



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

Andre Barranco, Iván Camargo, Harold Marriaga

RESUMEN

La siguiente investigación habla sobre cómo los comercios están tratando de contrarrestar el efecto de la actual pandemia para vender sus productos de artesanías, Estos comercios necesitan clientes que estén interesados en comprar artesanías. Sin embargo, en la sociedad el número de personas que comprar los productos están disminuyendo y esto hace que se cree una brecha de financiamiento.

Para que los comercios puedan continuar su trabajo, el número de clientes debe aumentar. Por tal motivo el objetivo de nuestro proyecto de investigación es el diseño e implementación de una plataforma web para la comercialización de artesanías y manualidades colombianas, en este contexto, la compra online a través de una plataforma E-commerce ya que esta plataforma sería una alternativa para los clientes puesto que podrán adquirir los productos artesanales directamente con los fabricantes y así no tendrán que salir de su casa también esto va a permitir reducir la brecha, reducir el costo de la cadena de valor y ampliar la oferta/demanda a nivel mundial.

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

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

[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.