirve?* Obtenido de ciudadano2cero.com/que-es-un-plugin-wordpress/
- Muñoz, A. (9 de Octubre de 2013). *Colombia, desde la artesanía*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/opinion/colombia-desde-la-artesania-columna-451570>
- Noguera, S. (13 de Octubre de 2017). *¿Qué es Woocommerce y para qué sirve?* Obtenido de <https://ascenso.org/categoria/actualidad-digital/que-es-woocommerce-y-para-que-sirve/>
- Obeso, P. (9 de Noviembre de 2017). *¿Por qué crear un blog?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/por-que-crear-un-blog/>
- RD Station. (20 de Junio de 2017). *Marketing de Contenido*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/co/marketing-digital/>
- REPUBLICA DE COLOMBIA. (1991). *Constitución política de Colombia*.
- Ries, E. (2011). *El metodo de Lean Startap*. Crown Publishing Group.
- Secretaria Jurídica Distrital de la Alcaldía de Bogotá D.C. (1989).
- Segarra, F. (16 de Marzo de 2017). *Que es un web hosting*. Obtenido de <https://www.hostinger.co/tutoriales/que-es-un-web-hosting>

Significados. (19 de Febrero de 2019). *Filosofía organizacional*. Obtenido de

<https://www.significados.com/filosofia-organizacional/>

Tagle, J. (5 de Febrero de 2014). *¿Qué es un Plugin y Para Qué Funciona?* Obtenido de

<https://wpavanzado.com/que-es-un-plugin/>