

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



SEMINARIO DE PRE-ESPECIALIZACIÓN:

**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING INNOVADORAS DE
E-COMMERCE ENFOCADAS A EMPRESAS DEDICADAS A LA IMPRESIÓN
DE CAMISETAS EN SAN SALVADOR.**

**INFORME DE INNOVACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA**

INTEGRANTES:
BETZAYDA SARAÍ RAMOS AGUILERA
SOFIA GABRIELA RAMIREZ ELÍAS

ASESOR:
INGENIERO NÉSTOR GAMALIEL GONZÁLEZ VENTURA

SAN SALVADOR, VIERNES 27 DE MAYO DE 2022.

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS
DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA
RECTORA

DRA. MIRNA MARIBEL GARCÍA DE GONZÁLEZ
VICERRECTORA ACADÉMICA

ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ
SECRETARIA GENERAL

MTRO. JOSÉ VICENTE PÉREZ CUBIAS
DECANO

LICDA. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO
COORDINADORA DE LICENCIATURA Y TÉCNICO EN MERCADOTECNIA

SAN SALVADOR, VIERNES 27 DE MAYO DE 2022.

AGRADECIMIENTO

Quiero iniciar citando Filipenses 4:13 “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece; Porque durante toda la elaboración del proyecto de investigación fueron puestas mis peticiones para poder iniciar y culminar con éxito.

De igual forma el apoyo incondicional de mi familia desde el inicio de mi carrera, así como mi compañera de equipo y amiga Sofia Ramirez con quien siempre tuvimos las mejores ideas para hacer un trabajo excelente de principio a fin.

Muestro también mis sinceros agradecimientos a la Pastora Elsa de Martínez quien siempre me brindó apoyo con quien declaramos éxito, Licenciada Ileana Guillen y Licenciado Christian Gonzales que fueron pieza Clave para orientarme con sus puntos de vista y durante el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Finalmente agradezco a la Universidad por haberme permitido poder desarrollar mi proyecto de innovación y Catedráticos que aportaron en mi formación profesional de calidad.

Puedo decir ahora Eben-ezer, Hasta aquí nos ayudó Jehová. 1 Samuel 7:12.

Betzayda Saraí Ramos Aguilera

AGRADECIMIENTO

En primera instancia le doy gracias a Dios por darme la sabiduría para lograr culminar mis estudios y brindarme el apoyo necesario para seguir adelante.

Aprovechare la oportunidad para agradecerle a todas las personas que me han apoyado a lo largo de mi carrera y en la realización de este proyecto, mis familiares y mis amigos, especialmente a mi compañera Betzayda Ramos por ayudarme, comprenderme, compartir buenos y malos momentos conmigo, pero especialmente por ser una de las mejores personas que pude conocer en la universidad.

También quiero agradecerle a mi mama y a mi abuela que siempre me han encaminado por un buen camino y siempre me han alentado a seguir adelante. Por el apoyo, el amor, la paciencia y el tiempo que me han brindado a lo largo de mi vida, muchas gracias.

Sofia Gabriela Ramirez Elías

DEDICATORIA

El presente trabajo de graduación queremos dedicárselo a Dios por brindarnos la sabiduría, entendimiento y creatividad para completarlo con éxito.

A nuestros familiares y seres queridos por ser nuestro apoyo incondicional en todos los aspectos, además de creer en nosotras para formarnos como profesionales.

A nuestros maestros que siempre nos transmitieron los conocimientos y enseñanzas, y a nuestros amigos por motivarnos a ser perseverantes y perseguir el éxito.

CONTENIDO

Resumen	VII
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. NECESIDAD O ESTADO ACTUAL (del bien, servicio o procesos)	12
A. Necesidades y problemas asociados a (al bien, servicio o proceso).....	12
CAPÍTULO II. PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....	15
A. Objetivos:.....	15
B. Justificación	15
C. Fundamentación teórica.....	26
D. Diseño de la propuesta.....	33
E. Proceso de implementación.....	39
1. Organización para la ejecución.....	39
2. Metodología y estrategias	40
3. Monitoreo y evaluación	42
4. Recursos y presupuesto	43
CAPÍTULO III. RESULTADOS ESPERADOS	45
A. Resultados de corto, mediano y largo plazo.....	45
B. Plan de socialización de resultados	47
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS.....	53
ANEXOS	55

Resumen

Hoy en día la tecnología ha facilitado esa interacción con el cliente de forma instantánea lo cual ayuda a empresas de todos los rubros a determinar la mejor forma de brindar sus estrategias de mercado, como el ejemplo de crear comunidades enfocadas a diversos proyectos, como libros, gamers entre otros; el e-mail marketing, el cual no solo se utiliza para poseer la base de datos, también a interactuar con el cliente y enviar contenido de valor que permita tener esa relación con los clientes potenciales.

Un informe de Forbes dice que el 73% de las empresas que ofrecen una experiencia superior a la media tienen un mejor rendimiento financiero en comparación con otras empresas.

La búsqueda de una innovación del e-commerce fue lo que motivó a las empresas a poner en práctica herramientas como el design thinking, aunque para iniciar a conocer cada uno de los pasos que esta herramienta se debe de tomar en cuenta lo que son las necesidades básicas de los humanos, en la pirámide de Maslow se logró identificar que una de las necesidades básicas fisiológicas es la de la vestimenta, la cual dio el punto de partida para enfocarse en el negocio de camisetas personalizadas.

El design thinking es una metodología de innovación que ayuda en la búsqueda de ideas que satisfagan las necesidades del cliente o el consumidor, basado en la escucha detallada. Por lo que la primera fase por abarcar es la empatía ya que es la habilidad de conectar con el cliente para así identificar el problema o necesidad que estos poseen; prosiguiendo así con la fase de definición en la cual se identifican todas las áreas de oportunidades para solventar dichas necesidades, llegando así a la fase de idear en la cual se utiliza el brainstorming (o lluvia de ideas) para identificar las ideas posibles que se pueden llegar a implementar.

Por medio de la idea innovadora seleccionada se creó el prototipo de una página Web dinámica que potenciará a los usuarios esa experiencia de compra virtual, es por eso que la empresa plantea tener ese servicio de calidad con su producto

estrella y darle esa libertad creativa disponible convirtiéndolo en un B2C (Business to Consumer) fiable y persuasivo para generar en el cliente lealtad a la marca.

World Stan utilizará diferentes herramientas para conocer como el e-commerce beneficiará a la comercialización de forma innovadora el negocio de las camisetas personalizadas, con el fin de presentar avances que ahora en día las empresas necesitan para potenciar sus negocios, dichas herramientas son: Power bi, Kanban, Trello, Kpis y plan de Merchandising; además de estar al tanto de todas aquellas innovaciones tecnológicas que pueden llegar a beneficiar la idea de negocio, como lo son implementación del Blockchain y Metaverso.

Palabras Claves:

Comercio Electrónico, Innovación tecnológica, Mercadotecnia, Pensamiento de Diseño, Análisis de Datos (Inteligencia de Negocios), Mapa de Valor de Porter, Empatía, Definir, Idear, Prototipar, Probar, Indicadores Claves de Rendimiento, Comercialización, Metaverso, Comparadores, Lluvia de ideas.

Summary

Nowadays the technology has facilitated this interaction with the customer instantly, which helps companies of all categories to determine the best way to provide their market strategies, such as creating communities focused on various projects, like books, gamers among others; email marketing, which is not only used to own the database, also to interact with the customer and send valuable content that allows you to have that relationship with potential customers.

A Forbes report says that 73% of companies that offer above-average experience have a better financial performance compared to other companies.

The search for an e-commerce innovation was what motivated companies to implement tools such as design thinking, although to start knowing each of the steps that this tool must be taken into account what the basic needs of humans are, in Maslow's pyramid it was possible to identify that one of the basic physiological needs is clothing, which gave the starting point to focus on the custom t-shirt business.

Design thinking is an innovation methodology that helps in the search for ideas that meet the needs of the client or the consumer, based on detailed listening. So, the first phase to be covered is empathy since it is the ability to connect with the client in order to identify the problem or need, they have; thus, continuing with the definition phase in which all the areas of opportunities to solve these needs are identified, thus reaching the ideate phase in which brainstorming is used to identify the possible ideas that can be implemented.

Through the selected innovative idea, the prototype of a dynamic website was created that will empower users with that virtual shopping experience, that is why the company proposes to have that quality service with its flagship product and give it that available creative freedom by turning it into a reliable and persuasive B2C (Business to Consumer) to generate brand loyalty in the customer.

World Stan will use different tools to know how e-commerce will benefit the marketing of personalized t-shirts business in an innovative way, in order to present advances that companies need now to boost their businesses, such tools are: power bi, Kanban, Trello, Kpis and Merchandising plan; in addition to being aware of all those technological innovations that can benefit the business idea, such as Blockchain implementation and Metaverse.

Keywords:

E-commerce, Innovation Technology, Marketing, Design Thinking, PowerBi (Business Indicator), Porter's Value Chain, Empathy, Define, Ideate, Prototype, Test, Key Performance Indicator (KPI), Merchandising, Metaverse, Benchmarking, Brainstorming.

INTRODUCCIÓN

Las camisetas personalizadas a pesar de haberse puesto de moda hace algún tiempo, siguen siendo una gran oportunidad de negocio actualmente.

La presente investigación de seminario de especialización sobre la innovación tecnológica está orientada a la relevancia que tiene e-commerce en empresas.

Es así como se implementó la metodología del Design Thinking en la empresa World Stan, la cual se dedica a la creación de camisetas personalizadas.

Primordialmente se identificó la necesidad del servicio a través del uso de elementos como la pirámide de Maslow para determinar influencias que se crearan a los consumidores potenciales; procediendo a la propuesta de innovación y su justificación; se implementaron todas las fases del Design thinking partiendo de lo siguiente:

En la fase de empatía se realizaron estudios a personas interesadas en los servicios de personalización de camisetas y su interacción con las plataformas virtuales, creando así un mapa de empatía, el cual describe al cliente ideal.

Siguiendo así con la Definición, por medio de la concepción de ideas que ayuden aumentar el valor de la comercialización virtual de camisetas personalizadas, se tomaron en cuenta elementos como foco de acción y reto creativo.

Para la siguiente fase la cual es la ideación, se realizó un brainstorming para identificar todas aquellas posibles ideas a seleccionar, y al haber evaluado todas las opciones, se seleccionó la idea con mayor porcentaje de éxito y factibilidad, llegando así a la etapa de prototipar donde se hizo el uso de tecnologías innovadoras la cual fue pieza angular del proyecto, definiendo así lo que es aplicar la idea de negocio usando marketing digital y como herramienta principal la página web, para el prototipado primeramente se diseñó un bosquejo con elementos necesarios para el usuario y catálogo virtual con la herramienta Sumer que apoyara a dinamizar el prototipo.

Para finalizar se realizó la etapa de prueba de prototipo o testing de la página web, en esta fase se presentó la página web a los clientes potenciales y de toda la información recopilada se creó la matriz del feedback.

Procediendo con las etapas finales de la investigación, en el proceso de implementación se plasman todos aquellos aspectos para la ejecución de su innovación, como el presupuesto y los recursos a utilizar.

Concluyendo así con el resultado esperado por diferentes plazos, narrando el uso de las tecnologías implementadas para finalmente proceder a la etapa de estrategias de merchandising.

CAPÍTULO I. NECESIDAD O ESTADO ACTUAL (del bien, servicio o procesos)

A. Necesidades y problemas asociados a (al bien, servicio o proceso).

Una de las herramientas que se utilizó dentro del proyecto principalmente para conocer al cliente desde sus adentros fue la pirámide de Maslow, la cual ayuda a comprender cómo el ser humano jerarquiza las necesidades desde la más básica hasta la más complementaria y la forma en cómo se tiene ese impacto decisivo en torno a la marca por medio de la necesidad que se planea satisfacer y que quiere transmitir.

Es así como se determinó que en la actualidad muchas empresas y sectores de la población se ven influenciados en sus decisiones de compra en base a gustos, preferencias, hábitos, entorno, entre otros; lo que hace decisiva esa compra final convirtiendo al cliente en un consumidor del producto por medio de la experiencia a la hora de comprar.

De esta manera la industria textil de camisetas principalmente se plantea en asumir ese rol de satisfacer gradualmente los elementos desde la base de la pirámide, una necesidad básica la cual es la necesidad fisiológica de vestimenta, que es primordial para cualquier ser humano, por consiguiente escalando a la parte de necesidad de seguridad (en este caso se plantea la económica por productos aceptables en el precio del mercado), llegando al escalón de la aceptación social que es donde la psicología del consumidor juega un papel importante por el sentido de pertenencia a un entorno de amistades o grupos, como en el caso de fans de cómics, series, películas, colegios, corporaciones, etc.; procediendo a las etapas más altas de reconocimiento por portar una camisa alusiva a un grupo determinado en el cual será aceptado, para finalizar en el último escalón de la pirámide, la autosatisfacción personal, aquí es donde vemos que el consumidor quedo satisfecho con su compra, donde el servicio y atención personalizado jugó un papel importante a la hora de su decisión de compra, elemento que contribuyen a la marca para que tenga esa percepción en la mente del consumidor de calidad y trato especial, diferenciándose del resto. (Armero, 2021)

Hoy en día la tecnología ha facilitado esa interacción con el cliente de forma instantánea lo cual ayuda a empresas de todos los rubros a determinar la mejor forma de brindar sus estrategias de mercado, como el ejemplo de crear comunidades enfocadas a diversos proyectos, como libros, gamers, etc.; el e-mail marketing, el cual no solo se utiliza para poseer la base de datos, si no interactuar con el cliente y enviar contenido de valor que permita tener esa interacción con los clientes potenciales.

Un informe de Forbes dice que el 73% de las empresas que ofrecen una experiencia superior a la media tienen un mejor rendimiento financiero en comparación con otras empresas. (Hernandez, 2022)¹

La personalización de productos es un negocio rentable debido a que es uno de los pocos modelos de negocios que puede iniciarse con un capital pequeño para recuperar más del triple de lo invertido y es así como se debe aprovechar el E-commerce, debido a que no se recurren en gastos convencionales a los cuales empresas tradicionales deben hacer, lo cual genera una ventaja comparativa y en post pandemia muchas empresas emergieron gracias a las herramientas tecnológicas como: redes sociales, tomando en cuenta Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, YouTube, entro otras.; (a través de estas redes sociales se pueden utilizar los elemento de videos cortos, sorteos virtuales, conferencias, etc.), chat bots, e-mail marketing, etc.

Por lo que en World Stan la personalización de camisetas y el servicio al cliente en el proceso de compra es primordial para causar ese impacto al cliente y posicionarse en el top of mind.

Las camisetas personalizadas ya están en demanda, por lo que se debe de entregar el mejor producto para ganar la confianza del cliente y es así como la empresa plantea tener ese servicio de calidad con su producto estrella y darle esa libertad creativa disponible convirtiéndolo en un B2C (Business to Consumer) fiable

¹(Hernández, 2022)

Hernández, N. (2022, marzo 23). *La reputación, la “piedra filosofal” de las empresas para conectar con el público y apuntalar el negocio - Forbes España*. Forbes España; Forbes. <https://forbes.es/empresas/146782/la-reputacion-la-piedra-filosofal-de-las-empresas-para-conectar-con-el-publico-y-apuntalar-el-negocio/>

y persuasivo para generar en el cliente lealtad a la marca.

Actualmente, con la impresión digital, los recursos de marketing en línea y las amplias redes de distribución, iniciar un negocio de camisetas es más fácil que nunca. La impresión bajo demanda y el envío directo eliminan la necesidad de espacio para el inventario. Aun así, crear una camiseta que hable a las masas requiere algo más que una gran idea y plan.

Es por ello que al conocer las tendencias actuales de los patrones de consumo de jóvenes se determinó que estos grupos en masa solicitan camisetas personalizadas en su mayoría de series, libros, letras de canciones de artistas, entre otros; las cuales al estar de moda permitirían a la empresa generar ganancias al satisfacer la necesidad de conseguir un producto con las características que ellos deseen los cuales podrán elaborar mediante una página web dinámica e interactiva que permitirá que exista ese plan B2C (Business to Consumer) con el fin de generar satisfacción.

CAPÍTULO II. PROPUESTA DE INNOVACIÓN.

A. Objetivos:

Objetivo General:

Crear una innovación tecnológica por medio del uso de la metodología de innovación Design Thinking que potencie el e-commerce y marketing B2C dentro de la empresa World Stan.

Objetivos Específicos:

- Demostrar el prototipo al cliente ideal que destaque los elementos tecnológicos innovadores del design thinking.
- Implementar mejoras ante la percepción del usuario al utilizar la página web en el proceso de pedido de sus camisetas personalizadas.

B. Justificación

Dentro de la investigación sobre las innovaciones tecnológicas enfocadas al e-commerce, el conocer al cliente ideal por medio de los patrones de consumo actuales, el estar a la vanguardia de las tendencias que mueven a las personas ya sea por ser fans de música, películas, series e inclusive eventos corporativos es lo que generará que dentro de la venta de camisetas exista esa empatía entre la empresa y el cliente por medio del sentido de pertenencia.

En el caso de World Stan, se pretende generar esa relación con el cliente dándole la libertad creativa hasta donde sea posible, para que artistas, estudiantes y personas aficionadas pongan su creatividad e ingenio plasmado en una camiseta, además de crear ese sentido de apego y pertenencia al producto, así como también dotando de base un banco de imágenes bajo licencia, comics, animes, letras de canciones y creaciones propias de la empresa que generen más valor a la marca.

Existen diversas metodologías de innovación, por lo que para desarrollar exitosamente dichas actividades que se plasmaron anteriormente se utilizara el Design Thinking que es una metodología de innovación que se centra en las necesidades del cliente o el consumidor final donde se incluyen las necesidades desconocidas, insatisfechas e inesperadas, utilizando técnicas de investigación

basada en la empatía y escucha detallada.

World Stan utilizara las fases del Design Thinking:

- Empatía.
- Definición.
- Ideación.
- Prototipado.
- Evaluación.

Con la intención de cubrir la necesidad que el cliente presenta estando siempre a la vanguardia dando esa experiencia que otras empresas usualmente no dan, así como también conocer todos los recursos tecnológicos que se pueden utilizar y poder crear una optimización en los procesos de comercialización de las prendas creadas y generar una conexión directa con el cliente.

Además, con esta metodología se logrará reconocer todos aquellos factores que los clientes tienen en cuenta para realizar la decisión de compra sobre las camisetas, con estos puntos ya identificados es como se podrá evaluar todas aquellas innovaciones que se pueden utilizar para brindarles una mejor experiencia de compra.

Expuesto lo anterior, a continuación, se dará a conocer los resultados obtenidos en la implementación del Design Thinking:

Empatía:

La empatía es la primera fase a abarcar ya que es parte vital del design thinking y se refiere a la habilidad de conocer e identificarse con el cliente, expresado de manera coloquial “Ponerse en sus zapatos”, aplicado al marketing hace referencia a cómo se comprende y se escucha al público, para así poder analizar y transmitir las necesidades logrando una conexión con el público, siendo honestos con ellos y generar confianza.

Aplicado a la investigación, se realizó una encuesta a 34 personas con el fin de conocer todos aquellos aspectos que los clientes potenciales toman en cuenta al momento de realizar una compra de camisetas, aspectos que realmente son

importantes para ellos; además con dichos datos se realizó un mapa de empatía el cual es una herramienta que sirve para describir al cliente.

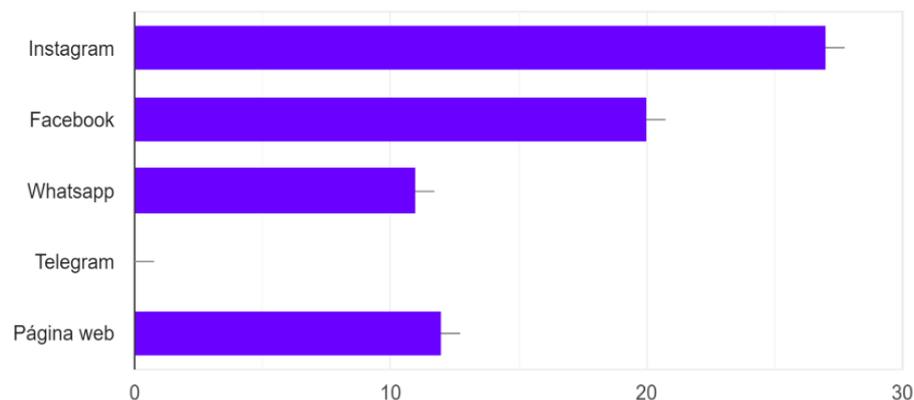
A continuación, se presentarán las preguntas realizadas a través de las encuestas para así construir un mapa de empatía:

1. ¿Qué plataforma usas para cotizar camisetas?

RESULTADO

27 de 34 personas determinaron que suelen consultar los precios vía Instagram debido a que las herramientas que posee la aplicación permiten conocer los detalles del producto con imágenes muy dinámicas y creativas, seguido de Facebook con 20 votos.

¿Qué plataforma usas para cotizar camisetas? (Seleccione las tres principales)
34 respuestas

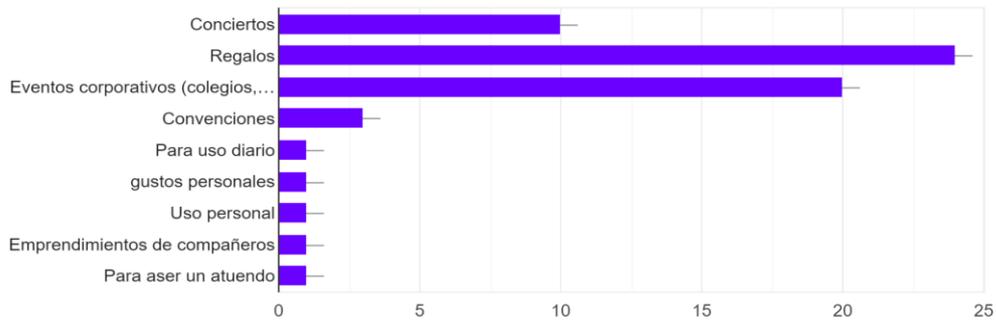


2. ¿Para qué ocasión sueles comprar camisetas personalizadas?
3. ¿Con qué frecuencia sueles adquirir camisetas personalizadas?

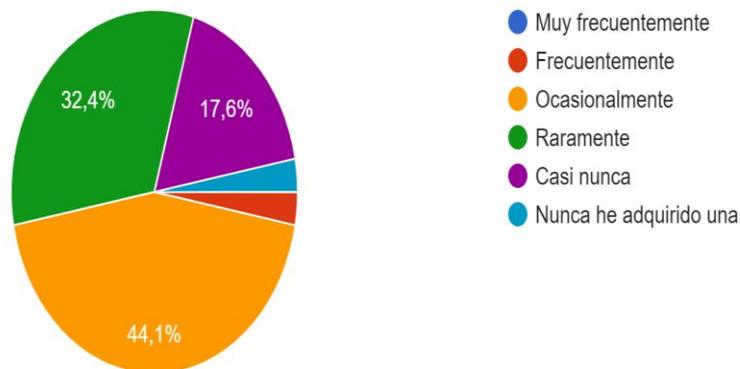
RESULTADO

Al evaluar la frecuencia y ocasión por las cuales las personas encuestadas adquieren una camiseta personalizada se logró identificar que el 44,1% suele adquirirlas ocasionalmente y suelen ocuparse más que todo como regalos, en eventos corporativos (ya sea para colegios, empresas, ONG, etc.) y para conciertos de sus artistas favoritos.

¿Para qué ocasión sueles comprar camisetas personalizadas? (Selecciones las dos principales)
34 respuestas



¿Con qué frecuencia sueles adquirir camisetas personalizadas?
34 respuestas



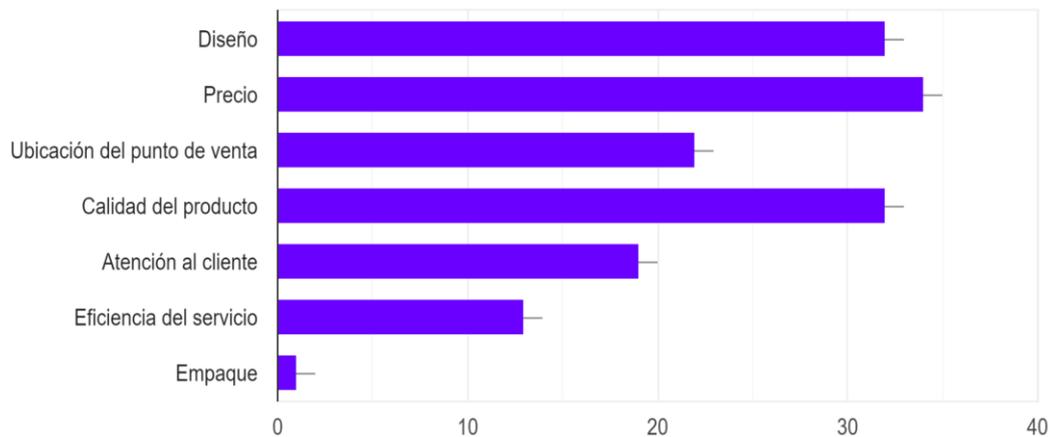
4. ¿Cuál de los siguientes factores tomas en cuenta para la decisión de seleccionar y comprar camisetas personalizadas?

RESULTADO

Al evaluar todos los factores que pueden afectar en la decisión de compra de las personas encuestadas, hubo tres con la mayor cantidad de votos, el primero de estos es el precio ya que recibió el voto de los 34 participantes, el segundo lugar lo ocupa el diseño de la camisa y el tercer lugar es la calidad del producto.

¿Cuál de los siguientes factores tomas en cuenta para la decisión de seleccionar y comprar camisetas personalizadas? (Seleccione las 5 principales)

34 respuestas



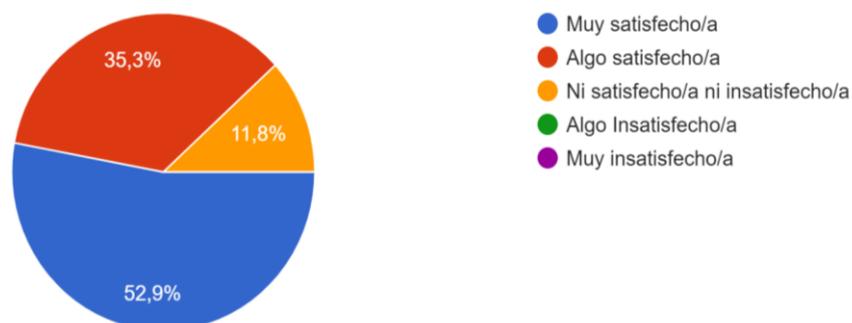
5. Cuando adquiriste tu camiseta, ¿qué tan satisfecho estuviste con tu experiencia de atención al cliente?

RESULTADO

El 52,9% de los encuestados determinaron que se sintieron muy satisfechos en el proceso de atención al cliente, mientras que el 35,3% se sintió algo satisfecho ante la atención recibida, mientras que un 11,8% se sintió ni satisfecho ni insatisfecho.

Cuando adquiriste tu camisa ¿Qué tan satisfecho estuviste con tu experiencia del servicio de atención al cliente?

34 respuestas



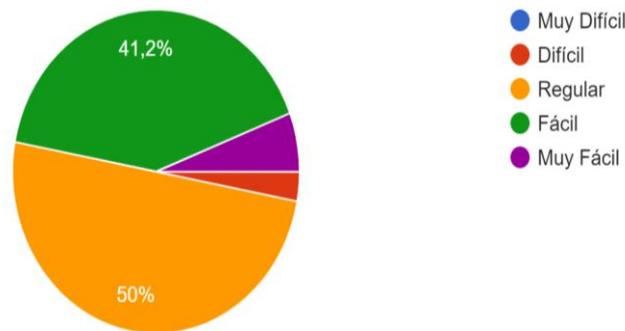
6. al solicitar tu diseño personalizado, ¿consideras que fue complicado la forma de enviar tu pedido?

RESULTADO

El 50% de la población encuestada consideró que al momento de solicitar su camiseta personalizada sintieron regular la forma de envío del pedido, seguido de un 41,2% quienes sintieron fácil, el 5,9% sintió muy fácil y 3,9% lo sintió difícil, dando a entender que la experiencia de compras de los encuestados con respecto a la forma de envío de pedidos es regular.

Al solicitar tu diseño personalizado, ¿consideras que fue complicado la forma de enviar tu pedido?

34 respuestas



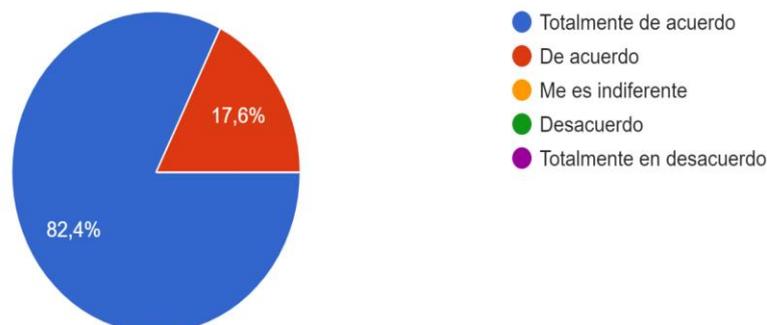
7. ¿Es importante para ti que tengamos opciones de diseños innovadores en nuestros catálogos?

RESULTADO

Los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que existan diversas opciones dentro del catálogo, debido a que se interesan por la innovación y creatividad como punto decisivo para hacer un pedido y el 17% respondió estar de acuerdo, siendo ambas variables positivas para continuar con los diseños exclusivos que se puedan ofrecer.

¿Es importante para ti que tengamos opciones de diseños innovadores en nuestros catálogos?

34 respuestas



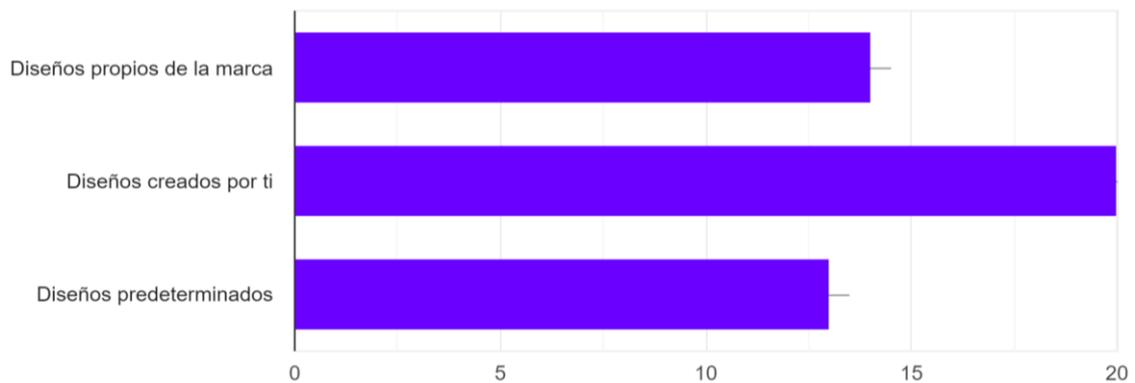
8. al adquirir camisetas, ¿qué tipo de diseño prefieres?

RESULTADO

De 34 personas encuestadas 58,8% prefieren utilizar diseños creados por ellos mismos al momento de comprar una camisa personalizada.

Al adquirir camisetas ¿qué tipo de diseño prefieres?

34 respuestas



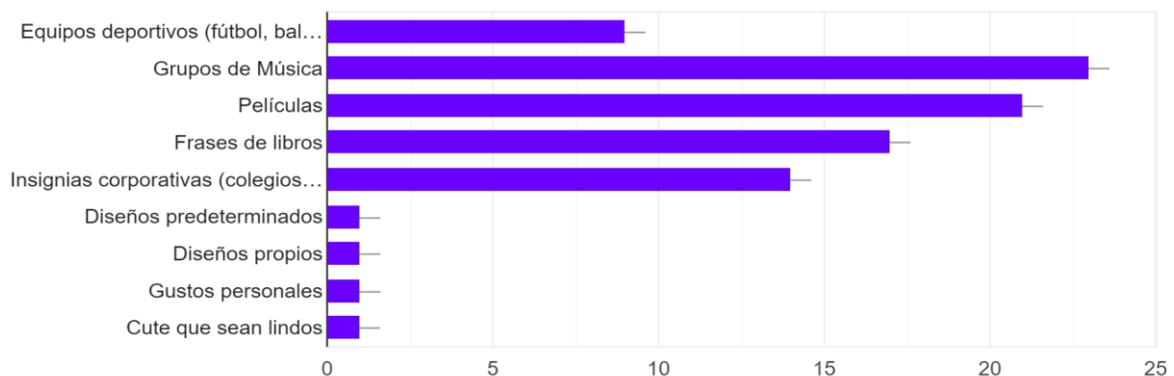
9. ¿Qué diseños de camisetas sueles adquirir más?

RESULTADO

Al realizar el análisis de los diseños que más suelen adquirir las personas encuestadas se pudo determinar cuatro de los principales diseños, son aquellas relacionadas a sus grupos de música favorito, películas, frases de libros e insignias corporativas.

¿Qué diseños de camisetas sueles adquirir más? (seleccione las tres principales)

34 respuestas



Al evaluar los resultados obtenidos a través de la encuesta, se realizó lo que es la construcción del cliente ideal de World Stan

- ¿Qué piensa y siente?

Adriana es una persona activa, le gusta aprender cosas nuevas, además siente que World Stan es una solución necesaria para así mejorar la atención al cliente, ya que ha tenido experiencias negativas con otras empresas, también considera que es una idea muy innovadora y necesaria ya que tiene diversos gustos y valora los emprendimientos con iniciativa e impacto.

- ¿Qué ves?

A Adriana le gusta ver oportunidades y lograr superarse, ella admira la parte de personalización ya que se siente halagada al mirar que algo va dirigido especialmente a ella, se mantiene al tanto de su entorno ya que puede descubrir cosas nuevas, le gusta ver que todas las características que ella busca tanto en calidad, precio y diseño van de la mano junto con la atención al cliente como en el servicio de entrega de los pedidos que realiza.

- ¿Qué oye?

A Adriana le gusta encontrar un lugar con el que se pueda sentir identificada y satisfecha hablando de productos, hobbies, música, entre otras cosas; estar a la vanguardia lo considera necesario como lo son las camisas ya que basado en experiencias, ella valora los comentarios que escucha de la calidad y trato.

- ¿Qué dice y hace?

Adriana se diferencia de las personas por como refleja sus valores, su creatividad; le gusta mucho pasar en sus hobbies y sentirse identificada con cosas que le causen felicidad, el sentirse incluida bajo su ambiente le causa mucha satisfacción, pertenecer a grupos de danza, videojuegos, comunidades, etc.; y por lo mismo sus hábitos de consumo son determinados por cosas con las que se conecta fácilmente.

- Resultados

Todo lo que mueve a Adriana al éxito deseado, es sentirse bien personalmente, cumplir sus sueños, terminar con las dificultades en su vida y complacerse a sí

misma, destacar en sus dotes artísticos y creativos, poseer estabilidad económica, conocer nuevos lugares como resultado de todo su trabajo duro.

- **Esfuerzos**

Adriana se esfuerza por hacer lo mejor en cuanto a experiencias de compras o personales, además de completar la falta de información que llega a obtener cuando desea comprar algún producto.

Mapa de empatía (ANEXO 1)

Definición:

La definición es el siguiente paso del Design Thinking ya que, una vez recopilada una gran cantidad de información de la etapa de empatía, se tratará de seleccionar todas aquellas ideas que ayuden a implementar innovaciones, además de aumentar el valor del servicio o producto ya sea existente o por crear. Por lo que se creó el foco de acción que es la que abarca toda necesidad y deseo del cliente, este ayuda a centrarse en todos aquellos aspectos importantes por cubrir.

Además, se utilizó una herramienta denominada Afuera y adentro la cual ayuda a converger información, es decir seleccionar aquellas que serán de utilidad, en esta se clasifican todas aquellas ideas que se consideran de suma importancia dentro de un círculo, mientras que todas aquellas ideas que lograron resaltar, pero no son de vital importancia se colocaran afuera del círculo. **(ANEXO 2)**

Foco de acción

Adriana desea plasmar sus propios diseños en camisas porque así es como ella logra expresar su creatividad para la creación de una camiseta con un propósito personal (regalos), como profesional (para su trabajo, empresa o colegio).

Reto creativo

¿Cómo podemos hacer para que Adriana logre expresar su creatividad en la creación de una camiseta a través de diseños creados por ella misma?

Ideación:

El tercer paso realizado es la ideación, una vez se haya depurado la información que se recolectó y se hayan identificado todos aquellos factores que se quieren abarcar, es momento de generar ideas creativas, crear soluciones que son las que se evaluarán para así identificar cual de todas logra cubrir las necesidades o deseos del cliente. A través de un ejercicio colaborativo creativo con compañeras, se realizó un brainstorming (o también conocido como lluvia de ideas) para descubrir todas aquellas opiniones innovadoras y creativas que podrían llegar a ser la solución por utilizar.

Listado de ideas creadas:

- Crear una app para el diseño de camisetas para los usuarios.
- Crear una página web para seleccionar diseños
- Asesoría virtual de diseños de camisetas previo a la impresión de su estampado
- Contratar una persona capaz de plasmar en dibujo las especificaciones deseadas por las personas
- Realizar un Taller de arte en camisetas.
- Crear una página web mixer de diseños
- Invención de catálogo con los materiales a disponer para la creación de camisetas.
- Servicio de captación de ideas para la ayuda de producción de arte.
- Ruleta del diseño (el usuario pone los temas sobre el diseño que quiere y el tema seleccionado es el que tendrá que ocupar para su diseño.)
- Virtualización del diseño (el cliente puede tomarle una foto a su diseño en físico para después poder adaptarlo al formato requerido para la impresión en camisetas).

Al haber contabilizado todas las ideas identificadas, se procedió a evaluarlas según la factibilidad y el éxito que estas podrían llegar a tener, para evaluar las ideas según esas dos categorías se tuvo que tomar en cuenta todos aquellos aspectos que las componen; por ejemplo: para que la idea se logre categorizar como exitosa tiene que cumplir con las funciones de poseer un valor agregado el cual es un

beneficio para el cliente, tiene que ser atractivo para el mercado objetivo, debe poseer un diferenciador potencia de la competencia, etc.; en el caso de la factibilidad debe de ser posible el poseer una entrada al mercado, si posee una aceptación por parte de los empleados, etc.

Ideas	Éxito (Beneficio)					Factibilidad				
	Reyna	Kriscia	Sofia	Betzayda	Promedio	Reyna	Kriscia	Sofia	Betzayda	Promedio
Crear una app para el diseño de camisas por los usuarios	8.00	8.50	8.00	7.00	7.88	8.00	7.00	8.00	7.00	7.50
Crear una pagina web para seleccionar diseños	9.00	10.00	8.00	10.00	9.25	9.00	9.50	9.00	10.00	9.38
Asesoría virtual de diseños de camisas previo a la impresión de su estampado	7.00	7.00	8.00	10.00	8.00	7.00	7.00	6.00	10.00	7.50
Contratar una persona capaz de plasmar en dibujo las especificaciones deseadas por las personas	10.00	8.00	9.00	8.00	8.75	9.00	8.50	9.00	8.00	8.63
realizar un Taller de arte en camisetas	10.00	9.00	10.00	10.00	9.75	9.00	8.50	10.00	10.00	9.38
crear una pagina web mixer de diseños	8.00	9.00	7.00	10.00	8.50	8.50	9.00	7.00	9.00	8.38
Creacion de catalogo con los materiales a disponer para la creacion de camisas	9.50	7.00	8.00	10.00	8.63	10.00	9.00	10.00	10.00	9.75
Servicio de captacion de ideas para la ayuda de produccion de arte	8.50	8.00	9.00	8.00	8.38	7.50	7.00	8.00	8.00	7.63
la Ruleta del diseño (el usuario pone los temas sobre el diseño que quiere y el tema seleccionado es el que tendra que ocupar para su diseño)	7.00	9.00	6.00	9.00	7.75	6.00	8.00	5.00	8.00	6.75
virtualizacion del diseño (el cliente puede tomarle una foto a su diseño en fisico para despues poder adaptarlo al formato requerido para la impresión en camisas)	8.50	8.00	9.00	10.00	8.88	10.00	7.00	10.00	9.00	9.00

Para la selección de la idea se evaluaron los promedios finales de cada una de las ideas, ahí es cuando se seleccionó aquella que poseía el mayor porcentaje de éxito y de factibilidad, el cual es el crear una página web para seleccionar diseños.

(ANEXO 3)

La página web ya es en sí una innovación tecnológica, la diferencia que se quiere lograr es que la página web tendrá un concepto sencillo, fácil de entender, además poseerá varias opciones en las cuales los clientes podrán diseñar sus propias camisetas, así como un banco de imágenes predeterminadas para acomodarlas dentro de la plantilla de una camiseta, como el poseer la opción de virtualización de diseños que consiste en que el cliente podrá tomarle una foto a la imagen que posee en físico y poder convertirla en un diseño para una camiseta.

PowerBI con los gráficos, dashboard y datos

Para la ejecución del ejercicio con Power BI, se colaboró con la empresa Sakura El Salvador **(ANEXO 4)**, el cual brindó toda la información necesaria para crear una base de datos a utilizar para lograr obtener gráficos interactivos y visualmente llamativos con los cuales se puede realizar de manera simple una toma de decisión sobre las acciones a realizar en un futuro, además de realizar proyecciones sobre las ventas realizadas.

(ANEXO 5)

C. Fundamentación teórica

- Design Thinking

El Design Thinking es una metodología de innovación el cual está enfocado en conocer los procesos de compra o hitos que tienen las personas, por medio de conocer las experiencias cognitivas de forma constante para detectar necesidades y a partir de ello aplicar nuevas percepciones a los clientes.

Está conformado de 5 etapas, las cuales son:

1. Empatizar
2. Definir
3. Idear
4. Prototipar
5. Probar

Es la base fundamental en la cual está cimentado el proyecto de investigación enfocadas en el marketing y e-commerce a empresas dedicadas a la impresión de camisetas personalizadas en la zona metropolitana de San Salvador, que podría potenciarse de forma de replicar la idea de negocio que World Stan va a desarrollar utilizando diferentes herramientas del marketing digital.

- Información de la tecnología que utilizarán:

World Stan utilizará diferentes herramientas para conocer como el e-commerce beneficiará a la comercialización de forma innovadora el negocio de las camisetas personalizadas, con el fin de presentar avances que ahora en día las empresas necesitan para potenciar sus negocios.

Primero es importante definir que es una página web; una página web o página electrónica es aquella que está compuesta por elementos multimediatícos, quiere decir que pueden incluir videos, imágenes, audios, etc.; y se puede acceder a ella a través de un navegador web y una conexión a internet.

Expuesto lo anterior se utilizará una página web que contenga toda la información necesaria para dar a conocer World Stan, además de poseer las opciones de crear una camiseta personalizada o el de optar por adquirir una de las ya existentes.

Otras de las herramientas por utilizar es la app Mockup Builder en la que se hizo el bosquejo de la página web con los diferentes pasos necesarios para que su pedido

sea totalmente entendible y se utilizará la extensión en línea Sumer en la cual poseerá el catálogo de todos los diseños existentes.

- **Power BI**

La inteligencia de negocios tiene muchas herramientas y en este momento la herramienta más utilizada es el Power BI (Business Intelligence), es el que aporta a transformar toda la información en conocimiento, para así mejorar procesos en toma de decisiones en las empresas de forma visual e interactiva, además permite organizar gráficas, informes, medidores de desempeño de forma más segura y dinámica; ya que por ser extensión de los demás programas de office, logra analizar datos de una variedad de fuentes, a través de una interfaz fácil de usar.

Power BI reúne los datos y los procesa, convirtiéndolos en información inteligible, a menudo utilizando gráficos y tablas visualmente convincentes y fáciles de procesar.

Power BI tiene una opción basada en la nube, por lo que los usuarios obtienen capacidades de inteligencia de vanguardia, algoritmos potentes que se actualizan periódicamente, además las potentes capacidades de personalización permiten a los usuarios crear paneles de control para que puedan acceder a los datos que necesitan rápidamente.

Las alertas se pueden configurar en KPI para mantener a los usuarios actualizados métricas y mediciones importantes.

Power BI se basa en Microsoft Excel, y como tal, la curva de aprendizaje de Excel a Power BI no es tan pronunciada; cualquiera que pueda usar Excel puede usar Power BI, pero este último es mucho más poderoso que la hoja de cálculo.²

Power Bi en World Stan Ejemplificando la empresa de venta de camisetas Sakura

² 5 minutos para saber más sobre Microsoft Power BI. (s/f). Ibermatica365.com. Recuperado el 3 de junio de 2022, de <https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/>

- Permite gestionar Base de datos de información de pedidos de camisetas donde las funciones integradas de aprendizaje automático pueden analizar datos y ayudar a detectar tendencias valiosas y hacer predicciones informadas.
- La información se puede visualizar mediante plantillas y entender mejor sus datos
- Power BI tiene una interfaz intuitiva que hizo mucho más fácil de usar y fácil de navegar que las hojas de cálculo complejas de la base de datos utilizada.
- Power BI garantiza que los datos estén seguros, ofreciendo controles de accesibilidad tanto interna como externa.

- **Blockchain**

Se conoce como registro de transacción cronológico por medio del hash que es un algoritmo matemático donde transforma bloques a datos en serie con longitud fija que registra procesos en forma de cadena de bloques de la cripto moneda.

El blockchain al ser un algoritmo público y privada virtual necesita poseer esa seguridad de información con el fin de independizar cualquier movimiento de cualquier institución o entidad.

Conociendo que lo esencial de las cadenas de valor son las transacciones estas deben aprender a distinguirse, por medio de un software con características lo cual se logra por medio de la red descentralizada de desarrollo de tokens virtuales, denominados Nodos (ordenadores, tablets) de información descentralizado donde es esencial que información sea recolectada de la siguiente forma que es lo central del blockchain:

- Su transacción.
- Dirección de destino.
- Cantidad.
- Firma digital

Cualidades del blockchain

Teniendo en cuenta la agilidad en donde se valida un bloque y este se encarga de dar copia en forma de cadena, que ayuda a una seguridad de transacción para los usuarios.

Sus tres principales cualidades son:

- Irrefutable
- irrevocable
- distribuidos.

Evolución de la Tecnología de Blockchain

La tecnología de las cadenas de bloques ha venido transformándose desde el siglo XX; donde usualmente el calendario se iba actualizando cada 10 años, que permitía ir recabando información sobre la forma de operar en el desarrollo de las criptomonedas y emergencia de la siguiente forma:

AÑOS 70 - Desarrollo de las Placas Impresas (revolución del ordenador y placa madre.)

AÑOS 80 - Desarrollo de Computadores, laptops de forma personal (masivamente.)

AÑOS 90 - Internet llegando a su auge a nivel global.

AÑOS 00 - Desarrollo de Redes sociales, smartphones inician su era ya cimentada.

2016 - Cambio de Paradigma abriendo paso a la revolución en tecnología del blockchain.

¿Cómo se operan?

Para entender mejor toda la evolución y forma de operar se debe entender que el Blockchain es el registro contable donde se anotan todas las transacciones en tiempo de 10 minutos, se hace copia y agregan bloques, similar a un Libro Mayor: El cual recoge operaciones contables en orden cronológico de todos los softwares. Fungiendo como base de datos de todas las transacciones de entrada y salida que se decodificaron por medio de los Hash.

Los Nodos son muchos ordenadores (laptops, Tablet, celulares) que guardan copias, estas reciben el nombre de Bitcoins y tienen la ventaja de ser descentralizadas.

De la siguiente forma:

1. Entran los datos para codificarse al hash.
2. Se replican las cadenas de valor a través de Nodos.
3. Se distribuyen a la red y cada uno posee una copia.

Para esto se utiliza un protocolo de software informático que ayude a comunicar las redes entre sí y éstas dicten las reglas del comportamiento y que la red pueda verificarlo y queda registrado la autoría, destinatario de a quien se le envía.

Básicamente cuando llega la transacción está construye un bloque, este se hace nodos que resuelve un reto matemático y el primero que lo haga va a lograr que forme parte de la blockchain (cadena de valor) y esta procede a validar, los demás son descartados y el ganador recibe recompensa del Bitcoin.

Haciendo que se valide el bloque y se da copia a cada red, los nodos tienen la copia de cada cadena de valores.

Ciencias Económicas e Innovaciones Enfocadas en Blockchain

- Contabilidad

Como sistema de información contable de APPS de mercado de capital en el área de contratos de cadena de suministros, Sistema de Triple entrada para beneficios lo cual hace confiable y oportuno en tiempo real.

Son los mecanismos complejos que impiden su manipulación.

- Mercado de Capitales:

Mejora la administración de transacciones, reduciendo costos.

Son sistemas complejos y con usuarios intermediarios sistemas lentos agilizan procesos, dan seguridad, competitividad.

Tipos de Redes

- Centralizada: Un equipo
- Descentralizada: Varios Equipos
- Distribuidora: Todos conectados a la red como mineros que se encargan de guardar la información que el nodo soporte.

Nuevas Apps de Tecnología del Blockchain

Bitcoin: Es que no necesita intermediarios por ser descentralizado, usados en Propiedad industrial / Intelectual, Remesas, Registro de Personas, Contratos Inteligentes.

Los contratos: Estos son de forma autónoma e inmediata por medio de uso de lenguaje de programación, independencia de unidades y elimina la burocracia.

Criptografía: Elemento principal de esta tecnología que permite el flujo descentralizado y automatizado, por lenguaje de programación, difícil de ser modificado a no ser que haya consenso.

Tasabilidad. Donde se reconstruyen procesos históricos del producto y destino permitiendo que los datos sean auditados sin ser alterados.

(Bartolomeo, 2021)

Blockchain y World Stan.

Luego de conocer la funcionalidad de Blockchain y con los nuevos avances tecnológicos y en el e-commerce de El Salvador se puede proyectar que a futuro Blockchains permitirá el acceso a todos los aspectos como:

La cadena de suministros:

En primer lugar, World Stan se basa en la idea de un trato eficaz y personalizado entre el cliente, entonces esto torna a que el proceso sea fácil de usar y confiable, con costos reducidos.

Blockchain, con su poder de transparencia, puede hacer más de lo que imagina. Esta es la era de las tecnologías inteligentes y todos los consumidores, minoristas, proveedores y fabricantes quieren transparencia en sus productos.

Un consumidor de hoy quiere conocer la historia de los productos y quiere asegurar su autenticidad.

Las marcas se enfrentan cada vez más al auge del “consumidor consciente”, que cuestiona la huella medioambiental de los textiles, las prendas de vestir.

Explorando las condiciones sociales en las fábricas y reclamando una mayor transparencia y sostenibilidad. De hecho, las prácticas opacas y poco éticas conllevan riesgos de reputación sustanciales, con el potencial de afectar la rentabilidad corporativa, el valor de la marca y las capacidades operativas.

Las tecnologías avanzadas, como blockchain, inteligencia artificial e Internet de las cosas (IoT), brindan la oportunidad de aumentar la trazabilidad y la sostenibilidad mediante la creación de una fuente común de información verificable sobre

transacciones, accesible para todas las partes de las cadenas de suministro, independientemente de su ubicación, siempre que tengan acceso a Internet.

Con esta revolución en la industria de la confección, las cadenas de bloques ya han sido reconocidas como la "próxima gran novedad". Muchas marcas ya han comenzado a adoptar esta tecnología y la han adoptado en sus etapas iniciales en países avanzados.

Las empresas de indumentaria pueden comunicarse de forma segura con los consumidores sobre la historia completa del producto para cada artículo.

La tecnología Blockchain transformará previsiblemente el avance tecnológico de las cadenas de suministro en la industria de la moda.

Por lo cual en su relación con lo que proyecta a realizar World Stan se verá influenciada por Mediante el uso de redes de cadenas de bloques

Blockchain ayudará a eliminar el error humano, lo que a su vez minimizará los retrasos y reducirá los costos.

Protección de Propiedad Intelectual:

Como World Stan pretende potenciar ese ganar-ganar entre los diseñadores y la empresa, entonces es importante el cuidado de la propiedad intelectual, así se identificó que usando blockchain los diseñadores pueden proteger sus marcas contra la falsificación. Para cada artículo de moda, su origen y propiedad se pueden rastrear hasta su origen. Los productos falsificados o las réplicas no tendrán una cadena auténtica de registros y, por lo tanto, pueden eliminarse fácilmente.

- Metaverso

Denominado como Concepto de Espacio Virtual

El metaverso apareció hace décadas en el libro Snow Crash, una historia de ciencia ficción escrita por Neal Stephenson, y que luego fue llevada al cine.

La palabra "metaverso" es un acrónimo compuesto por 'meta', que proviene del griego y significa "después" o "más allá", mientras que 'verso' hace referencia a "universo", por lo que hablamos de un universo que está más allá del que

conocemos actualmente. En este caso es un nuevo ecosistema virtual y tridimensional (3D) en el que los usuarios pueden interactuar entre ellos, trabajar, jugar, estudiar, realizar transacciones económicas, entre muchas otras posibilidades. Todo ello de forma descentralizada.

¿Cómo se logra esa interacción? pues el metaverso en sí es un espacio virtual tridimensional donde las personas pueden interactuar entre ellas por medio de avatares, en un multiverso las personas pueden interactuar de todas las formas posibles, así como en el mundo real, pero en un espacio virtual que no posee limitaciones ni físicas ni económicas.

Actualmente el metaverso utiliza una herramienta denominada gafas de realidad virtual ya que son las que conectan y crean un mundo semi real y semi virtual, estas gafas permiten el visualizar elementos de forma 3D, los principales usuarios hoy en día son los gamers o aquellas personas que pueden costearlo.

Facebook es la primera compañía en confiar que el metaverso es un nuevo mundo de ensueño en la cual, todo puede ser posible dentro de ella, por lo que cambió su nombre a META en honor al metaverso, ya que cree que en futuro todos podremos estar conectados en forma 3D en cualquier parte del mundo.

Se ha visto que la tecnología va avanzando cada vez más, los procesos se hacen cada vez más fáciles, las formas de comunicación son cada vez más amplias, por lo que el metaverso propuesto por el creador de Facebook Mark Zuckerberg propone cambios sociales que van más allá del entretenimiento o el desarrollo de la tecnología, sino que considera cambios en el estilo de vida de las personas, en la forma de trabajo, en la educación y en la forma de hacer negocios.

D. Diseño de la propuesta.

- Diseño de prototipo

El mundo del comercio electrónico está en constante expansión y eso da como resultado una cantidad increíble de nuevas opciones de software y aplicaciones para mejorar su tienda en línea.

Bajo la idea de potenciar el E-Commerce a nivel nacional y dándole este enfoque tecnológico de la mano con el plan Business to Customer, se propuso iniciar el

prototipo de World Stan acompañado de influencias de empresas que son un éxito a nivel Global.

Reconociendo que el prototipo es una muestra de lo que podría llegar a ser el servicio o producto a ofrecer, con el prototipo se pueden llegar a identificar todos los puntos débiles y fuertes del servicio o producto y darle una mejora, por eso se visualizó a implementar.

World Stan propuso como prototipo el desarrollo tecnológico de una Página Web, por medio de una plataforma que sea totalmente interactiva, retomando el uso de Benchmarking de la Empresa de diseño y logística Printful.

Printful es un servicio de impresión bajo demanda y una aplicación en línea que se integra con su tienda en línea para entregar productos impresos a los clientes. También sirve como una forma de diseñar e imprimir su propia mercancía para artículos de marca de la empresa.

Como explicación más detallada, Printful funciona brindándole una plataforma de diseño completa para crear productos como ropa, accesorios y artículos para el hogar. Por lo tanto, Printful es técnicamente una combinación de un servicio de impresión bajo demanda y un servicio de envío directo, ya que el almacenamiento, el embalaje y el envío se completan por Printful.

Para un mejor desarrollo del diseño se visualizó por medio de la aplicación Mockup Builder se hizo el bosquejo de la página web con los diferentes pasos necesarios para que su pedido sea totalmente entendible y las personas puedan navegar interactivamente, conocer catálogos por la extensión de la App Sumer donde permitirán ver los diseños de la base de datos.

(ANEXO 6)

Dentro de la página web se pueden cargar los diseños de artistas aficionados que deseen dar a conocer sus dibujos artísticos en las camisetas, los diseños bajo licencia, la cual serán tramitadas para poder operar con imágenes de películas como Disney, Warner, etc.

Así como los Métodos de Pago, la garantía de los productos, Proceso de envío, promociones, videos testimoniales de usuarios, presencia en redes sociales, atrayendo esa comunidad de fans o empresas que necesiten estampar su logo o arte con nosotros.

Con el fin de potenciar una página web que permita al usuario sentirse cómodo y recibir su pedido bajo los lineamientos.

- **Presentación de prototipo**

Nombre del prototipo:	
Nombre	Pagina web
Descripción	Capacidad de creacion de camisas personalizadas en linea a traves de la pagina web, explorar catalogos y diseños disponibles, digitalizacion de las plantillas de los diseños solicitados para la aprobacion de estos
Esquema, diseño	Printful, plano de previsualizacion de una camisa personalizada
Elementos clave	Banco de imagenes, videos promocionales, suscripciones para crear una base de datos
Costos de hacer el prototipo	Sitios web con licencia libre
Dificultades de producir el prototipo	Dificultad para comprender el sitio web por utilizar, no contar con todos los elementos necesarios para la creación del prototipo
Aspectos legales	Derecho de autor de banco de imágenes, adquisición de dominio de pagina web, aviso de cookies, esclarecer los términos y condiciones vinculados a los consumidores y usuarios para la defensa de los consumidores
Aspectos en contra del prototipo	La previsualización no este muy apegado al diseño esperado.

- **Evaluación de prototipo**

Para la evaluación o Testing del prototipo se decidió realizar lo que es una encuesta en la cual las 4 personas que formaron parte de la evaluación del prototipo fueron mujeres y hombres entre los 18 a 28 años de edad, estudiantes de bachillerato y estudiantes universitarios, residentes del área metropolitana de San Salvador.

A continuación, se presentan las preguntas realizadas:

- ¿Al observar todas las opciones que posee la página web, usted al momento de realizar un pedido la utilizaría?
- ¿Recomendaría la página web a sus familiares y amigos?
- Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO, ¿por qué no la recomendaría?
- ¿Te gustó que hayamos incluido la historia de la marca en la página web? y ¿Por qué?
- ¿Cambiarías algo de la estructura del menú que componen la página web?

- ¿La paleta de colores seleccionados te parecieron los adecuados?
- ¿Considera usted un beneficio que la página web tenga herramientas Pop?
- ¿Considera que es una página intuitiva que le facilitará el hacer un pedido en línea?
- ¿Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO, porque cree que no le facilita el realizar un pedido? y ¿Por qué?
- ¿Te parece innovador que la página web tenga extensiones para presentar sus catálogos y formas de pago?
- ¿Crees necesaria la creación de un video interactivo para usuarios inexpertos?
- Qué recomendarías para que la tienda virtual y página web pueda ser mejorada.

(ANEXO 7)

- Mapa de valor (Mapa De Valor De Porter)

Infraestructura de la empresa:

- Financiamiento para licencias de página web.
- Financiamiento para abrir una empresa virtual.
- Préstamo para licencias de banco de imágenes.
- Control de Producción de Camisas.
- Cartera de productos.

Administración de recursos humanos:

- Reclutamiento de personal capacitado en sublimación.
- Remuneración para diseños de clientes.
- Clima laboral.

Desarrollo tecnológico:

- Capacidad tecnológica de innovación de e-commerce
- diseño y catalogo en línea de productos (SUMMER)
- Investigación del mercado (benchmarking)
- Servicio personalizado virtual / WHATSAPP

Compras abastecimiento:

- Socios comerciales Sakura
- Proveedores Mr. Tshirt
- Maquinaria para sublimar camisas.

Logística de entrada:

- Recepción y Almacenamiento de camisas.
- Acceso a base de datos de clientes
- Community Manager.
- Almacenamiento de tinta para sublimar camisas.

Operaciones Montaje:

- Gestión de puntos de venta online emarketing (Community Manager)
- Producción de camisas.
- Máquinas.

Logística de salida:

- Inventario general.
- Despacho de pedidos de camisetas
- Informe de ventas mensuales de movimiento de camisas (movimiento de inventario)

Marketing y ventas:

- Estrategia de comunicaciones en plataforma de WIX y Sumer.
- Redes sociales, publicidad, promociones.

Servicio post venta:

- Suscripciones
- Fidelización del Cliente
- Garantías
- Valor de producto por temporadas

(ANEXO 8)

- Matriz de feedback

Partiendo de las respuestas de la encuesta es como se logró realizar la matriz de feedback, esta se compone de 4 elementos que ayuda a identificar todos aquellos aspectos aceptados por los encuestados, como todos aquellos por mejorar, a continuación, se presentan algunos de los resultados:

Cosas que agradan al usuario

- Que la página web es bastante llamativa y muy prometedora.
- Les agrado el diseño de la página web ya que la consideraban agradable a la vista

- La paleta de colores justa para el tipo de negocio
- Las imágenes seleccionadas fueron las idóneas
- Le encanto que, aunque se usó WIX, se logró hacer la percepción como que si era un dominio fuerte
- La idea de los videos tutoriales para conocer los pasos para hacer pedidos

Críticas constructivas

- Utilizar PayPal como método de pago debido a la credibilidad de que se pondrán número de tarjeta entonces no se puede poner en cualquier plataforma
- Se recomendó que a la hora que se genere lo que el diseño se pueda, hacer una cotización del precio a pagar por el diseño, para que así el cliente pueda tener una idea sobre lo que se va a cancelar
- Fijar el logo ya que se puede modificar según el tipo de pantalla de la computadora del usuario, por lo que es recomendable anclar ciertos elementos.
- Colocar letras más pequeñas
- Colocar imágenes propias como el diseño caricaturesco para hacer énfasis en diseños personalizados.
- En la pestaña del catálogo abajo de la imagen ponerle la indicación de seleccionar la imagen para ver el catálogo

Preguntas que surgieron en el proceso

- Si se mantuvo el diseño del prototipo inicial
- Si había planes de montar el negocio o vender la idea de negocio (agregar una de las recomendaciones que los usuarios informaron es vender como servicio a emprendedores)

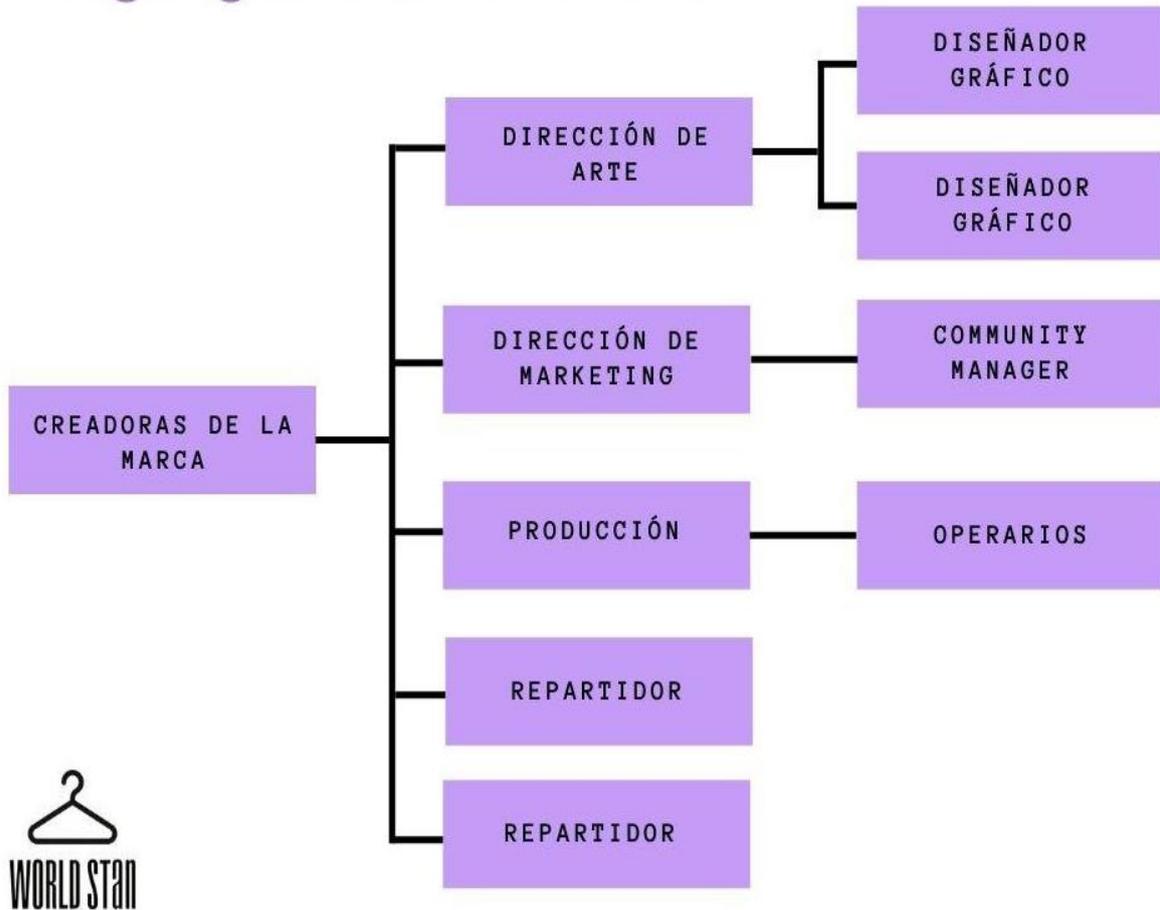
Nuevas ideas que han surgido

- Número de WhatsApp activo (no solo el automático de la página web debido a que el usuario necesita rapidez de respuesta).
- Que si se colocan herramientas pop ups deben ser enfocadas únicamente si son para potenciar la comercialización de los productos y es información relevante.
- Potenciar presencia en redes con colaboradores actuales. **(ANEXO 9)**

E. Proceso de implementación.

1. Organización para la ejecución.

Organigrama de World Stan



Cuadro del personal y el sueldo asignado a cada uno:

Personal	Sueldos asignados	Total
Diseñador gráfico	\$400	\$800
Community manager	\$550	\$550
Repartidores	\$365	\$730
Operario	\$400	\$400

2. Metodología y estrategias

- **Proyectos ágiles**

Es la gestión ágil que llega a un resultado mediante aproximaciones sucesivas de proyectos de desarrollo de software que se basa en realizar entregas de forma continua para así lograr hacer y realizar feedback con el cliente.

Los equipos de software que aplican las metodologías ágiles en la gestión de proyectos aumentan su velocidad de desarrollo, expanden la colaboración y fomentan la capacidad de responder mejor a las tendencias del mercado.

- **Kanban:**

Kanban es un sistema de Metodologías Ágiles; este método se utiliza para asegurar la organización, productividad y eficiencia de los procesos, aunque también se puede aplicar a los departamentos en sí mismos.

Se basa en el trabajo en equipo y en el flujo de tareas permanente, como en Scrum, las tareas tienen una fecha límite, pero no es tan estricta, sino que ofrece cierta flexibilidad.

Kanban basa su funcionamiento, como veremos, en tableros o pizarras en los que colocamos las tareas a realizar apuntadas en varios papeles. Esta metodología busca potenciar la visualización de tareas de forma rápida y sencilla para ahorrar tiempo en la planificación.

Es una herramienta que permite optimizar, conocer y previsualizar su flujo de trabajo y así darle paso a una acción usualmente apoyados de tableros hasta llegar a sus diferentes etapas y finalizar el proceso, fundamentado en ser trabajo en equipo que permite libertad como forma de extracción de las actividades a realizar por indicaciones visuales y así decidir si dar seguimiento o no.³

- **Trello:**

Trello es un software de gestión de proyectos en línea que trabaja bajo la metodología Kanban y sirve para organizar, coordinar y gestionar el trabajo en

³ Atlassian. (s. f.). *Da tus primeros pasos en la gestión ágil de proyectos.* <https://www.atlassian.com/es/agile/project-management>

grupos de forma colaborativa mediante tableros virtuales compuestos de listas de tareas en forma de columnas. Trello posee una interfaz fácil y simple de utilizar, debido a eso algunas personas lo utilizan de forma profesional o personal, ya que en esta aplicación se pueden llevar a cabo proyectos o tareas de forma sencilla, ágil y rápida.

Actividades realizadas por World Stan presentado en Trello (**VER ANEXO 10**)⁴

La herramienta de trello se utilizó para plasmar el proceso de investigación de innovación por medio de tablas donde están organizadas las actividades ya hechas y las que se deben realizar para finalizar el proceso de manera efectiva representado de la siguiente forma:

Actividades Hechas o Realizadas

Dentro del tablero de las actividades hechas o realizadas se visualiza lo que es el brainstorming, a través de dicha actividad es como se logró descubrir todas las ideas posibles de innovación a las que se podrá optar, y por consiguiente llegar a la toma de decisión de cual utilizar, una vez seleccionada la idea se pasó a la creación del prototipo y a través de la evaluación de esta es como se obtuvo la matriz de feedback.

Actividades en Proceso

En este tablero se logra visualizar que aún está en proceso realizar todas las correcciones del informe final.

Para finalizar, las actividades por realizar son todas aquellas que se realizarán al finalizar de la investigación sobre las observaciones, recomendaciones y conclusiones obtenidas.

⁴ La presentación grafica de Trello se encuentra como imagen en el anexo 10, en caso de que se quiera ingresar a la aplicación y visualizar los resultados, ingresar al link: <https://trello.com/b/dQMXDSQ1/world-stan>

3. Monitoreo y evaluación

En este apartado se presentarán los KPIs para evaluar el rendimiento de la innovación y así identificar aspectos de mejora.

- **Objetivos financieros**
 - Beneficio Neto
 - Retorno de inversión (ROI)
 - Número de cotizaciones / pedidos mensuales
 - Beneficio Bruto
 - Capital de trabajo

- **Satisfacción del cliente**
 - Tiempo de respuesta inicial
 - Net promoter score
 - Número de quejas recibidas
 - Número de comentarios positivos recibidos

- **Objetivos internos**
 - Maximizar la eficiencia del empleado
 - Número de diseños creados por mes
 - Tiempo de ciclo para completar un pedido
 - Nivel de tiempo de inactividad

- **Crecimiento**
 - Visitas por canal
 - Porcentaje de Clics en la página web
 - Tráfico de las redes sociales
 - Promedio anual de ventas por cliente

Cuadro de comandos de KPIs

Objetivos financieros		Objetivo	Actual	Por alcanzar
	Beneficio Neto	20%	0%	0%
	Retorno de inversión (ROI)	40%	0%	0%
	Número de cotizaciones / pedidos mensuales	200	0%	0%
	Beneficio Bruto	10%	0%	0%
	Capital de trabajo	10%	0%	0%

Crecimiento		Objetivo	Actual	Por alcanzar
	Visitas por canal	80	0	0
	Porcentaje de clics en la página web	20%	0%	0%
	Trafico de las redes sociales	110	0	0
	Promedios anual de ventas por cliente	30%	0%	0%

Satisfacción del cliente		Objetivo	Actual	Por alcanzar
	Tiempo de respuesta inicial	15mins.	0 min.	0 min.
	Net promoter score	100%	0%	0%
	Número de quejas recibidas	2	0	0
	Número de comentarios positivos recibidos	15	0	0

Objetivos internos		Objetivo	Actual	Por alcanzar
	Maximizar la eficiencia del empleado	100%	0%	0%
	Numero de diseños nuevos creados por mes	15	0	0
	Tiempo de ciclo para completar un pedido	6hrs.	0hrs	0hrs
	Nivel de tiempo de inactividad	3hrs.	0hrs	0hrs

56

4. Recursos y presupuesto

- Personal:

- Diseñador gráfico:

Su función principal es el de crear todos los diseños planteados o cotizados por los clientes además de innovar regularmente el catálogo de los diseños disponibles de la marca.

Otra de sus funciones es ser el encargado de ajustar todos los diseños creados, a través de la página web, por los clientes para lograr una mejor calidad de impresión.

- Community manager:

Su principal función es de actualizar y revisar todos los canales de comunicación de la marca además de administrar y gestionar redes sociales y así comunicarse con su público objetivo creando la imagen que la marca desea proyectar manteniendo relaciones con su público.

⁵ Medina, R. K. (2021, 15 marzo). *66 ejemplos de KPIs para medir el rendimiento de tu empresa*. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/66-ejemplos-de-kpis-para-medir-el-rendimiento-de-tu-empresa/>

⁶ Velázquez, A. (2021, 9 julio). *¿Cuáles son los KPIs de servicio al cliente más efectivos?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/kpis-de-servicio-al-cliente/>

- Repartidores:

Son los encargados de entregar todos los pedidos al cliente con un margen de tiempo aceptable; además velará por que la mercancía llegue en condiciones óptimas.

- Operarios:

Es el encargado directo del proceso de producción ya que además de manejar las máquinas de estampados de camisetas, es el que supervisará todo el proceso de producción. Realizará controles básicos de calidad y pruebas para proceder a hacer la entrega del pedido.

- Infraestructura:

La marca trabajará en modalidad de Dark Store o “tienda oscura” ya que es una marca dedicada en su totalidad a la venta en línea (e-commerce), por lo cual no se poseerá una tienda en físico.

- Capacitaciones:

Onboarding: para este proceso es importante brindarle al nuevo integrante toda la información sobre la empresa, también es necesario brindarle al nuevo empleado todos los recursos que utilizará para iniciar sus labores, además debe de sentirse familiarizado con su zona de trabajo, el equipo con el que trabaja y sobre todo con los lineamientos a cumplir para desempeñar en el puesto que está aplicando.

- Insumos:

Los insumos por utilizar para el funcionamiento de la marca son:

- El SEO (Search Engine Optimization)
- SEM (Search Engine Marketing)
- Banco de imágenes
- Programas de Diseño
- materia prima: camisetas, la máquina de estampados, la tinta, el papel especial para imprimir, computadoras con programas de diseño.

Presupuesto:

Recurso	Descripción	Pago Inicial
CMS (Sistema de Gestión de Contenidos) ⁷	WIX	\$12.50
Dominio	WIX	\$0,00
Hosting	WIX	\$0,00
Diseño	Diseñador Gráfico	\$400,00
Marketing Digital	Seo, SEM, Email-Marketing, RR.SS (redes sociales)	\$550
Materia prima	Camisetas	\$4.00 uni.
	Tinta	\$8.00 c/u
	Papel de transferencia térmica	\$35.00
	Máquina de estampados o pulpo	\$6,655.00
	Licencias Adobe	\$61.96
Producción	Operarios	\$400.00
Almacén y logística	Repartidores	\$365
Total		\$1.315,00

CAPÍTULO III. RESULTADOS ESPERADOS

A. Resultados de corto, mediano y largo plazo

Corto Plazo	<ul style="list-style-type: none">● Iniciar un mercado de ventas online● Gestionar la página web● Expandir el catálogo de diseños● Aumentar 10 puntos el puntaje de lealtad de los clientes
Mediano Plazo	<ul style="list-style-type: none">● Incrementar un 10% el retorno de Inversión● Aumentar el número de ventas finales por la marca en un mismo mes

⁷ La información sobre el CMS se puede encontrar en el sitio web del blog, *Qué es un CMS, características y cuáles son los más populares.* Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-cms-e-commerce/>

	<ul style="list-style-type: none"> ● Alcanzar 1 millón de usuarios en la comunidad en línea
Largo	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionarse en el Top of mind de los clientes ● Iniciar una serie de importaciones de productos. ● Franquiciar el modelo de negocio ● Alianzas con socios comerciales.

Narrados:

POWER BI:

Para el desarrollo del ejercicio de Power BI como primer paso se realizó la creación de una base de datos en colaboración con la empresa Sakura El Salvador, dicha base de datos posee lo que es la información de los clientes que realizaron pedidos en un periodo de enero a marzo, donde se describieron los datos a tomar en cuenta para registrar el pedido, como lo son:

Departamento al que se le estaría entregando el producto, la forma de cotización, tipo de diseño solicitado, cantidad de camisetas por adquirir, monto de venta, forma de pago y fecha en que se realizó el pedido.

Una vez ya estructurada la base de datos se utilizó la herramienta Power BI que se entiende que es Business Intelligence (inteligencia de negocios) para analizar los datos de una forma creativa visualmente y así ayudar en las tomas de decisiones sobre los aspectos a mejorar.

En el periodo de enero a marzo se hizo un recuento 54 clientes, brindando como resultado un monto de venta de \$11,830 dólares, además se identificó que la forma de cotización más usada con un 48,15% fue a través de Instagram, seguido de WhatsApp con 40,74% y de ultimo Facebook con 11,11%.

Prosiguiendo con la forma de pago, el 37,04% de las personas lo realizaron a través de transferencias bancarias, el 29,63% de las personas lo realiza con tarjetas y el 33,33% de las personas realizó el pago en efectivo.

Al analizar el recuento de los pedidos por departamentos se identificó que los 5 principales departamentos solicitantes son: San Salvador (12 pedidos), San miguel (6 pedidos), Cuscatlán (3 pedidos), La paz (3 pedidos) y Morazán (1 pedido).

Para el recuento de los diseños solicitados, se realizaron 32 diseños pertenecientes al catálogo de la empresa y se realizaron 22 diseños externos.

En la siguiente página se encuentra lo que son el recuento de los pedidos por fecha, aquí se puede identificar la cantidad exacta de pedidos realizados en un día específico del mes, por ejemplo: el 5 de enero se registraron 3 pedidos, el 7 de febrero se registraron 5 pedidos y el 23 de marzo se registraron 3 pedidos, etc.

(Anexo 15)

B. Plan de socialización de resultados

Merchandising

"Es el conjunto de técnicas encaminadas a poner los productos a disposición del consumidor, obteniendo una rentabilidad a la inversión hecha en el establecimiento".

Quiere decir que, siempre que haya venta al detalle, con objeto de obtener ciertos beneficios, existe el merchandising.

El merchandising digital sigue las líneas del merchandising tradicional, pero adaptándose a las plataformas digitales, de forma que los consumidores puedan realizar sus compras a través de tiendas online. De esta forma, se fomenta el aprovechamiento de todas las herramientas y nuevas tecnologías que tenemos a nuestra disposición para aumentar las probabilidades de compra.

El objetivo principal de la estrategia del merchandising digital es que la experiencia de compra sea un trámite positivo e inolvidable para el consumidor. De este modo será más fácil llegar hasta el objetivo final, las ventas. ¿Cómo se puede generar una buena experiencia de compra online? Creando puntos de venta que sean atractivos para los usuarios y optimizando la usabilidad del sitio web.

Estrategias aplicadas a World Stan:

Estrategia	Definición	Aplicado a World Stan
Microsegmentación	<p>Consiste en desarrollar acciones personalizadas para cada tipo de consumidor que visite el sitio, en función de sus intereses personales. Una información que cualquier herramienta de analítica web facilita. De este modo, la promoción que se le ofrece está mucho más ajustada a sus gustos.</p>	<p>Para lograr que todo cliente potencial se interese por la página web, se crearán diferentes secciones de las cuales cada una abarca una temática diferente, como lo son: música, películas, libros, anime, etc.; de esa forma cada una de las secciones poseerá diversos diseños y elementos que podrá utilizar para personalizar su camisa. Por ejemplo: dentro de la sección de música podrán encontrar diseños de los distintos estilos musicales como hip hop, k-pop, indie, baladas, etc.</p> <p>Con el fin de facilitar al cliente su búsqueda de interés.</p>
Focalizar las ventas en los productos novedosos y/o destacados	<p>Otra estrategia que mejora las ventas de una web es la de darle mayor relevancia a los artículos más recientes que se han publicado en la web. Si no contamos con nuevos productos de forma recurrente, se pueden utilizar</p>	<p>Estar a la vanguardia de aquellos diseños de temporada, tener esa presencia en las plataformas digitales que generen los algoritmos relacionados a actividades como estrenos de películas,</p>

	<p>productos destacados (top ventas, mejor valorados, etc.).</p>	<p>música, series, eventos corporativos que hagan aparecer por medio de las palabras claves y así brindar la oportunidad de estar en la mente de consumidor para realizar pedidos</p> <p>Así como también focalizar las ventas con esa relación empresa - cliente que genere un ganar-ganar ya que ellos pueden plasmar sus diseños y van a ser vistos entre nuestros catálogos y tendrán presencia e interacción de los usuarios en redes.</p> <p>Innovar en World Stan es algo primordial ahora en día ya que los usuarios valoran este servicio personalizado que satisfaga necesidades.</p>
<p>Adaptar tu e-commerce a las nuevas tendencias y al comportamiento del cliente:</p>	<p>Es uno de los más importantes, ya que, si tu tienda online está optimizada en cuanto a las tendencias actuales y a las preferencias del consumidor, aumentar tus ventas será mucho más sencillo.</p>	<p>Uno de los elementos más primordiales de World Stan es atraer a sus clientes por sus gustos a través de las tendencias actuales como por ejemplo en películas, series, música, etc.</p> <p>Para así ofrecer al usuario</p>

		<p>esa experiencia que no tendrá en otro lugar.</p> <p>Una de las actividades a realizar es un sorteo en el cual todas las personas que quieran participar podrán crear su propio diseño sobre la temática asignada y el diseño con más votaciones será galardonado con un cupón de \$25 dólares canjeables en World Stan y su diseño ser asignado como el Diseño del mes.</p>
--	--	--

CONCLUSIONES

- El negocio de las camisetas personalizadas a pesar de poseer un mercado amplio, uno de los factores imprescindibles que logran que una marca se mantenga a flote en la creatividad, además en la actualidad la utilización de ideas innovadoras enfocadas al e-commerce permite que las empresas puedan ofrecer sus productos al cliente de forma más inmediata y personalizada, logrando brindarle al usuario esa empatía; la empatía además es un factor que logra que una marca se posicione en el top of mind.
- La implementación de la metodología del Design thinking permitió identificar diversas ideas posibles que brinden soluciones con el fin de crear beneficio a usuarios finales ante la idea innovadora de hacer que estén implicados con el diseño de sus camisetas personalizadas.
- Durante el desarrollo del proyecto innovador se permitió conocer cómo las empresas se ven beneficiadas por el e-commerce ya que por diversas herramientas permiten que el consumidor esté al tanto de la empresa lo cual genera esa propuesta de valor que buscan muchos comercios ahora en día, la cual es la diferenciación entre la competencia.
- Se determinó que el marketing B2C dentro de la empresa World Stan lograra que el cliente se sienta más seguro al momento de tomar la decisión de compra debido a que una buena atención al cliente y los procesos de pago que se esperan implementar son factores que influyen a gran escala para así posicionarse en el top of mind.
- Al identificar los nichos en los cuales las camisetas personalizadas poseen un alto nivel de demanda, es como se realizaron las mejoras debidas a la página web para que los clientes potenciales puedan familiarizarse de mejor manera con esta.

RECOMENDACIONES

- aconsejar a los emprendedores que, para expandir la experiencia de compra en línea, debe de conocer su mercado meta para facilitarle a los clientes la decisión de compra.
- Iniciar una búsqueda de potenciales inversores en el área de comercio electrónico que apoyen a las empresas dedicadas a la personalización de camisetas.
- Incentivar a las empresas pequeñas o emprendedores a que se interesen por los nuevos métodos de comercialización en línea, para expandir su propuesta de valor y lograr diferenciarse de la competencia.
- Recomendar a los micro emprendedores el uso de herramientas que les permitirán conocer empresas modelos de su rubro y así realizar un comparativa que les genere beneficio como lo es el benchmarking.
- Estar pendiente todos los cambios y tendencias en patrones de consumo para así mejorar características de la página web para hacer a World Stan un modelo de negocio virtual favorable.

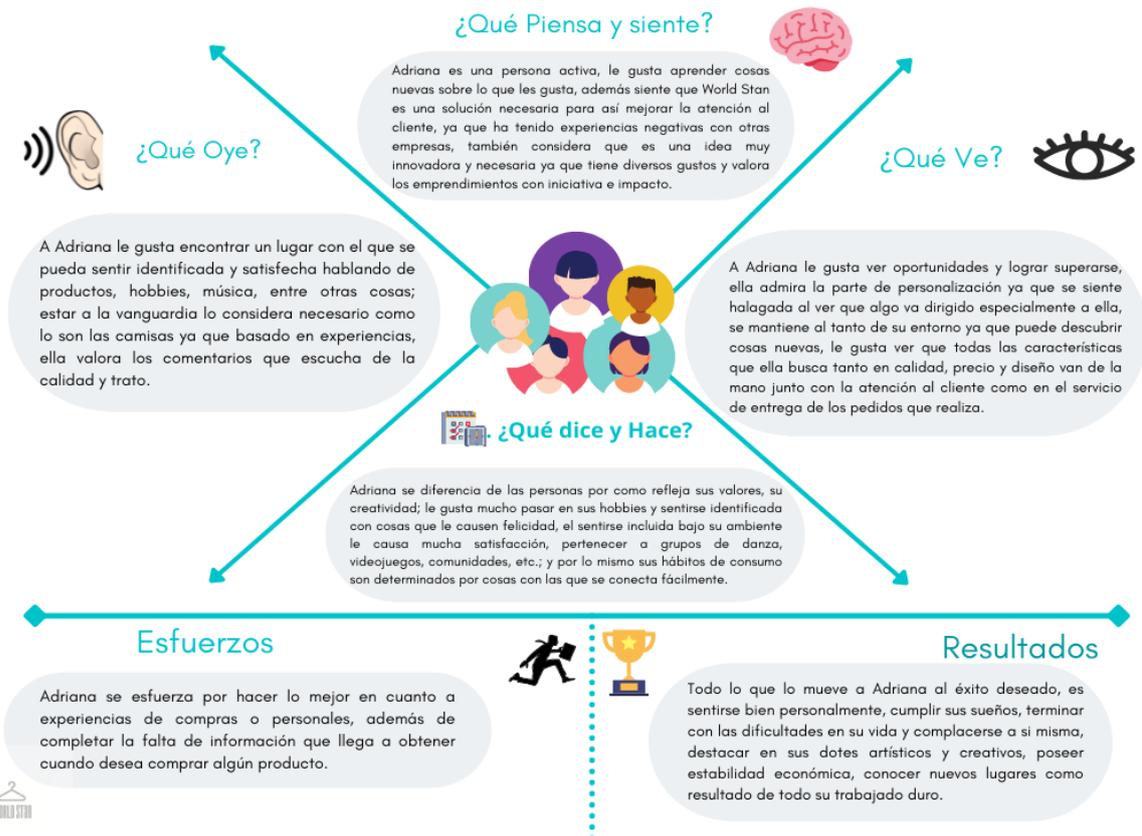
FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS

- Armero, M. (2021, 29 julio). *¿Qué es la pirámide de Maslow? La Mente es Maravillosa.* <https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow>
- Hernández, N. (2022, 23 marzo). *La reputación, la 'piedra filosofal' de las empresas para conectar con el público y apuntalar el negocio.* Forbes España. <https://forbes.es/empresas/146782/la-reputacion-la-piedra-filosofal-de-las-empresas-para-conectar-con-el-publico-y-apuntalar-el-negocio/>
- B. (2022, 16 abril). *¿Vender camisetas es rentable? | 10 ideas de negocio innovadoras.* MNR. <https://muchosnegociosrentables.com/vender-camisetas-es-rentable/>
- A. (2022a, abril 27). *▷ ¿Cómo vender una camisa? | Actualizado mayo 2022.* INXGEST. <https://inxgest.es/blog/como-vender-una-camisa/>
- *Página Web - Concepto, tipos y para qué sirve.* (s. f.). Concepto. <https://concepto.de/pagina-web/>
- *Qué es Power BI | Microsoft Power BI.* (s. f.). Power bi. Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://powerbi.microsoft.com/es-es/what-is-power-bi/>
- *5 minutos para saber más sobre Microsoft Power BI | Ibermatica365.* (2019, 27 junio). Power BI. <https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/#:%7E:text=Power%20BI%20re%C3%BAne%20los%20datos,est%C3%A1%20sucediendo%20en%20su%20negocio.>
- *INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN: SU IMPACTO EN LAS CIENCIAS ECONÓMICAS.* (11/11/21). https://www.cvirtualuees.edu.sv/pluginfile.php/1084741/mod_resource/content/1/7-Material%20didactico-%20BLOCKCHAIN%20adicional.pdf
- S. (2022c, febrero 18). *¿Qué es el metaverso y qué oportunidades ofrece? Meta verso.* <https://www.santander.com/es/stories/metaverso-todo-lo-que-necesitas-saber-para-aprovechar-el-nuevo-mundo#:%7E:text=La%20palabra%20%E2%80%9Cmetaverso%E2%80%9D%20es%20un,all%C3%A1%20del%20que%20conocemos%20actualment>
e.
- Atlassian. (s. f.). *Da tus primeros pasos en la gestión ágil de proyectos.* <https://www.atlassian.com/es/agile/project-management>

- D.T.A. (s. f.). *Tema 2 metodos agiles*. https://www.dtagency.tech/cursos/metodologias_gestion_proyectos/tema_2-ModeloAgile.pdf
- Muradas, Y. (2021, 8 septiembre). *Qué es Trello*. OpenWebinars.net. <https://openwebinars.net/blog/que-es-trello/>
- Medina, R. K. (2021, 15 marzo). *66 ejemplos de KPIs para medir el rendimiento de tu empresa*. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/66-ejemplos-de-kpis-para-medir-el-rendimiento-de-tu-empresa/>
- Velázquez, A. (2021, 9 julio). *¿Cuáles son los KPIs de servicio al cliente más efectivos?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/kpis-de-servicio-al-cliente/>
- Bello, E. (2021, 4 marzo). *Qué es un CMS, características y cuáles son los más populares*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-cms-e-commerce/>
- *Precios y planes de pago a Creative Cloud | Adobe Creative Cloud*. (s. f.). Adobe. <https://www.adobe.com/la/creativecloud/plans.html>
- Garcia, K. (2017, 3 julio). *Beneficios del visual merchandising*. Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://impulsapopular.com/marketing/beneficios-del-visual-merchandising/#:%7E:text=julio%203%2C%202017%20%7C%20Ventas&text=Es%20el%20conjunto%20de%20t%C3%A9cnicas,beneficios%20de%20aplicar%20esta%20t%C3%A9cnica.>
- Euroforum. (2019, 24 julio). *Merchandising digital: qué es y estrategias*. <https://www.euroforum.es/blog/merchandising-digital-que-es-y-estrategias/>

ANEXOS

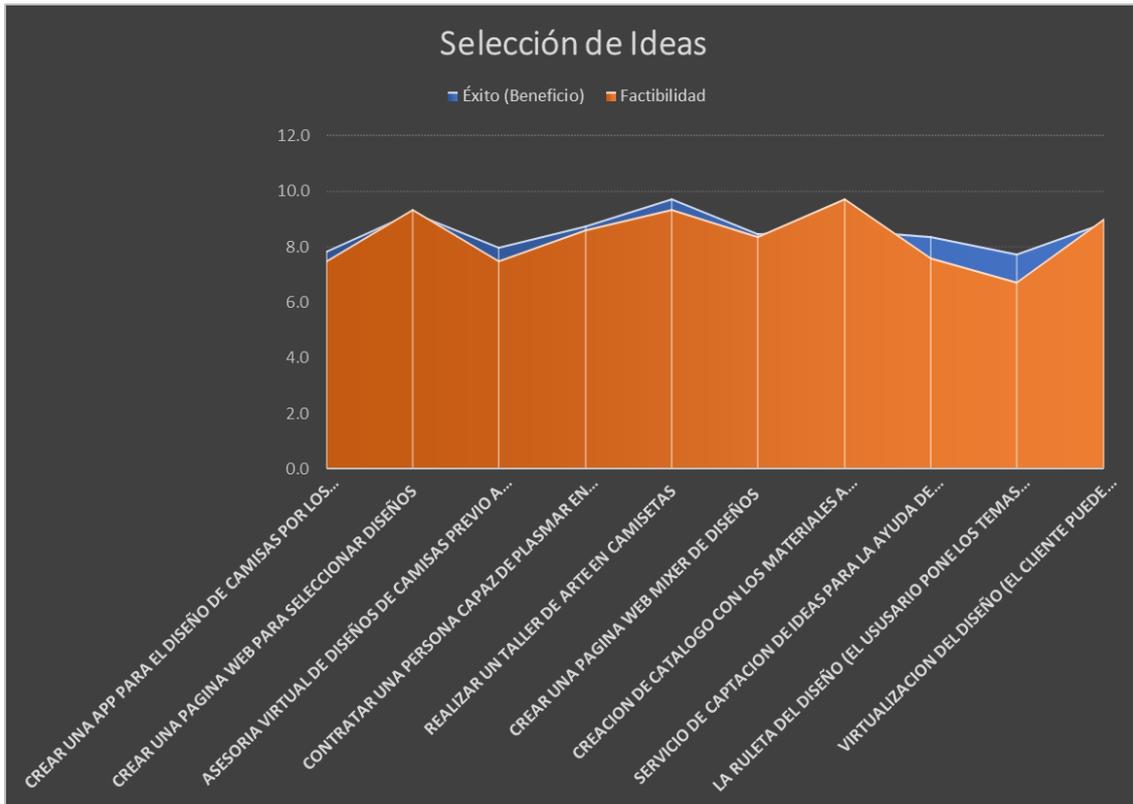
Anexo 1 - Mapa de empatía



Anexo 2 - Herramienta de Adentro y afuera



Anexo 3

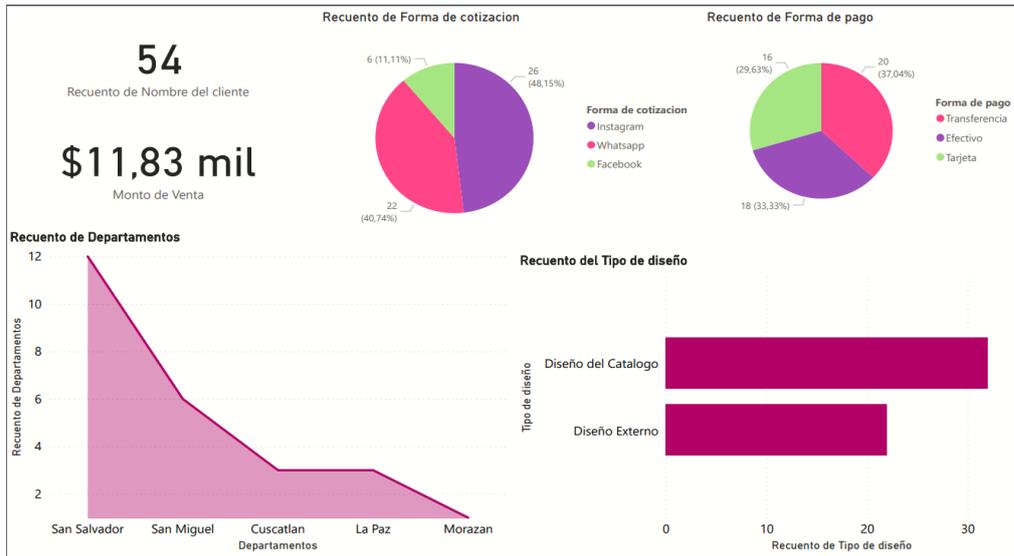


Anexo 4



Anexo 5

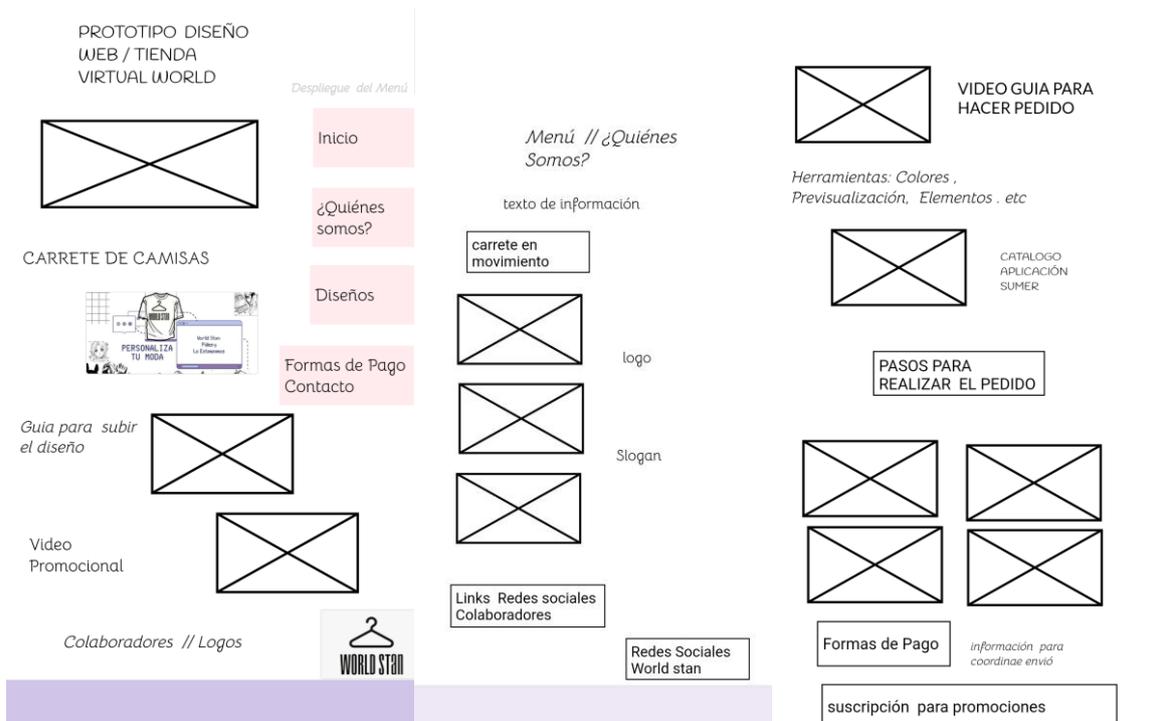
1	Nombre del cliente	Departamentos	Forma de cotizacion	Tipo de diseño	Cantidad del producto	Monto de Venta	Forma de pago	Fecha
2	Clelias Erazo	La Libertad	Whatsapp	Diseño del Catalogo	tres camisas	\$ 29.50	Tarjeta	5/Jan/22
3	María Carpenter	San Salvador	Instagram	Diseño del Catalogo	una camisa	\$ 10.00	Efectivo	5/Jan/22
4	Fatima Alvarez	Cabañas	Whatsapp	Diseño Externo	dos camisas	\$ 23.00	Transferencia	5/Jan/22
5	Angela Lopez	San Salvador	Instagram	Diseño del Catalogo	sies camisas	\$ 47.00	Tarjeta	7/Jan /22
6	Osmín Rodríguez	San Salvador	Instagram	Diseño Externo	una camisa	\$ 10.00	Tarjeta	10/ Jan/ 22
7	Gabriela Salgado	Usulután	Instagram	Diseño del Catalogo	cuatro camisas	\$ 39.00	Efectivo	10/ Jan/ 22
8	Sebastian Martinez	La Libertad	Whatsapp	Diseño del Catalogo	cuatro camisas	\$ 36.00	Efectivo	11/Jan/22
9	Pablo Galdamez	Chalatenango	Whatsapp	Diseño del Catalogo	cinco camisas	\$ 44.00	Efectivo	11/Jan/22
10	Paola Sandoval	La Paz	Instagram	Diseño Externo	dos camisas	\$ 22.00	Transferencia	11/Jan/22
11	Leon Acevedo	Usulután	Whatsapp	Diseño del Catalogo	tres camisas	\$ 32.50	Tarjeta	13/Jan/22
12	Carla Cruz	La Union	Instagram	Diseño del Catalogo	dos camisas	\$ 26.00	Transferencia	13/Jan/22
13	Martin Navarro	Santa Ana	Instagram	Diseño Externo	nueve camisas	\$ 74.50	Transferencia	15/Jan/22
14	Francisco Ramos	Santa Ana	Whatsapp	Diseño Externo	tres camisas	\$ 30.50	Efectivo	23/Jan/22
15	Pepe Barroza	San Salvador	Instagram	Diseño del Catalogo	cuatro camisas	\$ 32.00	Tarjeta	24 /Jan/22
16	Alexandra Sibirian	Morazan	Whatsapp	Diseño del Catalogo	una docena de camisas	\$ 100.00	Tarjeta	24 /Jan/22
17	Alvaro Soler	San Salvador	Facebook	Diseño del Catalogo	media docena	\$ 48.00	Tarjeta	24 /Jan/22
18	Antonio Ramirez	La Libertad	Whatsapp	Diseño Externo	cinco camisas	\$ 44.00	Transferencia	28 /Jan/22
19	Camila Mendes	La Libertad	Instagram	Diseño Externo	Tres camisas	\$ 29.50	Efectivo	28 /Jan/22
20	Luisa Cabrerías	San Salvador	Whatsapp	Diseño Externo	Ocho camisas	\$ 60.00	Efectivo	30 /Jan/22
21	Sonia Contreras	San Vicente	Instagram	Diseño Externo	dos camisas	\$ 23.00	Efectivo	30 /Jan/22
22	Oscar Cáceres	Sonsonate	Whatsapp	Diseño Externo	una docena de camisas	\$ 97.00	Transferencia	01/Febr/22
23	Max Fuentes	Cuscatlan	Whatsapp	Diseño del Catalogo	tres camisas	\$ 29.50	Tarjeta	01/Febr/22
24	Kimberly Gutierrez	Cuscatlan	Facebook	Diseño del Catalogo	cinco camisas	\$ 44.50	Tarjeta	01/Febr/22



Anexo 6

Herramienta Mockup builder

BOSQUEJO PÁGINA WEB



Anexo 7

WORLD STAN

Testing de prototipo de pagina web

Muchas gracias por ayudarnos a retroalimentarnos en el desempeño de nuestra pagina web, a continuacion te dejamos el link de la pagina web:

<https://ramelias2.wixsite.com/worldstantshirts>

 sofia.ramirez2516@gmail.com
(no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

link de <https://ramelias2.wixsite.com>
pagina web: [/worldstantshirts](https://ramelias2.wixsite.com/worldstantshirts)



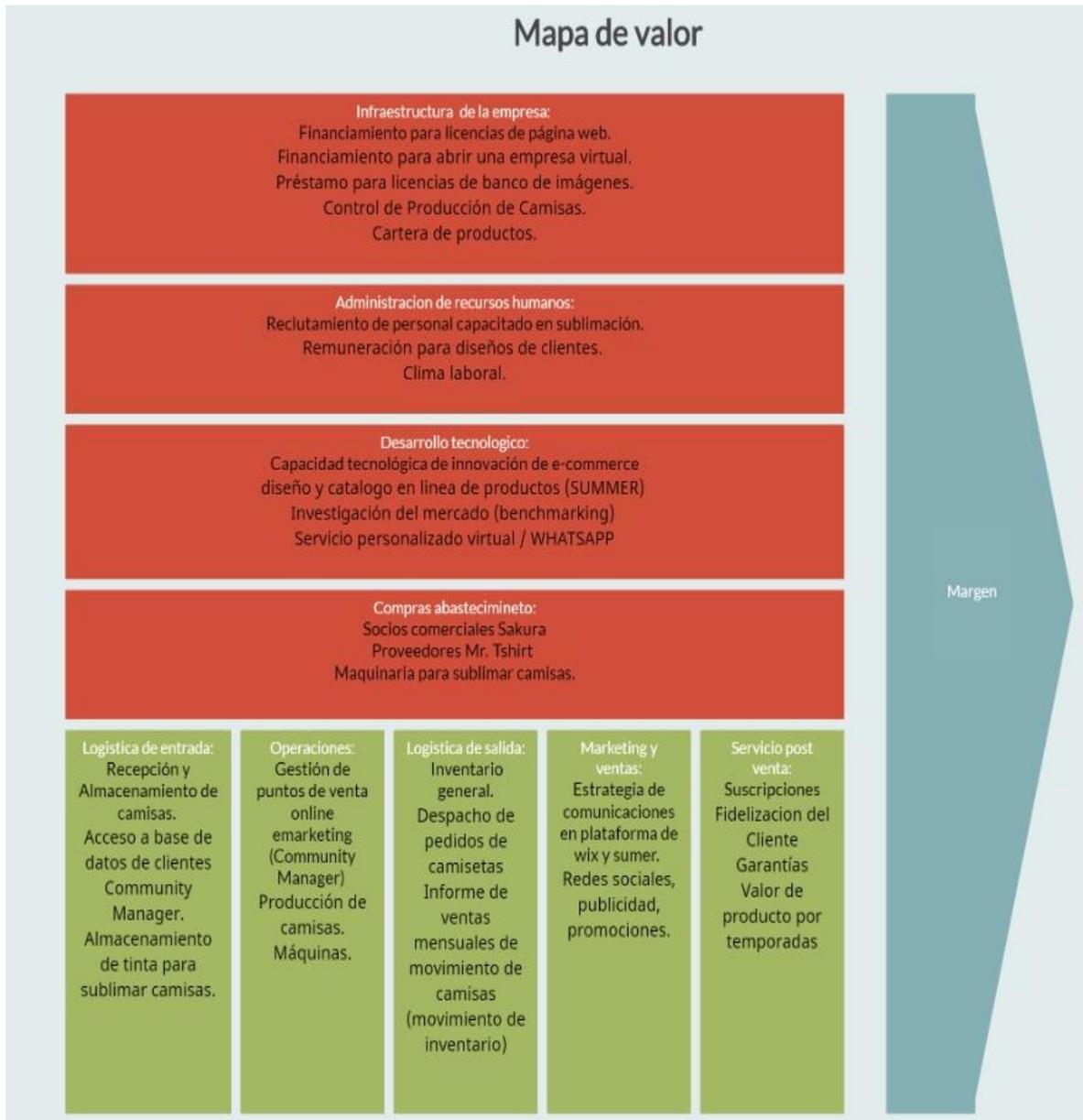
1. Al observar todas las opciones que posee la página web, usted al momento de realizar un pedido la utilizaría? *

- Sí
- No
- Tal vez

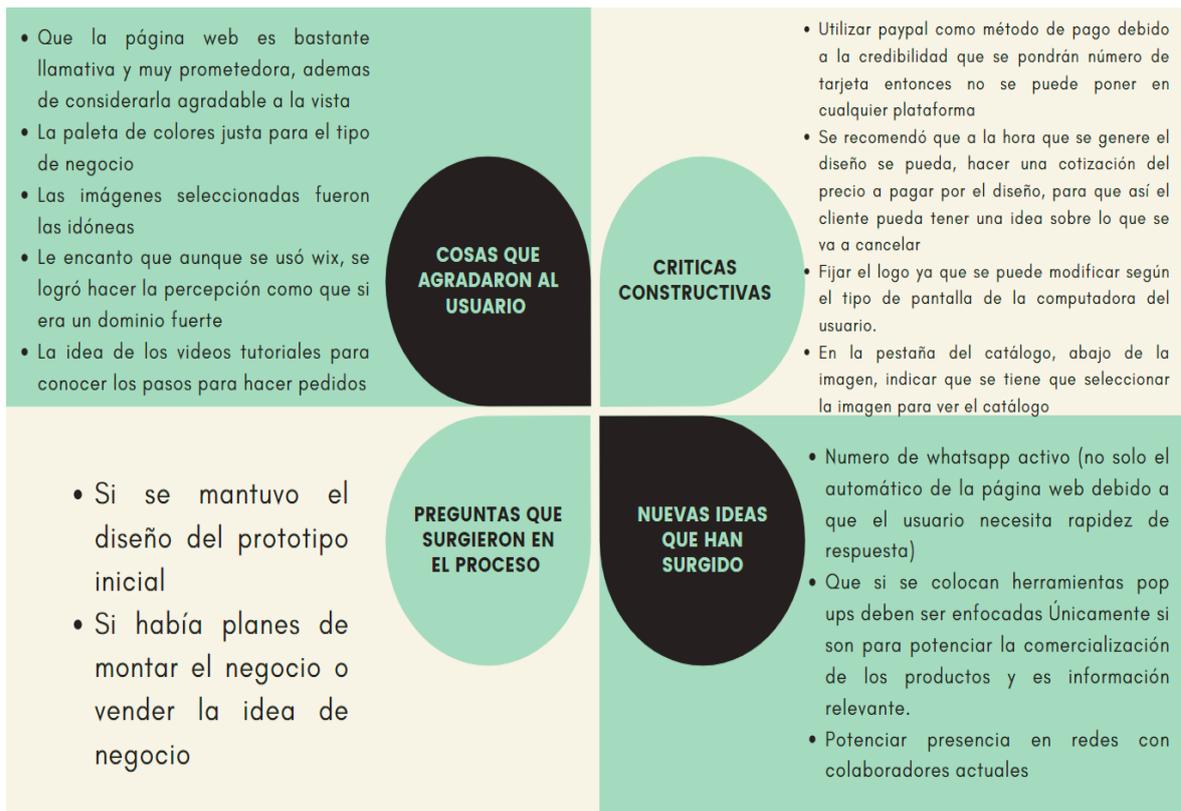
2. ¿Recomendaría la página web a sus familiares y amigos? *

- Sí
- No
- Tal vez

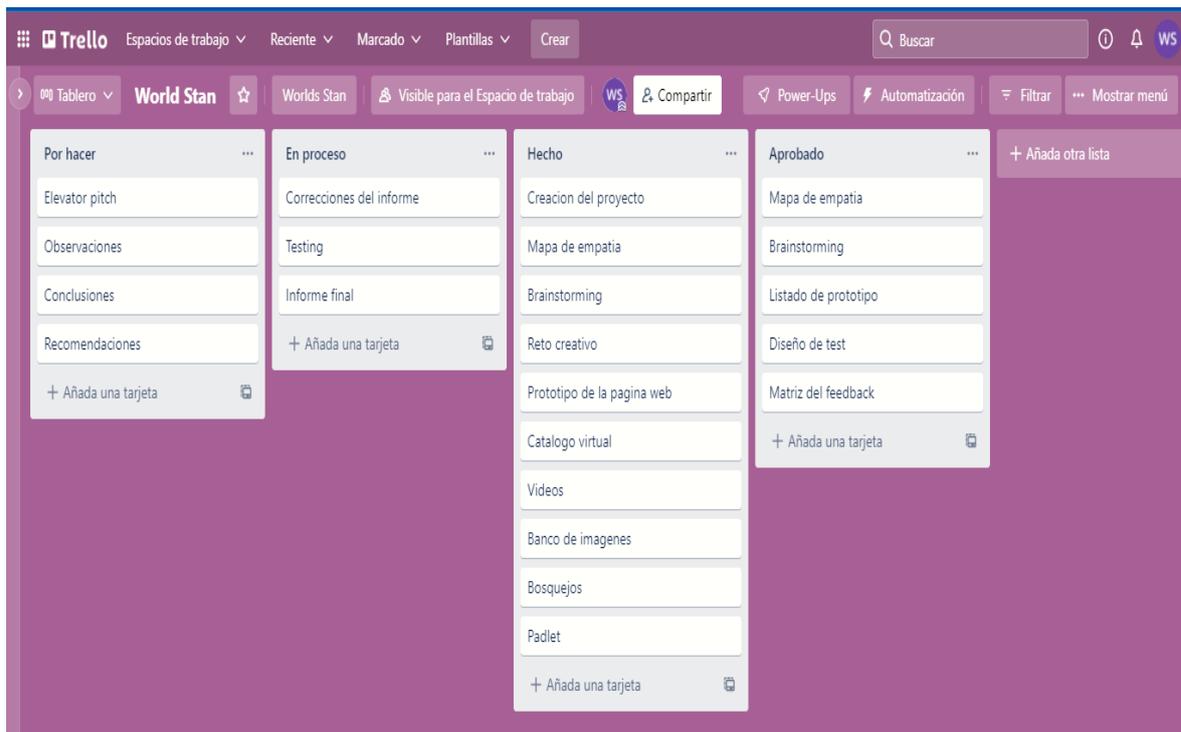
Anexo 8



Anexo 9



Anexo 10





UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR

"IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE
MARKETING INNOVADORAS ENFOCADAS EN
E-COMMERCE A EMPRESAS DEDICADAS A LA
IMPRESIÓN DE CAMISETAS EN SAN
SALVADOR"



WORLD STAN

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

"Licenciado Mauricio Antonio Barrientos Murcia"

Seminario de pre-especialización, licenciatura en Mercadotecnia

Autoras

Betzayda Saraí Ramos Aguilera, betzaydaramos16@gmail.com

Sofia Gabriela Ramirez Elías, sofia.ramirez2516@gmail.com

RESUMEN

Hoy en día la tecnología ha facilitado esa interacción con el cliente de forma instantánea lo cual ayuda a empresas de todos los rubros a determinar la mejor forma de brindar sus estrategias de mercado, como el ejemplo de crear comunidades enfocadas a diversos proyectos, como libros, gamers entre otros; el e-mail marketing, el cual no solo se utiliza para poseer la base de datos, también a interactuar con el cliente y enviar contenido de valor que permita tener esa relación con los clientes potenciales.

Un informe de Forbes dice que el 73% de las empresas que ofrecen una experiencia superior a la media tienen un mejor rendimiento financiero en comparación con otras empresas.

La búsqueda de una innovación del e-commerce fue lo que motivó a las

empresas a poner en práctica herramientas como el design thinking, aunque para iniciar a conocer cada uno de los pasos que esta herramienta se debe de tomar en cuenta lo que son las necesidades básicas de los humanos, en la pirámide de Maslow se logró identificar que una de las necesidades básicas fisiológicas es la de la vestimenta, la cual dio el punto de partida para enfocarse en el negocio de camisetitas personalizadas.

El design thinking es una metodología de innovación que ayuda en la búsqueda de ideas que satisfagan las necesidades del cliente o el consumidor, basado en la escucha detallada. Por lo que la primera fase por abarcar es la empatía ya que es la habilidad de conectar con el cliente para así identificar el problema o necesidad que

estos poseen; prosiguiendo así con la fase de definición en la cual se identifican todas las áreas de oportunidades para solventar dichas necesidades, llegando así a la fase de idear en la cual se utiliza el brainstorming (o lluvia de ideas) para identificar las ideas posibles que se pueden llegar a implementar.

Por medio de la idea innovadora seleccionada se creó el prototipo de una página Web dinámica que potenciará a los usuarios esa experiencia de compra virtual, es por eso que la empresa plantea tener ese servicio de calidad con su producto estrella y darle esa libertad creativa disponible convirtiéndolo en un B2C (Business to Consumer) fiable y persuasivo para generar en el cliente lealtad a la marca.

World Stan utilizará diferentes herramientas para conocer como el e-commerce beneficiará a la comercialización de forma innovadora el negocio de las camisetas personalizadas, con el fin de presentar avances que ahora en día las empresas necesitan para potenciar sus negocios,

dichas herramientas son: power bi, Kanban, Trello, Kpis y plan de Merchandising; además de estar al tanto de todas aquellas innovaciones tecnológicas que pueden llegar a beneficiar la idea de negocio, como lo son implementación del Blockchain y Metaverso.

Palabras Claves:

Comercio Electrónico, Innovación tecnológica, Mercadotecnia, Pensamiento de Diseño, Análisis de Datos (Inteligencia de Negocios), Mapa de Valor de Porter, Empatía, Definir, Idear, Prototipar, Probar, Indicadores Claves de Rendimiento, Comercialización, Metaverso, Comparadores, Lluvia de ideas.

»»»» SUMMARY

Nowadays the technology has facilitated this interaction with the customer instantly, which helps companies of all categories to determine the best way to provide their market strategies, such as creating communities focused on various projects, like books, gamers among others; email marketing, which is not only used to own the database, also to

interact with the customer and send valuable content that allows you to have that relationship with potential customers.

A Forbes report says that 73% of companies that offer above-average experience have a better financial performance compared to other companies.

The search for an e-commerce innovation was what motivated companies to implement tools such as design thinking, although to start knowing each of the steps that this tool must be taken into account what the basic needs of humans are, in Maslow's pyramid it was possible to identify that one of the basic physiological needs is clothing, which gave the starting point to focus on the custom t-shirt business.

Design thinking is an innovation methodology that helps in the search for ideas that meet the needs of the client or the consumer, based on detailed listening. So the first phase to be covered is empathy since it is the ability to connect with the client in order to identify the problem or need they have; thus continuing with the definition phase

in which all the areas of opportunities to solve these needs are identified, thus reaching the ideate phase in which brainstorming is used to identify the possible ideas that can be implemented.

Through the selected innovative idea, the prototype of a dynamic website was created that will empower users with that virtual shopping experience, that is why the company proposes to have that quality service with its flagship product and give it that available creative freedom by turning it into a reliable and persuasive B2C (Business to Consumer) to generate brand loyalty in the customer.

World Stan will use different tools to know how e-commerce will benefit the marketing of personalized t-shirts business in an innovative way, in order to present advances that companies need now to boost their businesses, such tools are: power bi, Kanban, Trello, Kpis and Merchandising plan; in addition to being aware of all those technological innovations that can benefit the business idea, such as Blockchain implementation and Metaverse.

Keywords:

E-commerce, Innovation Technology, Marketing, Design Thinking, PowerBi (Business Indicator), Porter's Value Chain, Empathy, Define, Ideate, Prototype, Test, Key Performance Indicator (KPI), Merchandising, Metaverse, Benchmarking, Brainstorming.

➤➤➤➤➤ **INTRODUCCIÓN**

Las camisetas personalizadas a pesar de haberse puesto de moda hace algún tiempo, siguen siendo una gran oportunidad de negocio actualmente.

La presente investigación de seminario de pre-especialización sobre la innovación tecnológica está orientada a la relevancia que tiene e-commerce en empresas.

Es así como se implementó la metodología del Design Thinking en la empresa World Stan, la cual se dedica a la creación de camisetas personalizadas.

Primordialmente se identificó la necesidad del servicio a través del uso de elementos como la pirámide de Maslow para determinar influencias que se crearan a los consumidores potenciales; procediendo a la propuesta

de innovación y su justificación; se implementaron todas las fases del Design thinking partiendo de lo siguiente:

En la fase de empatía se realizaron estudios a personas interesadas en los servicios de personalización de camisetas y su interacción con las plataformas virtuales, creando así un mapa de empatía, el cual describe al cliente ideal.

Siguiendo así con la Definición, por medio de la concepción de ideas que ayuden a aumentar el valor de la comercialización virtual de camisetas personalizadas, se tomaron en cuenta elementos como foco de acción y reto creativo.

Para la siguiente fase la cual es la ideación, se realizó un brainstorming para identificar todas aquellas posibles ideas a seleccionar, y al haber evaluado todas las opciones, se seleccionó la idea con mayor porcentaje de éxito y factibilidad, llegando así a la etapa de prototipar donde se hizo el uso de tecnologías innovadoras la cual fue pieza angular del proyecto

definiendo así lo que es aplicar la idea de negocio usando marketing digital y como herramienta principal la página web, para el prototipado primeramente se diseñó un bosquejo con elementos necesarios para el usuario y catálogo virtual con la herramienta Sumer que apoyara a dinamizar el prototipo.

Para finalizar se realizó la etapa de prueba de prototipo o testing de la página web, como prueba se les presentó la página web a los clientes potenciales y toda la información recopilada de todas las observaciones y

recomendaciones se creó la matriz del feedback.

Procediendo con las etapas finales de la investigación, en el proceso de implementación se plasman todos aquellos aspectos para la ejecución de su innovación, como el presupuesto y los recursos a utilizar.

Concluyendo así con el resultado esperado por diferentes plazos, narrando el uso de las tecnologías implementadas para finalmente proceder a la etapa de estrategias de merchandising.



METODOLOGÍA DE INNOVACIÓN



La metodología de innovación implementada es el Design Thinking el cual está enfocado en conocer los procesos de compra o hitos que tienen las personas, por medio de conocer las experiencias cognitivas de forma constante para detectar necesidades y a partir de ello aplicar nuevas percepciones a nuestros clientes.

Está conformado de 5 etapas, las cuales son:

1. Empatizar:

Durante el desarrollo de esta fase se procedió a la construcción del mapa de empatía a 34 personas con el fin de conocer al cliente sobre todos aspectos que son tomados en cuenta al momento de hacer una compra de camisetas y definir el cliente ideal.

2. Definir:

Se recopila información que aporte a poner en práctica una innovación que

facilite el proceso de satisfacción de compra del cliente y conocer la propuesta de valor que apoye la necesidad, jerarquizando por medio de relevancia en la herramienta denominada Afuera y Adentro para converger información utilizando el foco de acción y reto creativo.

3. Idear:

En esta fase se identifican aquellas ideas creativas que brindan soluciones y satisfagan las necesidades del usuario, usando el brainstorming para encontrar las ideas más vanguardistas y factibles por medio de un listado ponderando la relevancia y valor agregado que poseerá

4. Prototipar:

La etapa del prototipo apoya a definir la idea, que emergió del brainstorming y que pretende solucionar la necesidad al mercado meta; en esta etapa se determinó la elección de Pagina Web interactiva y dinámica que permita a los usuarios una mejor experiencia en compra electrónica de sus camisetas

personalizadas, donde además verán diferentes partes como el banco de imágenes propios de artistas que deseen plasmar su arte en una camiseta y tener el bosquejo de lo que se implementa.

5. Probar:

La última fase es la prueba al usuario potencial donde el fin es conocer si realmente el prototipo fue aceptado por el mercado objetivo, si las innovaciones de una página web con todos los recursos adicionales son verdaderamente relevantes a la hora su decisión de compra así, como cada categoría nueva que permitiría la experiencia del usuario con la empresa (business to costumer) siendo lo más enfático lo que es que participen en la elaboración del diseño de su camisa.



METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La investigación desarrollada es de un enfoque mixto, en el que se integrarán métodos cuantitativos y cualitativos, los análisis que se presentarán a continuación están enfocados a la evaluación o Testing del prototipo.

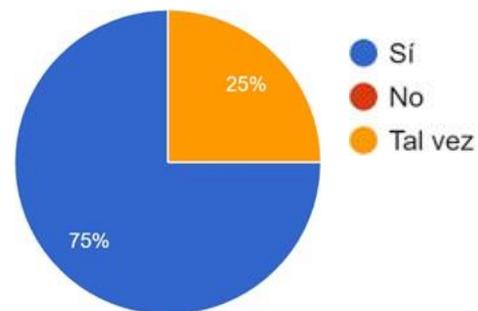
Expuesto lo anterior, se decidió realizar lo que es una encuesta en la cual las 4 personas que formaron parte de la evaluación del prototipo fueron mujeres y hombres entre los 18 a 28 años de edad, estudiantes de bachillerato y estudiantes universitarios, residentes del área metropolitana de San Salvador.

En la monografía se utiliza la técnica de investigación de la encuesta a través del instrumento, el cuestionario.

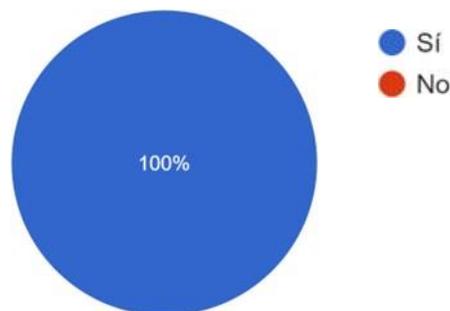
Asimismo, se utilizó la plataforma Google forms para realizar el cuestionario de forma virtual, facilitando el llenado del cuestionario.

A continuación, se presentan algunas de las principales interrogantes planteadas junto a su respectivo análisis:

¿AL OBSERVAR TODAS LAS OPCIONES QUE POSEE LA PÁGINA WEB, USTED AL MOMENTO DE REALIZAR UN PEDIDO LA UTILIZARÍA?



¿CONSIDERA QUE ES UNA PÁGINA INTUITIVA QUE LE FACILITARÁ EL HACER UN PEDIDO EN LÍNEA?

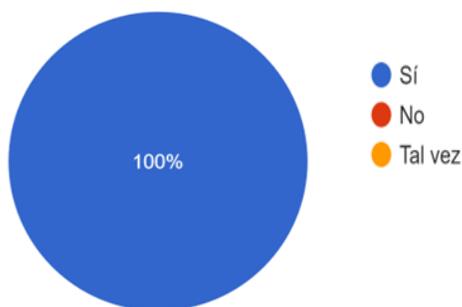


INTERPRETACIÓN:

En la primera pregunta, el 75% de las personas encuestadas opinan que, si utilizará la página web, mientras que el 25% tal vez la utilizará; además el 100% de las personas encuestadas opinan que la página web es intuitiva.

Se puede decir que los elementos que componen la página web son de utilidad para facilitar el proceso de compra de la camiseta de una forma intuitiva y fácil, además le brinda todas las opciones posibles que se toman en cuenta para realizar la decisión de compra, por lo que la mayoría de las personas si utilizaría la página web.

¿RECOMENDARÍA LA PÁGINA WEB A SUS FAMILIARES Y AMIGOS?



INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas encuestadas respondieron que sí recomendaría la página web a sus familiares y amigos.

¿TE PARECE INNOVADOR QUE LA PÁGINA WEB TENGA EXTENSIONES PARA PRESENTAR SUS CATÁLOGOS Y FORMAS DE PAGO? Y ¿POR QUÉ?

Dichas respuestas fueron de campo abierto. El 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en que la página web posea extensiones a catálogos y formas de pago ya que lo consideran de mucha importancia porque de esa forma los clientes pueden acceder de manera más fácil a todos los diseños existentes de la marca y conocer todas las formas de pago disponibles, de igual forma uno de los métodos de pago que se recomendó utilizar es PayPal.



¿CREES NECESARIA LA CREACIÓN DE UN VIDEO INTERACTIVO PARA USUARIOS INEXPERTOS?

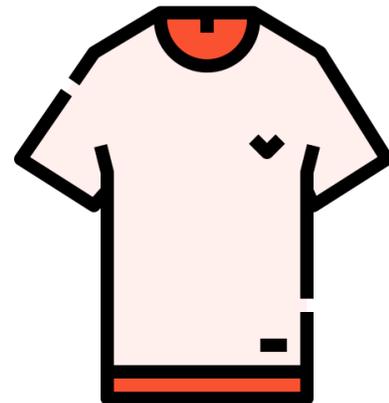
Esta pregunta de igual forma fue de campo abierto, el 75% de los encuestados opinó que un video interactivo que explique el funcionamiento de la página sería una herramienta de mucha utilidad para ayudar a gente que no posea mucha experiencia con las páginas en línea y

así ayudarlos a que realicen un mejor trabajo.

Partiendo de las respuestas de la encuesta es como se logró realizar la matriz de feedback, esta se compone de 4 elementos que nos ayuda a identificar todos aquellos aspectos aceptados por los encuestados, como todos aquellos por mejorar, a continuación, se presentan algunos de los resultados:

- Cosas que agradan al usuario: Que la página web es bastante llamativa y muy prometedora, Les agrado el diseño de la página web ya que la consideraban agradable a la vista y La paleta de colores justa para el tipo de negocio.
- Críticas constructivas: Se recomendó que a la hora que se genere lo que el diseño se pueda, hacer una cotización del precio a pagar por el diseño, para que así el cliente pueda tener una idea sobre lo que se va a cancelar.

- Preguntas que surgieron en el proceso: Si se mantuvo el diseño del prototipo inicial y Si había planes de montar el negocio o vender la idea de negocio.
- Nuevas ideas que han surgido: Número de WhatsApp activo y que si se colocan herramientas pop ups deben ser enfocadas únicamente si son para potenciar la comercialización de los productos y es información relevante.



»»»» CONCLUSIONES

- El negocio de las camisetas personalizadas a pesar de poseer un mercado amplio, uno de los factores imprescindibles que logran que una marca se mantenga a flote en la creatividad, además en la actualidad la utilización de ideas innovadoras enfocadas al e-commerce permite que las empresas puedan ofrecer sus productos al cliente de forma más inmediata y personalizada, logrando brindarle al usuario esa empatía, la empatía además es un factor que logra que una marca se posicione en el top of mind.
- La implementación de la metodología del Design thinking permitió identificar diversas ideas posibles que brinden soluciones con el fin de crear beneficio a usuarios finales ante la idea innovadora de hacer que estén implicados con el diseño de sus camisetas personalizadas.
- Durante el desarrollo del proyecto se logró conocer cómo las empresas se ven beneficiadas por el e-commerce, ya que por diversas herramientas permiten que el consumidor esté al tanto de la empresa lo cual genera esa propuesta de valor

que buscan muchos comercios ahora en día, la cual es la diferenciación entre la competencia.

»»»» RECOMENDACIONES

- Aconsejar a los emprendedores que, para expandir la experiencia de compra en línea, debe de conocer su mercado meta para facilitarle a los clientes la decisión de compra.
- Iniciar una búsqueda de potenciales inversores en el área de comercio electrónico que apoyen a las empresas dedicadas a la personalización de camisetas.
- Incentivar a las empresas pequeñas o emprendedores a que se interesen por los nuevos métodos de comercialización en línea, para expandir su propuesta de valor y lograr diferenciarse de la competencia.
- Recomendar a los micro emprendedores el uso de herramientas que les permitirán conocer empresas modelos de su rubro y así realizar un comparativa que les genere beneficio como lo es el benchmarking.
- Estar pendiente todos los cambios y tendencias en patrones de consumo para así mejorar características de la página web para

hacer a World Stan un modelo de negocio virtual favorable.

»»» FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Armero, M. (2021, 29 julio). *¿Qué es la pirámide de Maslow? La Mente es Maravillosa.*

<https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow>

- Hernández, N. (2022, 23 marzo). *La reputación, la ‘piedra filosofal’ de las empresas para conectar con el público y apuntalar el negocio.* Forbes España.

<https://forbes.es/empresas/146782/la-reputacion-la-piedra-filosofal-de-las-empresas-para-conectar-con-el-publico-y-apuntalar-el-negocio/>

- B. (2022, 16 abril). *¿Vender camisetas es rentable? | 10 ideas de negocio innovadoras.* MNR.

<https://muchosnegociosrentables.com/vender-camisetas-es-rentable/>

- A. (2022a, abril 27). *▷ ¿Cómo vender una camisa? | Actualizado mayo 2022.* INXGEST.

<https://inxgest.es/blog/como-vender-una-camisa/>

- *Página Web - Concepto, tipos y para qué sirve.* (s. f.). Concepto.

<https://concepto.de/pagina-web/>

- *Qué es Power BI | Microsoft Power BI.* (s. f.). Power bi. Recuperado 5 de mayo de 2022, de

<https://powerbi.microsoft.com/es-es/what-is-power-bi/>

- *5 minutos para saber más sobre Microsoft Power BI | Ibermatica365.* (2019, 27 junio). Power BI.

[https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-](https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/#:%7E:text=Power%20BI%20re%C3%BAne%20los%20datos,est%C3%A1%20sucediendo%20en%20su%20negocio.)

[bi/#:%7E:text=Power%20BI%20re%C3%BAne%20los%20datos,est%C3%A1%20sucediendo%20en%20su%20negocio.](https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/#:%7E:text=Power%20BI%20re%C3%BAne%20los%20datos,est%C3%A1%20sucediendo%20en%20su%20negocio.)

