

Diseño e implementación de una plataforma web e-commerce para la promoción de artesanías Colombianas

Design and implementation of an e-commerce web platform for the promotion of Colombian handicrafts

A. Barranco*, I. Camargo*, H. Marriaga*

andre.barranco@unisimon.edu.co, ivan.camargo@unisimon.edu.co, harold.marriaga@unisimon.edu.co

*Estudiante de Ingeniería Sistemas **Profesor investigador del grupo

Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia.

Resumen | El objetivo de este artículo es el diseño e implementación de una plataforma web para la comercialización de artesanías y manualidades colombianas, en este contexto, las compras online a través de una plataforma web e-commerce la cual será una alternativa para que los clientes puedan adquirir los productos artesanales directamente con los fabricantes permitiendo así reducir brechas y el costo de la cadena valor y ampliar la oferta/demanda a nivel mundial.

Palabras clave: | *Cientes, Plataforma web, Compras online.*

Abstract | The objective of this article is the design and implementation of a web platform for the commercialization of Colombian handicrafts and crafts, in this context, online purchases through an e-commerce web platform which will be an alternative for customers to purchase handicraft products directly with manufacturers that reduce gaps and the cost of the value chain and expand supply / demand worldwide.

Keywords: | *Clients, Web platform, Online purchases.*

I. INTRODUCCIÓN

Diseño e implementación de una plataforma web e-commerce para artesanías colombianas

La presente investigación se refiere al tema de Diseño e implementación de una plataforma web e-commerce para la promoción de artesanías en Colombia, lo que puede definir [CM1] como los productos publicados en la página web o en las redes sociales. Donde las personas tienen acceso todo el tiempo, y utilizarlo para decorar sus casas, oficinas, etc.

La característica principal de este tipo de comercio es que es todo a través de la web, donde se puede observar los productos a vender y las maneras de pago y de entrega para el cliente teniendo en cuenta la comodidad del vendedor y el cliente.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, una de ellas es las restricciones actuales por el virus del COVID-19. Se entiende por restricciones el conjunto de normas de bioseguridad para las personas que trabajan directamente en los locales comerciales.

En la historia colombiana, siempre ha tenido mucha importancia las artesanías y las culturas de las distintas regiones de nuestro país, por eso es muy importante apoyar a las pocas personas que aún son capaces de hacer dichas bellas artesanías que deslumbran a toda persona que las admira, para ello hemos querido diseñar e implementar una plataforma web para la comercialización de las distintas artesanías de las regiones del país en la cual se podrá inclusive en una pequeña reseña sobre qué es el artículo que se desea adquirir, si tiene alguna leyenda y/o historia relevante.

Con esta plataforma queremos incentivar a todas las personas

que saben cómo crear, estas artesanías a verlo como una forma de vivir de ello y así mantener la tradición transmitiendo la de generación en generación.

II. ESTADO DEL ARTE

La producción artesanal es una de las actividades más importantes para la mayoría de las familias del campo, y representa para ellos su principal fuente de ingreso; es una de las actividades que toca todas las áreas del desarrollo humano: cultural, social, científico, educativo y económico. Aun cuando es arte, asimismo es un negocio. Cuando se habla de artesanías es hablar de expresiones y de sentimientos creados por las manos del hombre.

La artesanía es una forma genérica que designa cualquier producción, el hombre manifiesta sentimientos artísticos, usando productos de la naturaleza. El factor que determina la estructura del canal, es la particularidad del producto y las estrategias que se usan en la distribución determinan el éxito y las ventas [1].

La producción artesanal ha tomado un auge inusitado a pesar del devastador avance de la producción en masa de la internacionalización de las artesanías [2].

Para muchas empresas pymes, más aún para las empresas que venden artesanías, las oportunidades de realizar comercio de circunscriben en el ámbito local esto es esperar que un turista o persona local se apersona a su tienda y observe los artículos [4].

De acuerdo con lo anteriormente expuesto nos podemos dar

cuenta de que las empresas que se encuentran en el comercio de las artesanías, tienden siempre a estar en el ámbito local, hago referencia a esto porque las empresas esperan que un turista o una persona del ámbito local se acerque para que vea sus productos y así poder venderles. Las empresas hoy en día como se encuentra la situación respecto a la pandemia que estamos enfrentando, deberían comercializar sus productos de forma digital, además de que con esto las empresas pueden mostrar sus productos no solo en el ámbito local como asimismo pueden llegar a todo el planeta para que conozcan sus productos y poderlos comercializar de una mejor manera.

La industrialización ha ido haciendo desaparecer la inmensa mayoría de los oficios artesanales y los bienes de consumo masivos que se fabrican en las grandes líneas de producción, es ahí donde salen sin la intervención de la mano del hombre [3].

Según lo planteado anteriormente, se dice que las empresas en el área artesanal fabrican grandes líneas de producción, cuando nos dicen esto se refiere a que las empresas usan un tipo de máquina que les ayuda a realizar sus productos, y no se necesita la mano del hombre. Con esto las empresas están perjudicando a las personas que se dedican o que se han dedicado toda su vida a hacer este tipo de cosas, ya que con las máquinas muchas personas pierden su empleo.

Por otra parte, el autor nos dice que “todavía hay un buen número de artesanos que sigue trabajando de manera tradicional, alumbrando en sus talleres artículos con valor añadido, que aportan un plus de calidad, personalización o diseño que no se encuentra en las producciones en serie”, Estas personas se ganan la vida haciendo artesanías de manera manual, el cual ahora mismo por cuestiones de la pandemia, ellos lo que hacen es comercializar sus productos de manera digital para así poder venderlos de una manera más fácil ya que por la crisis que estamos viviendo en estos momentos no muchas personas irán a sus talleres para poder comprar los productos, aquí nos damos cuenta que la

comercialización digital es una herramienta con la cual uno se puede beneficiar.

Las artesanías por sus cualidades y calidad, tienen muchas posibilidades de éxito económico [5].

Las artesanías en el ámbito local y mundial, es un producto el cual se puede comercializar muy bien. Como podemos notar las artesanías tienen muchas posibilidades de éxito económico. Por otra parte, muchas familias, trabajan con este arte para poder sobrevivir.

III. METODOLOGÍA

La siguiente investigación está estructurada con base en una investigación de tipo cuantitativo y un diseño de investigación aplicada. La metodología cuantitativa [6]. Consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio [7][8].

Para esto se plantean las siguientes fases metodológicas:

- **Fase de análisis:** esta fase se enfoca en identificar las necesidades implícitas e explícitas de los artesanos pertenecientes a la muestra de estudio, una vez identificados se definirán los requerimientos funcionales y no funcionales que serán la entrada principal para modelar el sistema a través de artefactos UML.
- **Fase de diseño:** en esta fase se tomarán los requerimientos funcionales para poder construir las interfaces gráficas de usuario y a su vez los requerimientos no funcionales que serán la entrada para el diseño de la arquitectura de software.
- **Fase codificación y pruebas:** de acuerdo a lo establecido en las anteriores fases, se

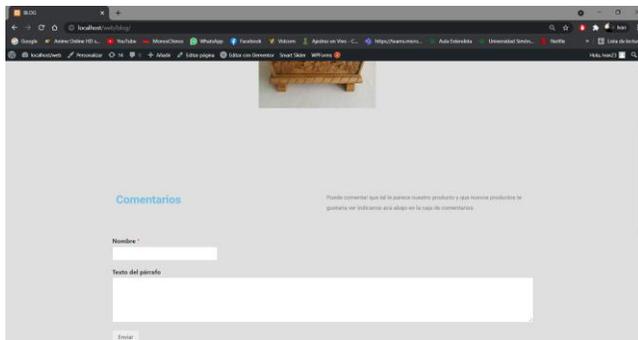
procederá a la codificación en las tecnologías seleccionadas de la aplicación, así como también se ejecutarán las pruebas unitarias y de sistema seleccionadas.

- **Fase despliegue:** en esta etapa se pondrá en marcha la aplicación diseñada y codificada de acuerdo a lo establecido y se procederá a la generación de la documentación de la aplicación y del artículo que describa el proceso empleado.

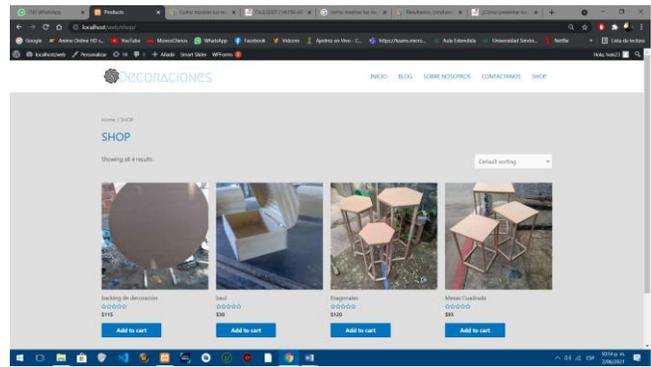
IV. RESULTADOS

La implantación de la página web permitió alcanzar una mayor cobertura de mercado para nuestra empresa. La página web como herramienta de visibilidad online en medio de la pandemia, ayuda a que nuestros clientes y consumidores estén informados de los productos que se ofrecen en la empresa.

Además la página web también nos ayudó a ampliar los servicios gracias a las recomendaciones de las persona por el foro que tiene la página.



Gracias a los comentarios que hemos recibido, se han podido implementar cambios en nuestros productos y también añadido productos que no se producían, pero a petición de los clientes se han agregado, y así es como tenemos en cuenta la opinión de nuestros clientes la cual es importante para nosotros.



La implementación de una página no beneficio mucho porque no solo nos ayuda ahora en la situación que nos encontramos por la pandemia, si no que se espera que también nos ayude pos-pandemia, con esto le damos más opciones a nuestros clientes actuales y clientes potenciales de ver nuestros servicios, productos e información de contacto directo.

V. CONCLUSIÓN

Al finalizar el proceso de investigación y aplicar las fases metodológicas descritas, se puede afirmar que se cumplieron con los objetivos propuestos, se logró satisfactoriamente el diseño e implementación de una plataforma orientada a la web en donde a través de una tienda virtual se podrían comercializar productos de artesanías, esto se hará con el fin de que a los clientes se les haga más fácil poder comprar este producto.

El lenguaje de programación web tradicional como PHP, facilitó el proceso de codificación del software, el esquema de la tienda virtual permite acceso a información de los productos ofertados.

Por último, es importante resaltar que la forma en cómo se estructuró el mapa de sitio, permitió una fácil navegación y comprensión de este, generando así una mayor aceptación y recepción en los usuarios que realizaron pruebas de uso.

REFERENCIAS

[1] Hernández Girón y José de la Paz “Canales de distribución y competitividad en artesanías” Guadalajara México, 2002.

[2] Bustos Flores “La producción artesanal” Mérida Venezuela, 2009, pp 37-52.

[3] Ramos, David (21 marzo 2015) la artesanía se agarra al ecommerce [Pagina].

Disponible: <https://www.silicon.es/artesania-ecommerce-2285293>

[4] Dueñas, José (2017) E-commerce clave en la expansión internacional de las empresas de Artesanías [Pagina].

Disponible: <https://www.diariodelexportador.com/2017/08/e-commerce-clave-en-la-expansion.html>

[5] Yecas, María (septiembre 2017) Factores de éxito en los negocios de artesanía en México [Pagina].

Disponible: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232007000300004#:~:text=Mathus%20\(1993\)%2C%20opina%20que,muchas%20posibilidades%20de%20%20C3%A9xito%20econ%20C3%B3mico%22.&text=Las%20artesan%C3%ADas%20son%20depositarias%20de,diverso%20\(Duque%20C%201996\).](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232007000300004#:~:text=Mathus%20(1993)%2C%20opina%20que,muchas%20posibilidades%20de%20%20C3%A9xito%20econ%20C3%B3mico%22.&text=Las%20artesan%C3%ADas%20son%20depositarias%20de,diverso%20(Duque%20C%201996).)

[6] Angulo, Eleazar (2012) Metodología cuantitativa [Pagina].

Disponible: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html

[7] A. Moreno, A. Queiroz, E. Pessoa, G. Méndez, N. Nogueira, “Metodología de diseño de una escotilla de inspección para recipientes a presión”, Revista Investigación e innovación en Ingenierías, Vol. 5, n° 1. pp.8-23,2017.

[8] E. de la Hoz, L. López, L. Pérez, “Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría”,

Investigación e Innovación en ingenierías, Vol. 5, n°. 2, pp. 46-77, 2017.